

PROGRAMA DE FOMENTO A LA EXPORTACIÓN DRAWBACK, COMO ESTRATEGIA PARA LA REDUCCIÓN DEL PAGO DE ARANCELES, A TRAVÉS DEL MODELO INTEGRAL DEL PROCESO DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA: UNA REVISIÓN DE LITERATURA.

Olivas Mata Evelin¹, Alvarado Tarango Lizette², Poblano Ojinaga Eduardo Rafael³, Anacleto Noriega Salvador⁴, Gómez Zepeda Perla Ivette⁵

¹Ingeniera en Gestión Empresarial. Instituto Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez. División de Estudios de Posgrado e Investigación. evelin_olivas27@outlook.es. Av. Tecnológico # 1340, Fracc. El Crucero, Ciudad Juárez, Chih. C.P. 32500.

²Maestría en ingeniería administrativa. Instituto Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez. División de Estudios de Posgrado e Investigación. evelin_olivas27@outlook.es. Av. Tecnológico # 1340, Fracc. El Crucero, Ciudad Juárez, Chih. C.P. 32500.

³Doctor en Tecnología. Instituto Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez. División de Estudios de Posgrado e Investigación. evelin_olivas27@outlook.es. Av. Tecnológico # 1340, Fracc. El Crucero, Ciudad Juárez, Chih. C.P. 32500.

⁴Doctor en Ciencias en Ingeniería Industrial. Instituto Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez. División de Estudios de Posgrado e Investigación. evelin_olivas27@outlook.es. Av. Tecnológico # 1340, Fracc. El Crucero, Ciudad Juárez, Chih. C.P. 32500.

⁵Doctora en Administración. Instituto Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez. División de Estudios de Posgrado e Investigación. evelin_olivas27@outlook.es. Av. Tecnológico # 1340, Fracc. El Crucero, Ciudad Juárez, Chih. C.P. 32500.

Resumen --. El presente trabajo de investigación es el reporte de una revisión sistemática de literatura. Los resultados de la investigación fueron obtenidos a través de dicha revisión bibliográfica para tener un amplio panorama acerca de negocios internacionales, administración estratégica, ventaja competitiva y Drawback. Se realizó la búsqueda de información de dichos temas en libros y artículos universitarios.

El artículo en cuestión presenta una revisión de literatura, dicha revisión se obtuvo a través de una búsqueda sistemática de fundamentos teóricos en libros, artículos científicos y paginas gubernamentales que datan entre los años 2010 – 2022, se identificaron 43 fuentes de consulta, luego se seleccionaron 30 fuentes y finalmente el artículo presenta las 14 referencias más significativas para la investigación.

La revisión de esta investigación garantizó que, si se aplica este plan estratégico en las importaciones de materia prima que por cuestiones logísticas arriban a Estados Unidos para después ser importadas a México se reducirán los costos del producto final.

Palabras Clave: *Drawback, aranceles, negocios internacionales, importaciones, administración estratégica y ventaja competitiva.*

Abstract – This research work is the report of a systematic literature review. The results of the research were obtained through said bibliographic review to have a broad overview about international business, strategic management, competitive advantage and Drawback.

Information on these topics was searched for in university books and articles.

The article in question presents a literature review, said review was obtained through a systematic search for theoretical foundations in books, scientific articles and government pages dating between the years 2010 - 2022, 43 sources of consultation were identified, then they were selected. 30 sources and finally the article presents the 14 most significant references for the investigation.

The review of this investigation guaranteed that, if this strategic plan is applied to imports of raw materials that arrive in the United States for logistical reasons and then be imported to Mexico, the costs of the final product will be reduced.

Key words – *Drawback, duties, global trade, imports, strategic management and competitive advantage.*

INTRODUCCIÓN

Las empresas se han enfocado en la reducción del pago de aranceles, a través de la globalización, los países se han creado acuerdos comerciales e incluso desarrollado programas para evitar o reducir el pago de impuestos. En México la mayoría de las importaciones de insumos, materias primas, partes y componentes, empaques, combustibles, lubricantes y otros materiales que tienen como destino las ciudades fronterizas, pasan por Estados Unidos para luego, importarse a México, lo que ocasiona una doble tributación. Una de las estrategias desarrolladas y reconocidas por ambos países es el *Drawback*, cuyo propósito es fomentar la exportación y que solamente se

paguen impuestos en el país en que se consuman las mercancías.

Las compañías se encuentran en un entorno altamente competitivo, lo que impulsa el despliegue de procesos de mejora continua para la reducción de costos, aumentar la productividad y el nivel de servicio al cliente. Como el programa *Drawback* que permite la recuperación de impuestos, las empresas reducen sus costos y ofrecen precios y servicios más competitivos.

Para caracterizar el modelo *Drawback* se realizó una Revisión Sistemática de la Literatura de las teorías de Negocios Internacionales, Administración Estratégica, Ventaja Competitiva y *Drawback* y con el estudio del modelo integral de administración estratégica se detectan las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las empresas, para, en base a estas, generar estrategias para la reducción del pago de aranceles.

MÉTODO

En la etapa de revisión de literatura el principal insumo son los libros, artículos científicos y páginas gubernamentales del gobierno mexicano y estadounidense. En la fase de selección se identifican los artículos y libros a través de bases de datos como Google académico, EBSCO, SCIELO, Science direct, JSTOR, SCOPUS, Redalyc, CEDS, entre otras; las palabras clave utilizadas en la búsqueda fueron: *Drawback*, *aranceles*, *negocios internacionales*, *importaciones*, *administración estratégica* y *ventaja competitiva*. En la fase dos se eliminan los artículos duplicados y se excluyen los que no tienen relación o notable contribución con el objeto de investigación; posteriormente en la fase de elegibilidad cada documento se evalúa y en la fase final se decide que documentos incluir en el estudio.

En la primera fase se identificaron en diferentes bases de datos 43 artículos y libros relacionados a los temas de interés negocios internacionales, administración estratégica, ventaja competitiva y *Drawback*; en la fase dos se eliminaron los que no tenían relación con los temas de estudio, no contaban con el enfoque particular de la investigación reduciendo el número a 30 y finalmente se seleccionaron 14 artículos y libros para documentar la investigación. De acuerdo con el análisis realizado, se destacan cuatro temas de interés y se consultaron 14 fuentes bibliográficas (ver tabla 1).

Tabla 1. Frecuencias de acuerdo con factores y autores.

Temas de interés	Autores
Negocios internacionales	[1], [2], [3], [4].
Administración Estratégica	[5], [6], [4], [7].
Ventaja Competitiva	[5], [8], [9].
Drawback	[10], [11], [12], [13], [14].

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

Negocios internacionales

El tema de los negocios internacionales es de vital importancia para esta investigación, ya que el mundo de los negocios ha evolucionado a tal nivel que la competencia se ha vuelto una batalla campal donde las empresas tienen que utilizar el enfoque de administración estratégica para lograr una ventaja competitiva en un entorno globalizado, porque sin duda es la globalización la que ha forzado a las empresas a aplicar estrategias que los lleven a competir el mercado.

Tabla 2. Literatura de Negocios Internacionales.

No.	Nombre del artículo o libro
[1]	Negocios Internacionales: En un mundo globalizado.
[2]	Comercio y marketing internacional.
[3]	Gestión administrativa del comercio internacional.
[4]	Negocios Internacionales. Cómo competir en el mercado global.

Fuente: Elaboración propia.

[1] Expone que los negocios internacionales son las transacciones privadas o gubernamentales que involucran a dos o más países, algunos ejemplos de este tipo de actividad es la compra de materia prima, insumos y componentes en un país y su envío a otro para su procesamiento o ensamblaje, luego el producto terminado se vende en diferentes países, la construcción de una planta en otro país para aprovechar la mano de obra barata, obtener un crédito financiero en otro país, entre otros.

La exportación y la importación son las actividades más propias de los negocios internacionales, la exportación se aplica para vender los productos hechos en un país y la importación se hace para la compra de productos hechos en otro país, ya sea para revender o consumir dichos productos. Las empresas transnacionales ejecutan tanto importaciones como exportaciones, compran insumos de diversos países, los procesan y los exportan a diferentes países del mundo para su venta [1].

[2] Explican la importancia que ha jugado la globalización en los negocios internacionales, debido a que esta ha representado la posibilidad de producir, vender, comprar e invertir en cualquier sitio del mundo donde les resulte más factible hacerlo, sin duda la globalización ha ampliado los mercados, ha incrementado las ganancias y estabilidad de las empresas.

[3] definen el comercio internacional como el intercambio de bienes y servicios entre empresas de dos o más países, el comercio internacional ha evolucionado a través de los años a tal punto que actualmente existen zonas de libre comercio, unión arancelaria, unión aduanera, incluso se generó la integración de bloques

económicos que consiste en la agrupación de países para eliminar barreras comerciales y de esta manera se beneficien los países que forman parte de dichos acuerdos.

La globalización en los mercados consiste en la fusión de los mercados nacionales en un solo mercado mundial, los mercados que se encuentran mayormente globalizados no son lo de productos de consumo sino los de bienes y materiales industriales. La globalización de la producción se refiere a la preferencia de fabricar productos y servicios en diferentes regiones del mundo para aprovechar las ventajas de costo y calidad que oferta cada país [4].

La globalización ha intensificado la rivalidad entre los competidores, aumentado la cantidad de contendientes, han aparecido productos sustitutos y las tecnologías emergentes han vuelto más dinámico el mercado, factores que han ocasionado fuertes presiones al interior de las empresas no solo para conservar su participación en el mercado, sino para aumentarla. En estas condiciones de la competencia, las empresas recurren a la administración estratégica, diseñando y desplegando estrategias que les permitan seguir en el mercado y aumentar su participación.

Administración estratégica

El tópico de administración estratégica es un tema relevante para la aplicación de estrategias, puesto que su misión consiste en crear y conservar una ventaja competitiva.

Tabla 3. Literatura de Administración Estratégica.

No.	Nombre del artículo o libro
[5]	Conceptos de Administración Estratégica.
[6]	Administración estratégica: competitividad y globalización: conceptos y casos
[4]	Negocios Internacionales. Cómo competir en el mercado global.
[7]	Administración estratégica Teoría y casos.

Fuente: Elaboración propia.

[5] Definen la administración estratégica como el arte de formular, implementar y evaluar estrategias que permiten a una empresa alcanzar sus objetivos, esto con el fin de obtener y conservar una ventaja competitiva, un plan estratégico es básicamente el plan de juego de una empresa, en un plan estratégico se eligen las tácticas más rentables para competir con éxito en el mercado.

[5] Afirman que el proceso de la administración estratégica consta de tres etapas: formulación, implementación y evaluación de estrategias, la formulación consiste en desarrollar la visión y la misión, realizar un análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), para identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para

aprovechar las primeras y diseñar estrategias para combatir las segundas. Se pueden diseñar varias estrategias y evaluarlas para seleccionar la más ventajosas, sin duda la evaluación de estrategias es vital para las organizaciones, porque el éxito de hoy no garantiza el éxito de mañana. En la Figura 1 se presenta un modelo de administración estratégica.

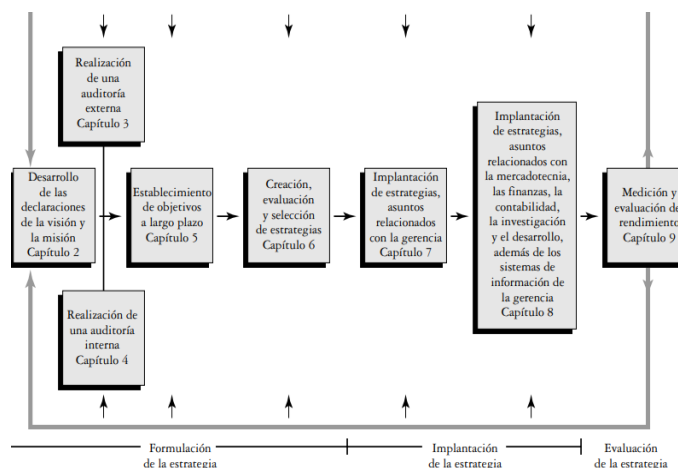


Figura 1. Modelo integral del proceso de administración estratégica.

Fuente: [5].

[6] Exponen que el avance de la globalización ha obligado a las empresas a diseñar e implementar novedosas estrategias para competir en el mercado mundial, la competencia en la economía global ha impulsado el desarrollo de estrategias, específicamente, el proceso de administración estratégica, que es fundamental para que las empresas logren una ventaja competitiva y con esto alcancen rendimientos superiores al promedio. Además, cuando las empresas desarrollan una administración estratégica adquieren capacidades para globalizar sus operaciones.

Una compañía continuamente debe implementar estrategias para crear más valor para sus clientes, en eso consiste el enfoque de la administración estratégica en desarrollar un proceso de mejora continua, planear, organizar, ejecutar y controlar el progreso de las estrategias. Las compañías que implementan estrategias conducen a la organización de forma eficiente, ya que dictan lo que una organización debe y no debe de hacer, por este motivo es importante que las estrategias estén diseñadas y ejecutadas correctamente. El buen desempeño de una organización depende directamente del diseño de su estrategia y la calidad de ejecución de esta [6].

[4] Expone que la estrategia de una empresa consiste en las acciones encaminadas a alcanzar los objetivos establecidos. Los directivos deben establecer estrategias encaminadas a incrementar la rentabilidad y las utilidades

de la compañía; la rentabilidad se incrementa a través de la creación de valor, por este motivo es de vital importancia que se definan claramente sus estrategias para la creación de valor. La importancia de la estrategia radica en que una empresa reduzca sus costos de creación de valor y aumente su rentabilidad.

[7] Contextualizan que la esencia de la administración estratégica consiste en definir las acciones para superar a los rivales de la competencia, adaptarse a los cambios del mercado, manejar cada parte funcional del negocio. En si la administración estratégica es un plan de acción para competir con éxito y operar con rentabilidad, la esencia de la estrategia se basa en competir de manera diferente. En este contexto se puede concluir que una compañía alcanza la competitividad estratégica cuando implementa estrategias que la hacen lograr una ventaja competitiva, una compañía genera esta ventaja cuando aplica estrategias que sus competidores no han aplicado.

Ventaja competitiva

El tema de interés de la ventaja competitiva es clave para el enfoque de esta investigación, porque el objetivo de implementar estrategias es alcanzar una ventaja competitiva.

Tabla 4. Literatura de Ventaja Competitiva.

No.	Nombre del artículo o libro
[5]	<i>Conceptos de Administración Estratégica</i>
[8]	<i>Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia</i>
[9]	<i>Administración Estratégica: teoría y casos.</i>

Fuente: Elaboración propia.

[5] Señalan que la esencia de la administración estratégica es desarrollar y conservar una ventaja competitiva, que es cualquier actividad que una empresa ejecute especialmente bien en comparación a la competencia, o cualquier recurso que la compañía posea y los rivales deseen. Una de las ventajas competitivas ampliamente citada es tener menos activos fijos, estructuras de costos con bajos costos fijos.

Lo que se puede explicar con el caso particular de Apple, quien carece de fábricas propias, mientras que uno de sus principales rivales Sony tiene 57 fábricas de electrónicos, esto ha categorizado a Apple como una empresa financieramente más eficiente. La particularidad de la ventaja competitiva es alcanzar una ventaja competitiva sostenida mediante su adaptación al cambio constante y la efectividad de la formulación, implementación y evaluación de estrategias [5].

[8] Ventaja competitiva es el conjunto de acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible dentro de la industria. Entre las estrategias destacan el liderazgo de costos, es la estrategia que se enfoca en

ofrecer al mercado un producto a menor precio; la diferenciación busca distinguirse de la competencia a través de las características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes y el enfoque consiste en especializarse en un segmento del mercado y explica que las compañías deben diagnosticar la competencia para luego identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en relación con la industria. Una eficaz estrategia comprende acciones ofensivas y defensivas con el fin de que la compañía logre una posición estratégica en el mercado. Para lograr un mejor desempeño frente a la competencia, propone 3 estrategias genéricas:

- Liderazgo global en costos.
- Diferenciación.
- Enfoque o alta segmentación.

[8] También reporta que el liderazgo en costos globales comprende la producción a escala eficiente, porque a través de esta estrategia se pueden reducir los costos por altos volúmenes de producción, control de costos, mayor enfoque en el área de investigación y desarrollo, entre otras medidas. Esta estrategia se enfoca en las acciones para la reducción de costos sin descuidar la calidad o el servicio. La disminución de costos aporta a la compañía rendimientos superiores al promedio de la industria.

[8] Por su parte la estrategia de diferenciación, son las acciones que hacen distinguir al producto como algo único. Un claro ejemplo de la aplicación de esta estrategia es la compañía Caterpillar que es reconocida por la durabilidad y calidad de sus productos, en efecto esta estrategia crea una posición defendible, la aplicación de esta estrategia trae como resultado clientes leales y con esta lealtad se levantan barreras para la entrada de nuevos competidores.

[8] La tercera estrategia genérica es el enfoque, la cual consiste en brindar un servicio de calidad atendiendo las necesidades especiales de los clientes, si se atiende a un segmento del mercado definitivamente se logra la reducción de costos, además los clientes desarrollan lealtad hacia el proveedor debido a la atención enfocada que les ofrecieron.

[9] Afirman que la competencia es una batalla campal, es una carrera sin fin, una empresa tiene una ventaja competitiva cuando su rentabilidad y utilidades son mayores que la rentabilidad promedio de las empresas de la industria, a mayor rentabilidad mayor ventaja competitiva. Las empresas crean una ventaja competitiva a través de la implementación de estrategias, como un conjunto de acciones relacionadas que los gerentes ejecutan para incrementar el desempeño de su empresa.

[9] La estrategia es un conjunto de acciones que diseñan y ejecutan los directivos de una compañía, cuando las

estrategias generan un desempeño superior a la competencia se logra una ventaja competitiva, ya que las estrategias eficientes reducen la estructura de costos de una empresa, precios más bajos, mayor participación en el mercado y un alto grado de rentabilidad frente a sus rivales. Una empresa tiene una ventaja competitiva sobre sus rivales cuando su rentabilidad y crecimiento de utilidades son mayores que las del promedio de empresas que compiten por los mismos clientes.

[9] Confirman que, para lograr un posicionamiento competitivo en el mercado, los administradores deben implementar estrategias que funcionen para distinguirse de sus rivales, los precios bajos son clave para incrementar la rentabilidad, a través de las estrategias se pretende reducir la estructura de costos. También destacan que las empresas que se enfocan en el liderazgo de costos aplican estrategias para reducir su estructura de costos, de manera que puedan vender sus productos a un costo menor que el de sus competidores.

La eficacia de las estrategias produce rentabilidad y crecimiento de las utilidades, lo que a su vez genera valor para los accionistas. Actualmente las empresas se encuentran en un entorno altamente competitivo lo que lleva a los directivos a buscar estrategias que generen ahorros significativos para las empresas [9].

Tal es el caso del programa Drawback que al aplicarse puede generar devoluciones de impuestos significativos, lo que hace que las empresas reduzcan sus egresos y ofrezcan precios más competitivos en el mercado. Es muy frecuente, en la Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicio de Exportación (IMMEX) el despliegue de estrategias para reducción de costos, puesto que constituyen una fuente de ventaja competitiva, una de ellas es el programa Drawback.

Drawback

La literatura del programa de fomento a la exportación Drawback es fundamental para los resultados de esta revisión de literatura, es la esencia de esta investigación. Las empresas que aplican este programa logran una ventaja competitiva frente a los competidores.

Tabla 4. Literatura de Drawback.

No.	Nombre del artículo o libro
[10]	Reflexiones sobre el Drawback y su efecto sobre las exportaciones.
[11]	Drawback como política fiscal: México vs. Brasil.
[12]	Drawback - Información General. SIICEX.
[13]	Acuerdo que modifica al diverso por el que la Secretaría de Economía emite reglas y criterios de carácter general en materia de Comercio Exterior.
[14]	Drawback.

Fuente: Elaboración propia.

[10] Reporta que el *Drawback* en las empresas de Perú forma parte de la estrategia de promoción de exportaciones que implementan los gobiernos con el objetivo de aumentar las exportaciones, mejorar la balanza comercial y promover la competitividad de las empresas exportadoras. El *Drawback*, en el caso peruano, en la medida que restituye un monto mayor al arancel efectivamente pagado, tiene implicancias en las políticas comerciales del país como en la estrategia empresarial, considerando que a largo plazo el *Drawback* debería ceñirse a devolver el arancel pagado.

[11] Fundamentan que el *Drawback* en México surgió en 1995 por la necesidad de diseñar políticas comerciales que impulsen el comercio exterior y por ende el desarrollo económico del país, la Secretaría de Hacienda y Crédito público es quien se encarga de hacer el reembolso a los exportadores que realicen la solicitud de devolución de impuestos y es la Secretaría de Economía quien da respuesta a los tramites de manera total o parcial.

[12] El Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX) establece que el *Drawback* es una práctica internacionalmente aceptada por los países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC), este programa tiene el objetivo de que las mercancías solo paguen impuestos en el país donde son consumidas. Entre los beneficios más importantes de este programa destacan:

- Recuperación de impuestos pagados por las mercancías importadas que retornan en el mismo estado.
- Suministra liquidez en las finanzas de las empresas.
- Promueve el comercio exterior.

[12] El Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX) establece dos tipos de modalidades de Drawback en México:

- Materiales transformados: Mercancías importadas utilizadas para la manufactura de un producto de exportación.
- Mercancías que retornan al extranjero en el mismo estado: Esta modalidad es aplicada en mercancías que se exportan en la misma condición que fueron importadas, es decir que sus condiciones no fueron alteradas.

La modalidad más utilizada en México es el retorno de las mercancías en el mismo estado, que representa el 97% de las solicitudes durante el 2013.

[13] Establece en el Acuerdo por el que la Secretaría de Economía emite reglas y criterios de carácter general en materia de Comercio Exterior, que la devolución de

impuestos (Drawback) es un programa de fomento al comercio exterior, en el que los exportadores pueden obtener la devolución del impuesto general pagado por la importación de mercancías incorporados a mercancías de exportación o productos que retornan al extranjero en el mismo estado o que hayan sido sometidas a procesos de reparación o alteración.

En lo que se refiere a *Drawback* en los Estados Unidos de América *Customs and Border Protection* (CBP) es la devolución de derechos de aduana, ciertos impuestos de rentas internas y ciertas tasas que han sido recaudadas legalmente en el momento de la importación. El reembolso se administra después de la exportación o destrucción del producto o artículo sustituido importado que ha sido fabricado a partir del producto importado/sustituido [14].

El U.S. *Customs and Border Protection* (CBP) establece los siguientes tipos de *Drawback*:

- **Fabricación de Identificación directa:** Este tipo de drawback se refiere a que las mercancías fabricadas en Estados Unidos con materias primas importadas de diferentes países, una vez exportado o destruido el producto final, se puede recuperar el 99 por ciento de los impuestos sobre las mercancías importadas.
- **Fabricación por sustitución:** Si la mercancía importada se utiliza para fabricar productos para exportación, al momento de exportarlo se presenta la oportunidad de obtener una devolución del 99 por ciento de los impuestos pagados por la importación de la materia prima, insumos o componentes.
- **Mercancía rechazada:** Si las mercancías que se exportan son rechazadas por el cliente, los impuestos pagados podrán recuperarse como devolución.
- **Impuesto sobre la renta interna:** Para productos de exportación elaborados con alcohol nacional, se podrá efectuar una recuperación de impuestos pagados por el alcohol nacional.
- **Sal (Pescado):** Si se utiliza sal importada para curar el pescado para exportación, se pueden remitir los derechos sobre la sal.
- **Sal (Carne):** Si se utiliza sal importada para curar la carne para exportación, se pueden remitir los derechos sobre la sal.
- **Materiales de construcción:** Si se utilizan materiales importados para construir embarcaciones extranjeras, se pueden recuperar los impuestos de los materiales utilizados siempre que la embarcación haya sido exportada.
- **Materiales de reparación:** Si la mercancía importada a los Estados Unidos se utiliza para

reparar motores de aviones fabricados originalmente en el extranjero, los derechos pagados sobre las mercancías importadas se podrán recuperar en montos no inferiores a 100 dólares cuando los motores se exporten.

- **Mercancía no utilizada:** Si la mercancía importada no se utiliza y se exporta o destruye bajo vigilancia aduanera, el 99 por ciento de los impuestos pagados por las mercancías pueden recuperarse a través de Drawback.
- **Mercancía no utilizada de sustitución:** Si la mercancía es comercialmente intercambiable con mercancías importadas sobre las que haya pagado cualquier impuesto en virtud de la Ley Federal por razón de su importación, se exporta o se destruye bajo vigencia aduanera y al momento de la exportación o destrucción no se ha utilizado, el 99% por ciento de los impuestos podrán recuperarse como devolución.
- **Sustitución de derivados del petróleo terminados:** Si los artículos exportados cumplen con la definición de “artículo elegible” o son Drawback devolución de ciertas exportaciones del mismo tipo y calidad que los artículos calificados, entonces el 99 por ciento de los impuestos pagados podrán recuperarse.
- **Material de embalaje:** Si se utiliza material de embalaje importado para embalar la mercancía al exportarse o destruirse se puede recuperar el 99 por ciento de los aranceles pagados por material de embalaje.
- **Material de embalaje producido en EUA:** Material de embalaje que es producido en Estados Unidos que es utilizado por el fabricante para artículos que se exportan, el material utilizado para producir el embalaje será elegible para devolución después de haberlo exportado o destruido.
- **Materiales recuperados:** El término “destrucción” incluye un proceso mediante el cual los materiales se recuperan de la mercancía o de un artículo fabricado a partir de mercancías importadas. En la determinación el importe de los derechos a rembolsar, el valor de los materiales recuperados (incluido el valor de cualquier beneficio fiscal o pago de regalías) correspondiente al reclamante del reintegro se deducirá del valor de las mercancías importadas que se destruyan, o del valor de las mercancías utilizadas en la fabricación del artículo.

[14] Afirma que cualquier arancel, impuesto o tarifas por pago de importación de mercancías no utilizadas antes de la exportación o destrucción es elegible para la recuperación, se permitirá la devolución de impuestos de mercancías importadas si la mercancía se exporta o se destruye en un periodo máximo de cinco años posterior a la fecha de importación.

[14] Determina que en el momento que un reclamo este completo y cumple con todos los requisitos de la devolución, se verifica el monto de la devolución y se liquida el entry por el reembolso por el reembolso total, la devolución es pagadera al exportador o destructor a menos que se haya otorgado el derecho a reclamar la devolución a un tercero.

[11] Exponen que desde que se implementó el programa Drawback en México las exportaciones han aumentado, este régimen ha representado una oportunidad para los exportadores que utilizan insumos importados en sus procesos productivos. Sin duda este mecanismo fomenta la competitividad de las empresas y estimula el desarrollo de las naciones.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En esta sección se presenta la discusión de los resultados obtenidos de la revisión de literatura. El número de artículos revisados fueron 43, después de una evaluación, siguiendo los criterios sobre los cuatro temas de interés para esta investigación, se fueron filtrando hasta quedar con un total de 14 artículos.

Los negocios internacionales han intensificado la rivalidad entre los competidores, lo que ha llevado a las empresas a la búsqueda de competitividad estratégica y es la administración estratégica, la cual permite a las compañías generar una ventaja competitiva, sin embargo, en un mundo de contante evolución las empresas deben trabajar en base a la filosofía de la administración estratégica.

En cuestión de este estudio, se identificó que es vital que las organizaciones que se enfoquen en la administración estratégica, esto con el fin de implementar estrategias y desarrollar una ventaja competitiva sostenible; el programa de fomento a la exportación “Drawback” es una oportunidad de generar una ventaja competitiva a través de la reducción del pago de aranceles, lo que conduce a las compañías a alcanzar una ventaja competitiva en el liderazgo de costos.

CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo fue realizar una revisión de literatura para generar estrategias para la reducción del pago de aranceles. A través de la literatura se determinó que la estrategia de aplicación del programa Drawback conduce a las empresas a generar ahorros significativos, de esta manera se logra una ventaja competitiva de liderazgo en costos. Por lo tanto, las empresas que lo apliquen disminuirán sus costos.

Los resultados indican que la aplicación de este modelo lleva a las empresas a alcanzar una ventaja competitiva sostenible. Sin embargo, en un mundo de constante evolución, se recomienda evaluar continuamente a las

empresas a atreves del modelo integral del proceso de administración estratégica, para identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas y generar estrategias en base a estas, porque el éxito de ayer no garantiza el éxito del mañana.

FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación presenta, por medio de revisión de literatura, los temas de interés que fueron considerados por algunos autores como significativos y de importancia para la implementación de estrategias para lograr una ventaja competitiva a través de la reducción del pago de aranceles, sin embargo, no existen casos de estudios que analicen con rigor el impacto de este programa en las organizaciones y gobierno. Por lo tanto, se considera que esto puede representar casos de estudios y experimentación. La información obtenida podría ser útil para establecer estrategias que reduzcan el pago de aranceles.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Cue Mancera, A. (2015). Negocios Internacionales: En un mundo globalizado. En A. Cue Mancera, *Negocios Internacionales: En un mundo globalizado*. México: Grupo Editorial Patria S.A. de C.V.
- [2] Lerma Kirchner, A., y Márquez Castro, E. (2020). *Comercio y marketing internacional*. México, D.F.: Cengage Learning Editores, S. A. de C. V.
- [3] Urrosolo Muños, M. J., y Martínez Martínez, E. M. (2018). *Gestión administrativa del comercio internacional (Spanish Edition)*. Madrid, Espana: Ediciones Paraninfo, S.A.
- [4] Hill, C. W. (2021). *Negocios Internacionales. Cómo competir en el mercado global*. México, D.F.: McGraw-Hill/interamericana editores, S.A. de C.V
- [5] David, F., y David, F. (2017). *Conceptos de Administración Estratégica*. Ciudad de México: Pearson Educación De México, S.A. De C.V.
- [6] Hitt, M., Hoskisson, R., y Ireland, R. (2015). *Administración estratégica: competitividad y globalización: conceptos y casos*. México, D.F.: CENGAGE Learning.
- [7] Thompson, A., Strickland III, A., Janes, A., Sutton, C., Peteraf, M., y Gamble, J. (2018). *Administración estratégica Teoría y casos*. Ciudad de México: McGraw-Hill Education.
- [8] Porter, M. E. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.
- [9] Hill, C., y Jones, G. (2019). *Administración Estratégica: teoría y casos. Un enfoque integral*. México: Cengage Learning.
- [10] Duarte Cueva, F. (2011). *Contabilidad y Negocios. Reflexiones sobre el Drawback y su efecto sobre las exportaciones*.
- [11] Espinosa Lagunes, N., Ortiz Anaya, A., Peña Ordaz, D., Plaza Escamilla, N., Solís Ríos, D., y Gómez Yáñez,

A. (2022). Drawback como política fiscal: México vs. Brasil. *ceds*, 1-10.

[12] Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX). (s.f.). *Drawback - Información General*. SIICEX.

<http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/Transparencia/DWBK/dwbk-infgeneral.htm>

[13] DOF. (2017). *Acuerdo que modifica al diverso por el que la Secretaría de Economía emite reglas y criterios de carácter general en materia de Comercio Exterior*. Ciudad de México: Diario Oficial de la Federación.

[14] U.S. Customs and Border Protection. (Julio 2013). *Drawback*. Washington, DC : U.S. Customs and Border Protection.

	Jorge Adolfo Pinto Santos (Apoyo)
Supervisión	Lizette Alvarado Tarango (Igual) Salvador Noriega Morales (Igual)
Administración de Proyectos	Evelin Olivas Mata (principal) Lizette Alvarado Tarango (Igual)
Adquisición de fondos	Evelin Olivas Mata (principal)



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución 4.0.

Rol de Contribución	Autor (es)
Conceptualización	Evelin Olivas Mata (principal) Eduardo Rafael Poblano Ojinaga (Igual) Salvador Noriega Morales (Igual)
Metodología	Evelin Olivas Mata (principal) Lizette Alvarado Tarango (Igual) Eduardo Rafael Poblano Ojinaga (Igual)
Software	Evelin Olivas Mata (principal)
Validación	Eduardo Rafael Poblano Ojinaga (Principal) Perla Ivette Gómez Zepeda (igual) Jorge Adolfo Pinto Santos (Apoyo)
Análisis Formal	Evelin Olivas Mata (principal) Lizette Alvarado Tarango (Igual) Eduardo Rafael Poblano Ojinaga (Igual)
Investigación	Evelin Olivas Mata (Principal) Eduardo Rafael Poblano Ojinaga (Igual) Salvador Noriega Morales (Igual)
Recursos	Evelin Olivas Mata (principal) Perla Ivette Gómez Zepeda (Igual)
Escritura - Preparación del borrador original	Evelin Olivas Mata (principal) Lizette Alvarado Tarango (Apoyo)
Visualización	Evelin Olivas Mata (principal) Salvador Noriega Morales (Apoyo)