

EL MONOPOLIO DEL AGENTE ADUANAL EN EL DESPACHO ADUANERO EN MÉXICO

THE MONOPOLY OF THE CUSTOMS BROKER IN CUSTOMS CLEARANCE IN MEXICO

Mizraim Martínez Hernández¹, Ivonne López Hernández², Luis Gerardo Jiménez Iriarte³, Melissa López Orozco⁴

Resumen

La actual reforma a la legislación aduanera en México se centró en tres grandes pilares como el combate a la corrupción, la evasión fiscal y el contrabando, buscando un fin recaudatorio y dejando hasta el último término la modernización de la operación aduanera. Sin embargo, en su tesis central para justificar dicha reforma, se deja como chivo expiatorio a los agentes aduanales como el actor principal de los tres grandes males antes mencionados. Esta tesis puede ser poco sustentada debido a la existencia de barreras legales en el proceso para obtener una patente de Agente Aduanal en México. En este sentido, los promoventes para realizar el despacho aduanero de mercancías en México (Despacho), presenta un bajo nivel de oportunidad competitiva dentro del gremio

Abstract

The current reform to Mexico's customs legislation focused on three main pillars: combating corruption, tax evasion, and smuggling, seeking to raise revenue and focusing on modernizing customs operations. However, its central thesis justifying this reform is to scapegoat customs brokers as the main perpetrators of the three major ills mentioned above. This thesis may be weakly supported due to the existence of legal barriers in the process of obtaining a Customs Broker license in Mexico. In this sense, those seeking to perform customs clearance of goods in Mexico (Clearance) face a low level of competitive opportunity within the customs and foreign trade sectors, due to its highly secretive nature and its direct ties to the State. This paper analyzes the role of the Customs Broker's patent in the context of a Customs Clearance

¹Mizraim Martínez Hernández

Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo

mmartinez@upmh.edu.mx  <https://orcid.org/0000-0003-0153-9721>

² Ivonne López Hernández

Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo

ilopez@upmh.edu.mx  <https://orcid.org/0000-0001-9869-997X>

³ Luis Gerardo Jiménez Iriarte

Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo

193110766@upmh.edu.mx  <https://orcid.org/0000-0001-8411-7801>

⁴Melissa López Orozco

Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo

193110720@upmh.edu.mx  <https://orcid.org/0000-0001-8411-7801>

aduanero y del comercio exterior, en virtud de ser una figura muy hermética y de estar ligada directamente con el Estado. En este trabajo, se analiza el papel de la patente del Agente Aduanal en el contexto de un monopolio en el Despacho, distinguiendo las competencias de las figuras que están facultadas para llevar a cabo el mismo, y destacando los requisitos que se deben cumplir para tener dicha facultad. Arrojando como resultado una propuesta para crear una figura alterna al Agente Aduanal que cuente con facultades para llevar a cabo el despacho aduanero de mercancías, a través de realizar modificaciones en el procedimiento y los requisitos que se necesitan para la obtención de la patente aduanal, ya que las figuras alternas estipuladas actualmente en el artículo 40 de la Ley Aduanera, no logran ser homólogas, en virtud que cada una cuenta con distintos derechos, obligaciones y requisitos para operar, estableciendo una competencia desleal en este sector.

Palabras clave: Despacho Aduanero, Monopolio, Agente Aduanal, Competencia Económica.

monopoly, distinguishing the powers of the entities authorized to carry out such duties and highlighting the requirements that must be met to have such authority. The result is a proposal to create an alternative entity to the Customs Broker with the authority to carry out customs clearance of goods, by making modifications to the procedure and requirements necessary to obtain a customs patent. The alternative entities currently stipulated in Article 40 of the Customs Law are not homologous, as each one has different rights, obligations, and requirements to operate, thus creating unfair competition in this sector.

KeyWords: Customs Clearance, Monopoly, Customs Agent, Economic Competition.

Recibido: 08 de enero de 2026 **Aceptado:** 25 de enero de 2026

Introducción

En México, el tema de oligopolio en el comercio exterior se puede concebir alrededor de la figura del Agente Aduanal, derivado de la presencia de barreras legales para poder obtener una patente que autorice realizar el despacho aduanero de mercancías, propiciando con ello un bajo nivel de oportunidad competitiva en el mercado laboral para los profesionales.

Hoy en día, la importancia de la aduana radica en mantener un control de los productos que llegan al país. Aunque si bien se protege la mercancía de los robos, desde un inicio se crea un ambiente en el que se puede incurrir en actos de corrupción al designar a una sola figura con ese grado de autoridad. Esto de forma que es posible la creación de sistemas o rutas ilegales para actos ilícitos como lo es el contrabando.

Posteriormente se fueron realizando distintas modificaciones a la forma de regular la entrada y salida de mercancías del territorio nacional, sin embargo, todo parte de una organización oligopólica. En el año de 1728 se expidió una cédula a cargo del oficial de justicia o regidor sin la que la mercancía no

podía llegar a tierra. Al adelantarse a 1884 por orden presidencial se creó la Aduana de México en el antiguo edificio de la Casa de Contratación y de la Real Aduana en la Plaza de Santo Domingo (Grupo 4PL, 2019).

Se puede considerar que esta cédula le otorgaba el poder solo a ciertas personas para que regularan la mercancía, y si bien se tuviese que seguir una normatividad, no se puede asegurar que el criterio o los intereses propios no influyeran. En adición, los consignatarios eran los únicos con facultad de tratar temas con relación a las operaciones aduaneras, siendo considerados los precedentes de los Agentes Aduanales, es por ello que se considera que la figura del Agente Aduanal en México fue creada durante 1885 (Velázquez & Galicia, 2018).

No obstante, en 1891 los despachos aduaneros que se realizaban eran mal direccionados, incluso estaba permitido que fuera realizado por extranjeros. Derivado de dicha dirección, se comenzó la planeación del diseño de una figura con la capacidad para representar a la aduana (Estrategia Aduanera, 2022), sin embargo, esta no fue regulada hasta 1918 como coadyuvante del Estado (Editorial Aduanas, 2018).

Y no se hizo oficial hasta dos días después que se realizó la publicación en el Diario Oficial de la Federación (DOF) con el Decreto de Derechos y Obligaciones de los Agentes Aduanales, donde se presentaba a la nueva figura otorgándole méritos jurídicos, siendo la encargada de las operaciones de comercio exterior del país, la cual, con el paso del tiempo logró obtener el cargo del 90% de las mercancías que se introducían y se extraían de territorio nacional (Velázquez & Galicia, 2018).

Dicho control se enfatiza más con la patente del Agente Aduanal, de forma que, en la actualidad, al 31 de enero de 2022 se tienen registradas un total de 817 patentes aduanales en México (SAT, 2022).

En el 2022 se otorgaron 6 patentes donde 5 fueron otorgadas a hombres y 1 a una mujer, mientras que en el 2021 se otorgaron 64 patentes otorgando 46 a hombres y 18 a mujeres, por último, en el 2020 se otorgaron 13 patentes, las cuales 6 fueron para hombres y 7 a mujeres (SEGOB, s.f.), actualizando la cifra que proporciona el SAT con las patentes otorgadas hasta el 31 de enero de 2022 se tienen en total de 822 patentes de Agentes Aduanales.

De igual importancia, se debe resaltar que aun cuando se tiene una normativa para la obtención de una patente, no se garantiza que cumpliendo con el perfil solicitado se consiga ser Agente Aduanal ya que el sistema está condicionado por diversos intereses de personas con poder.

Lo anterior se ve reflejado en el hecho de que por más de 23 años no se ha publicado una convocatoria abierta para la obtención de patente de Agente Aduanal, lo cual implicó un juicio de amparo llevado a cabo por un ciudadano que demandó al gobierno por la omisión de la convocatoria de obtención de patente de Agentes Aduanales por 20 años (Estrategia Aduanera, 2022).

Ante esta situación, se tiene como último registro de convocatoria de obtención de patente publicada en el DOF el 8 de febrero de 1994 tanto para Agente Aduanal o una Autorización de Apoderado Aduanal (SEGOB, 1994)

Por consiguiente, las cifras de importadores y exportadores del país son muy altas tal como se menciona en el directorio de la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana

(ANIERM), en donde se pueden identificar a más de 4,000 importadores, exportadores y prestadores de servicios (ANIERM, 2020).

Por su parte en el Padrón de Importadores del SAT se encuentran 123,405 registros de contribuyentes activos, así como en el Padrón de Importadores con Sectores Específicos hay 31,687 registros, y en el Padrón de Exportadores sectorial hay 12,726 registros, los anteriores datos con fecha de corte al 30 de noviembre de 2022, y cabe destacar que un contribuyente puede tener padrón general y ambos sectoriales (SAT, s.f.).

Lo cual muestra la cantidad de operaciones de comercio existente que se realizan en el país, las cuales para agilizar las importaciones o exportaciones se requiere de más personas acreditadas para despachar la mercancía.

Es así que se puede realizar una analogía del oligopolio que se ha creado por la figura del Agente Aduanal, ya que el SAT ha limitado y determinado el número de patentes al año a otorgar haciendo limitativo este servicio para las empresas y con poca oportunidad de ser parte del sector.

Desde la Ley Aduanera publicada en el DOF el 15 de diciembre de 1995, se establecía en el artículo 40 que las empresas que quisieran importar o exportar debían contar con un Agente Aduanal como consignatario o mandatario, o bien un apoderado aduanal para realizar el despacho de las mercancías obligatoriamente, lo cual generó el comienzo de un oligopolio en el sector (López, 2015).

En el mismo orden de ideas, se puede interpretar la poca o nula oportunidad que tenían las empresas para realizar sus importaciones o exportaciones por cuenta propia, sin la intervención de una figura con la capacidad legal para realizar el despacho aduanero de las mercancías.

De este modo, el Agente Aduanal o Apoderado Aduanal podría realizar los despachos de las mercancías, necesario para contar con la autorización del Estado a través de un derecho otorgado por el mismo, el cual fue denominado patente aduanal.

Sin embargo, solo algunas personas podían obtener la patente para tener la facultad de realizar el despacho aduanero de mercancías, la asignación por parte del

gobierno federal no era totalmente transparente. Lo cual a su vez afectaba en el costo y precio final de los productos del comercio exterior debido a que se debía sumar el pago que se le realizaba al Agente Aduanal o en su caso a la Agencia Aduanal (López, 2015).

Es por ello que con la reforma de la de Ley Aduanera del 1 de enero de 2002, se adiciona la fracción VII del artículo 163 y el artículo 163-A, donde se creó la figura del Agente Aduanal adscrito o sustituto con el fin de que los profesionistas que quisieran dedicarse al ámbito aduanero pudieran especializarse al obtener mayores conocimientos y a su vez preservar a las agencias aduanales, mismo que fue derogado posteriormente.

Lo anterior funcionaba de forma que el Agente Aduanal podía designar por única vez a una Persona Física para que tomara su lugar obteniendo con ello su patente aduanal pudiendo actuar en la aduana de adscripción original y en tres adscritas, aunque este sustituto no podía a su vez designar a otro, sino que ahora lo haría el SAT por solicitud (Melgoza, 2014), lo cual incluso podría ser denominado nepotismo.

En 2013, por medio del Cuarto Transitorio del Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Aduanera, todas las autorizaciones que fueron aprobadas para Agentes Aduanales sustitutos quedaron sin efecto, lo cual es inconstitucional debido a que el artículo 14 constitucional establece el principio de irretroactividad (Melgoza, 2014).

Aunque cabe aclarar que en ciertos casos los Agentes Aduanales sustitutos podían acreditar ante la Administración General de Aduanas (AGA) que habían sido ratificados o podían obtener el Acuerdo de Autorización de Agente Aduanal Sustituto (Melgoza, 2014).

En la Conferencia Ministerial de Bali de 2013 llevada a cabo por miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC), se culminó el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) que entró en vigor el 22 de febrero de 2017 (OMC, 2014).

En dicho acuerdo, en el punto 6 de su artículo 10 referente a Formalidades en relación con la importación, exportación y el tránsito, se establece que el recurso de los agentes de aduanas ya no es obligatorio,

además de que se deben de aplicar normas objetivas y con transparencia respecto a la concesión de licencias a agentes de aduanas (OMC, 2014).

Lo que demuestra que, en efecto, la ausencia de un Agente Aduanal, o al menos en el sistema actual, puede ayudar a que las operaciones de comercio exterior se lleven a cabo más fácilmente. Reconociendo que el otorgamiento de patentes no es transparente.

En consecuencia, el artículo 40 de la Ley Aduanera menciona que las personas morales que no cuenten con un Agente Aduanal o una Agencia Aduanal deben realizar el despacho aduanero a través de su Representante Legal, previamente acreditado por el SAT. Además de que las personas físicas que realicen el despacho de mercancías sin un Agente Aduanal o una Agencia Aduanal lo que deben de cumplir es lo estipulado en el Reglamento de la Ley Aduanera (2015).

A pesar de ello, el resto de las figuras acreditadas no cuenta con las mismas condiciones que el Agente Aduanal, por lo que no se cumple el factor de competitividad.

Se puede destacar que el Agente Aduanal, es un particular, por lo que sus intereses no son los de cuidar el patrimonio del Estado, ya que en ningún momento el Agente Aduanal tiene la capacidad y/o autoridad de actuar como un servidor público, sin embargo, existen escenarios donde el Estado puede ver al Agente como uno por las contribuciones al comercio exterior que realiza (López, 2017).

Es así que el otorgamiento de la patente corre a cargo de la Administración Pública Federal y los requisitos para obtenerla son básicamente cumplir con lo solicitado para ser un Agente Aduanal, otorgando con ello distintos derechos y obligaciones (López, 2017).

Por su parte derivado de dicha regla, al 13 de enero de 2023 se encontró que, de las 6 patentes otorgadas en 2022, todas fueron asignadas a través del acuerdo de otorgamiento de patente de Agente Aduanal por sustitución (DOF, 2023).

Por otro lado, las 64 patentes otorgadas en 2021 todas fueron otorgadas de igual manera por el acuerdo de otorgamiento de patente de Agente Aduanal por sustitución

y finalmente en el 2020 las 13 patentes otorgadas fueron igualmente otorgadas por el mismo acuerdo (DOF, 2023).

Es importante, analizar la figura del Agente Aduanal como monopolio en la gestión del despacho aduanero de mercancías en México, mediante un estudio histórico comparativo sobre la competitividad en el sector aduanero, contribuyendo a la disminución de los tiempos y costos en las operaciones aduaneras.

En la actualidad, el artículo 159 de la Ley Aduanera (1995) establece que la persona física acreditada por el SAT para llevar a cabo el despacho de mercancías por cuenta ajena es el Agente Aduanal, siempre y cuando cuente con una patente.

Por lo que se puede interpretar que las patentes otorgadas desde la última convocatoria han sido asignadas por medio de contactos entre grupos sociales con un alto nivel socioeconómico, que son personas con facilidades para realizar sus estudios a nivel licenciatura en el extranjero y en universidades de alto prestigio de México, a lo cual solo una parte muy reducida de la población tiene acceso.

Durante los últimos 3 años se otorgaron un total de 83 patentes de Agente Aduanal (HCU, 2023), aunque el que todas las patentes hayan sido concedidas a través del acuerdo de otorgamiento de patente de Agente Aduanal por sustitución, implica que no exista un área de oportunidad para los profesionistas que tiene la capacidad de obtener una.

Metodología

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, debido a que se orienta al análisis e interpretación de fenómenos jurídicos, históricos y sociales, privilegiando la comprensión del contexto y la evolución normativa.

El nivel de la investigación es exploratorio, ya que el tema se aborda con la finalidad de examinar, identificar y comprender elementos teóricos, históricos y normativos que permitan construir una base de análisis suficiente sobre la figura de la patente de agente aduanal. Este nivel permite aproximarse al problema de estudio, reconocer sus principales características y delimitar sus implicaciones en el ámbito jurídico y social.

El estudio se enmarca dentro de un diseño socio jurídico-histórico, en virtud de que analiza el fenómeno jurídico no sólo desde la norma, sino también desde su evolución histórica, su contexto social y sus efectos en la realidad. Este enfoque permite comprender el origen, desarrollo y transformación de las instituciones jurídicas objeto de estudio.

Asimismo, la investigación adopta el método histórico, el cual permite examinar los antecedentes, evolución y cambios del fenómeno jurídico a lo largo del tiempo, identificando las etapas más relevantes y los factores que han influido en su configuración actual.

De igual forma, se emplea el método comparativo, mediante el cual se contrastan distintos marcos normativos, criterios doctrinales o modelos jurídicos, con el propósito de identificar semejanzas, diferencias, avances y áreas de oportunidad que sirvan como base para la formulación de una propuesta.

El estudio es de carácter documental, ya que la información se obtiene principalmente de fuentes escritas, tales

como legislación, libros especializados, artículos académicos, informes institucionales y otros documentos relevantes para el análisis del tema.

La investigación es no experimental, dado que no se manipulan variables ni se interviene en el fenómeno estudiado; únicamente se observa, analiza e interpreta la información disponible en las fuentes documentales.

Desarrollo

Analizar hoy en día la teoría de la ventaja competitiva la cual es utilizada como una guía metodológica para llevar a cabo análisis internos y externos en una empresa u organización, esto con el motivo de saber dónde implementar estrategias para el desarrollo de los bienes o servicios ofrecidos.

Dicha teoría de Michael E. Porter pretende demostrar cómo es que la competitividad de una organización está influida por la estrategia que se elija. La diferencia se encuentra en la capacidad para conseguir la máxima utilidad (Banda, 2012).

Por lo que se refiere a desempeñarse de manera constante más que la mayoría para así sobresalir, y es considerada como una herramienta para la gestión (Porter, 1980).

Esta se compone de diversos factores que contribuyen a sobresalir de entre los demás con el desenvolvimiento de nuevas capacidades, donde las características que se deben de considerar para tener una ventaja competitiva son las siguientes:

- Que sea único.
- Que sea posible mantenerla.
- Que sea mejor a la de los competidores.
- Que se pueda aplicar a distintas situaciones del mercado (Banda, 2012).

Por las consideraciones anteriores, se observa que se puede ser competitivo en distintas áreas, sin embargo, de acuerdo con Porter (1991), se debe tener como objetivo primordial crear un alto nivel de vida para la población que se encuentra en constante crecimiento.

Lograrlo no depende de la competitividad sino más bien de cómo se aprovechan los recursos, de la calidad y de la eficiencia. Por lo que la productividad es uno

de los factores que determina el nivel de vida de una sociedad, ya que si se manejan bien los recursos humanos, aumentan los salarios y si se maneja bien el capital, se obtienen mayores beneficios.

Es así que la competitividad va entonces a determinar si se tiene éxito o no. Por lo que el objetivo de una nación es que sus empresas u oferentes obtengan una posición que sea rentable a través del fortalecimiento de aquellos elementos que determinan la competitividad en la industria, generando a su vez, valor para los consumidores (Porter, 1987).

Así mismo, establece que existen dos tipos de ventajas competitivas, la primera es el liderazgo en los costos que implica producir un producto gastando lo menos posible, y la segunda es la diferenciación del producto que significa, como el nombre lo indica, tener características diferentes a las de los competidores.

Cabe destacar que para formular una adecuada estrategia competitiva, deben considerarse factores claves internos como las fortalezas, debilidades y valores. Estos últimos contemplan las motivaciones y

necesidades, así como factores externos que implican amenazas y oportunidades del sector, y las expectativas más altas que tiene la sociedad (Porter, 1980).

Los análisis que utilizan los factores internos y externos sirven para la elaboración de estrategias que pueden dar solución a más de un problema a la vez, sin embargo, la elaboración de un estudio así depende de factores como lo es el tiempo y el tamaño de la empresa u organización que lo elabore.

Dicho lo anterior, para obtener la ventaja por diferenciación es oportuno que se cuente con una o varias características únicas en la industria o sector, aunque lo ideal es que sea más de una. Sin embargo, los costos deben estar acorde a la percepción de precio adicional, lo que quiere decir que no se deben sobrepasar los costos para que el precio sea justificable con base en las características que se ofrecen (Porter, 1980).

En este contexto, para crecer en un mercado donde existe ya una oferta satisfaciendo una demanda, es necesario implementar diferenciadores, sin importar que se está ofreciendo un servicio o un producto,

de esta manera una empresa está siendo directamente competitiva en su mercado.

Además, el modelo de la teoría establece que, para posicionarse en un lugar favorable dentro de una industria, es necesario tomar acciones que sean defensivas u ofensivas.

Y cabe destacar que, entre los requerimientos para continuar con la ventaja, se debe tener una reputación corporativa que sea identificada como de calidad, una larga tradición en el sector, o bien, combinar aptitudes propias de otras empresas.

Por lo que, tener este tipo de competitividad genera clientes leales, generando poder frente al comprador, debido a que no hay competidores con las mismas características con los cuales puedan acudir. Aunque existe el riesgo de que no se pueda mantener la ventaja competitiva o bien que, al evolucionar el sector, la ventaja que se tenía ya no tenga valor (Porter, 1980).

Es por ello que se es competitivo cuando se pueden utilizar adecuadamente los recursos con los que se cuenta, esto implica saber administrarlos de manera eficiente. En caso de ser un país u organización, al llevar

una buena administración de recursos, se le puede dar un adecuado nivel de vida a los habitantes o miembros, considerando que se deben mantener constantemente innovando (Buendía, 2013).

Es importante no conformarse con una ventaja competitiva, sino que es recomendable buscar áreas de oportunidad que puedan convertirse en más ventajas, esto debido a que nunca se puede estar seguro de cuánto tiempo va a durar la ventaja con las que se cuenta (Banda, 2012).

Por lo que se debe tomar en cuenta cómo es que se va a competir en el mercado, estableciendo objetivos y políticas necesarias para alcanzarlos (Porter, 1980).

En tal sentido, para medir la competitividad existen organizaciones que lo hacen. Una de ellas es el Foro Económico Mundial o por sus siglas en inglés WEF, que publica cada año un Reporte Global de Competitividad (RGC), que ayuda a los empresarios y políticos a analizar qué barreras existen para mejorar (Buendía, 2013).

Lo anterior se realiza por medio del Índice Global de Competitividad (IGC), integrado de tres subíndices los cuales son: factores potenciadores de eficiencia, la innovación y la sofisticación de los factores. Estos a su vez se integran de doce pilares para identificar las etapas del desarrollo de los Estados (Buendía, 2013).

En consecuencia, para ser exitoso es necesario contar con una ventaja competitiva en el mercado, lo que genera a su vez un crecimiento económico constante y a largo plazo. Para ello, es esencial que exista un ambiente adecuado, lo que a su vez implica tener ciertos factores como lo son:

- El capital humano.
- Infraestructura económica.
- Leyes en materia de competencia.
- Apoyos e incentivos (Buendía, 2013).

Por su parte, Porter (1990, como se cita en Mayorga & Martínez, 2008) considera que el éxito obtenido internacionalmente de un país sobre una empresa en particular es gracias a cinco características:

1. La dotación de factores.
2. Las especificaciones de la demanda.
3. Las industrias conexas junto con las estrategias.

4. La estructura.

5. La competencia de las empresas.

A estas características les llamó los componentes del diamante, sosteniendo que el éxito va en función directa a la correspondencia entre todos las características.

Posteriormente Porter agregó la existencia de dos características más que reforzaban la teoría, la innovación y el gobierno. Es así que cada componente del diamante contribuye al éxito que se tiene internacionalmente y dependen unos de otros trabajando como un sistema (Buendía, 2013).

Es este mismo contexto de ideas se puede mencionar que Porter (1991) plantea que no hay una definición estricta de lo que es la competitividad ya que esta depende del contexto al que se quiera aplicar. Aunque cabe aclarar que, por la semántica, la palabra competitividad está relacionada a la acción de competir (Morales & Pech, 2000).

Así mismo Obando (2016) comenta que dicho concepto se puede explicar con base en distintos autores, señalando que la

competitividad es la capacidad de mejorar las habilidades a nivel global.

La competitividad en un mercado es importante ya que está da pauta a que las empresas de distintos sectores realicen esfuerzos para mejorar las distintas áreas en sus capacidades, así como demostrar la facilidad que tienen para adaptarse a los cambios internos y externos que se presenten.

Así mismo, Horta y Jung (2002), hacen mención de que para alcanzar un nivel competitivo es necesario realizar un esfuerzo continuo hacia la diferenciación, por lo que los resultados se obtienen a largo plazo. Y en medida de que el número de competidores aumenta, se genera un constante esfuerzo por innovar y mejorar la eficiencia de los procesos, lo cual beneficia directamente a la ciudadanía al obtener productos y servicios de mayor calidad (SE, 2011).

Retomando el párrafo anterior, dentro de la competitividad encontramos a la mejora continua, pues si bien es un concepto utilizado mayoritariamente en el área de Calidad, este puede aplicarse en la competitividad pues la calidad es uno de los

principales indicadores, esto porque las empresas y organismos utilizan la calidad como un diferenciador.

Por lo anterior se puede hacer la diferenciación de que es viable implementar el concepto sobre una empresa, un sector o un país. Como empresa, a nivel nacional la competitividad se mide al momento de exportar, mientras que en el mercado interno se mide por las habilidades con las que se cuenta para superar a los competidores (Morales & Pech, 2000).

En el caso de México, la competitividad se encuentra definida en el artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM, 1917) como aquellas condiciones que son indispensables para que se promueva el crecimiento económico, esto a través de la inversión y la creación de empleo. Lo cual le corresponde al Estado ya que este debe de trabajar en favor del desarrollo nacional con el objetivo de que las personas puedan ejercer su derecho de libertad y dignidad.

Por lo que el gobierno implementa constantemente distintas reformas estructurales para promover la competitividad en el país (México Competitivo, 2017). No

obstante, a pesar de los esfuerzos realizados por el Estado, algunas empresas no pueden ser competitivas en el mercado en que se encuentran, esto es a consecuencia de las grandes corporaciones nacionales e internacionales que abarcan gran parte del mercado.

Es importante precisar entonces que las empresas tienen que mejorar sus habilidades competitivas ya no solo para sobresalir, si no para sobrevivir a las condiciones cambiantes del país derivado de la globalización, por lo que es vital mantener un pensamiento estratégico utilizando todos los recursos con los que se cuenta (Morales & Pech, 2000).

Es aquí donde surge la elaboración de un plan estratégico donde se planteen metas y objetivos que la empresa sea capaz de alcanzar en un periodo de tiempo que esta considera relativo a su meta.

Es por ello que con el propósito de comprender un poco más acerca del funcionamiento de la competencia en los mercados, es oportuno tratar el tema de los oligopolios, puesto a que muchas veces puede disfrazarse al momento de que una

empresa cuenta con productos o servicios del mismo sector pero de distintas marcas, lo cual hace parecer que existe competitividad, o bien, para efectos del caso en particular de la figura del Agente Aduanal las autoridades pueden justificar el proceso de autorización de las patentes con las convocatorias.

Sin embargo, como ya se ha mencionado, no se han publicado convocatorias abiertas en mucho tiempo, del mismo modo se puede decir que se otorgan patentes cada año, no obstante estas recaen en conocidos de los Agentes Aduanales actuales ya que son por sustitución, lo que conduce a que se cuestione acerca de un oligopolio en el mercado laboral.

Cuando existen pocos productores o prestadores de servicios ofertando en el mercado, ya sea en un sector industrial o comercial, se está frente a un oligopolio.

El cual se caracteriza por la falta de competencia, lo cual, tiene relación con que los productos o servicios ofertados son semejantes o incluso iguales, además de que para ser parte del mercado se requiere de muchos recursos para competir ante los demás productores poderosos. Es entonces

que se puede influir en los beneficios de los competidores al momento de querer mejorar la competitividad propia. Por lo que lo interesante no es que exista poca oferta sino las relaciones que mantienen los productores o prestadores de servicios pertenecientes al oligopolio (Rojas, 2015).

En un oligopolio los participantes interactúan estratégicamente aprovechando la información que conocen de sus competidores para su propio beneficio (Vela, 2012). Se pueden mencionar dos tipos de oligopolio, el diferenciado y el concentrado. El primero hace referencia a que un mismo oferente ofrezca muchos tipos de productos o servicios. Mientras que en el segundo tipo consiste en que hay solo pocos productores en el mercado (Rojas, 2015). Es el segundo tipo al que para el caso en particular se le puede prestar más atención.

Cabe decir que en ocasiones quienes conforman el oligopolio buscan respaldarse de medios legales para crear un sistema de difícil detección, culminación o en su caso sanción, para tales efectos Azuke (2023) comenta que generalmente los oligopolios tienen como uno de sus detonantes a las barreras de ingreso en el mercado

establecidas por el propio comportamiento del mercado o asignadas directamente por el Estado a través de medios legales como lo son las patentes o las licencias, o bien barreras estratégicas al realizar acuerdos con los proveedores o distribuidores, crear sobreproducción, entre otros.

Se plantea que una de las causas del oligopolio es la intervención del Estado donde éste le brinda apoyo y protección a ciertos agentes, generando con ello que haya una competencia desleal (Azkue, 2023). Es decir, que las mismas autoridades se ven beneficiadas de la red que se crea a partir de dichas circunstancias.

Lo anteriormente planteado se pretende combatir con políticas de competencia que sancionan las prácticas anticompetitivas con el objeto de aumentar el bienestar económico de los consumidores, apoyar a las pequeñas empresas, eliminar barreras que impidan la integración del mercado, ayudar a crear libertad económica, combatir la inflación, y básicamente busca llegar a una equidad de mercado (COFECE, 2018).

En México, el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM, 1917) decreta que no se permiten los monopolios y sus prácticas, castigando, entre otros, a los prestadores de servicios que obstaculicen la libre competencia para obligar a que los consumidores paguen más o para tomar ventaja exclusiva a favor de una o pocas personas.

Significa entonces que el oligopolio se basa en algunos supuestos básicos a tener en cuenta:

- Existen pocos oferentes en el mercado debido a la producción y el costo.
- Por el contrario, existen muchos demandantes, y como ya se ha mencionado con anterioridad, existe una gran cantidad de importadores y exportadores.
- Los productos son homogéneos.
- Se cuenta con información imperfecta.
- Hay muchas barreras de entrada, aunque no se debe confundir con un monopolio (Leandro, 2023).

Dados los planteamientos que anteceden, se considera importante aclarar la diferencia entre algunos términos. Para comenzar, la

palabra monopolio proviene del griego *monos* que significa “uno” y *polein* que quiere decir “vender”, por lo que, en congruencia, la definición se refiere a un mercado que produce un bien o un servicio diferenciado, y a un único oferente puesto que es el único que tiene ese bien o servicio, dándole el poder para controlar la cantidad a producir y el precio (Bour, 2023).

Tal es el caso del despacho aduanero ya que la patente le otorga mayor poder al Agente Aduanal sobre el resto de las figuras facultadas para realizar importaciones o exportaciones.

Es preciso mencionar que en el duopolio pueden existir juegos no cooperativos y comportamiento estratégico, ya que los competidores se pueden unir para evitar una guerra que termine por perjudicar a ambos. Al respecto, Vela (2012), menciona que hay tres razones para que eso suceda y que, si bien es cooperación, se observa que es para un beneficio propio y no conjunto:

- Los oferentes se interesan por sus beneficios y los de sus allegados, como el caso del otorgamiento de la patente por sustitución.

- Realizar un contrato de colusión está prohibido por la ley.
- Se desea evitar conflictos con los competidores y así no provocar represalias. Es por ello que se suele recurrir al respaldo legal al momento de crear un sistema monopólico.

Por el contrario, en un escenario donde existe competencia entre una diversidad de empresas o prestadores de servicios que ofrecen sus productos o servicios, mismas que se esfuerzan para ser mejores para que el consumidor los prefiera.

Por su parte, la competencia perfecta se da cuando hay productos similares de distintas empresas, por lo que, si elevan los precios, los consumidores acuden con la competencia (COFECE, 2018).

Es entonces que resulta oportuno realizar la aclaración de que no hay una teoría definida para abordar al oligopolio, sin embargo, se pueden repasar los planteamientos de distintos autores para analizarlo (Azkue, 2023).

Uno de los principales autores de la teoría en cuestión es la solución dada por

Cournot, la cual propone una forma de interactuar en un duopolio que facilita la observación de la interdependencia existente en los mercados oligopólicos (Vela, 2012).

Cournot enfatizó que las empresas pueden competir, independientemente estableciendo los niveles de producción para sí mismos, asumiendo que la competencia no cambiará los suyos como respuesta, creando así un precio en el mercado que influya en la oferta y la demanda al hacer que la variación conjetural de la producción se mantenga en cero para todos los competidores, y así se logra un equilibrio cuando cada empresa obtiene una producción óptima (Rojas, 2015).

Más adelante Bertrand y Edgeworth dieron las bases para la teoría moderna del oligopolio. El primer autor toma como punto de partida que los precios se establecen antes que las cantidades ofertadas, a diferencia de los dos autores anteriores (Rojas, 2015).

Con lo que el equilibrio se alcanza con la competencia perfecta ya que, si los costos unitarios se mantienen constantes, la demanda disminuye haciendo que los miembros del oligopolio puedan satisfacer toda la demanda poniendo cada vez un

precio más bajo, sin embargo, no más bajo al costo unitario, lo que genera un beneficio nulo al llegar al equilibrio (Rojas, 2015).

Ahora bien, el segundo autor añade al modelo anteriormente descrito la limitación en la capacidad de producción, haciendo la hipótesis de que una empresa determina el precio con la premisa de que la competencia mantendrá el suyo fijo (Rojas, 2015).

Posteriormente Chamberlin, Hotelling y Robinson abordaron la importancia de la diferenciación en los productos (Rojas, 2015). Ya que Bertrand maneja el supuesto de que los productos de los competidores son sustitutos, lo que le da peso al precio ya que el consumidor puede tomarlo como un factor de decisión, sin embargo, eso cambia si a los productos se les añade un diferenciador (Vela, 2012).

Por su parte, Starckelberg habla acerca de que puede existir liderazgo en un duopolio con productos homogéneos (Vela, 2012). Plantea un escenario con dos oferentes en donde hay un director o líder que toman ventaja al conocer información sobre un denominado seguidor al ofertar con el máximo beneficio para el mismo. Aquí ambos miembros pueden ser seguidores, en donde

uno es seguidor y otro es líder, o, ambos intentan ser líderes (Rojas, 2015).

Lo que, para efectos del tema de investigación a tratar, el Agente Aduanal es líder y el resto de las figuras son seguidores.

Con base en lo que menciona Rojas (2015), existen dos posibles soluciones, ya sea con colusión o sin ella, lo cual consiste en un acuerdo para evitar que las empresas tengan una lucha competitiva entre sí, dando como resultado que la colusión que les da más beneficios a los participantes del oligopolio es la de cártel, la cual se divide en dos tipos:

- Competencia sin precios: donde las empresas implementan mejoras, pero mantienen un precio acordado.
- Reparto de cuotas o mercados: cuando a cada miembro productor del oligopolio se le asigna un área para ofertar o se le establece una producción máxima.

En cualquiera de los casos mencionados anteriormente, hay más beneficios a costa de la pérdida de competitividad y competencia. Adicionado a que se enfrenta ante desacuerdos, traiciones y a que algunas legislaciones prohíben prácticas colusorias

que en caso de ser comprobadas ameritan una sanción (Rojas, 2015).

Es por ello que generalmente se recurre al liderazgo de precios en donde la empresa líder en el mercado fija un precio y los demás se acatan en automático a él sin necesidad de realizar un acuerdo (Rojas, 2015).

Hechas las consideraciones anteriores, se puede observar que el oligopolio o el duopolio en el mercado propicia la disminución de eficiencia afectando a los consumidores (Anaya, 2014) y a sus necesidades, lo anterior derivado a que se trata de una situación de competencia imperfecta. Por lo que al no tener presión, los oligopolistas o duopolistas no innovan o se actualizan, e incluso pueden llegar a unirse convirtiendo el mercado en un monopolio donde se presentan con frecuencia prácticas desleales (Azkue, 2023).

La presencia de un oligopolio afecta al mercado laboral y al mercado de bienes. En el primer caso se genera falta de competencia al restringir el acceso al título de Agente Aduanal a los egresados de las carreras afines al sector. Y en el segundo caso se perjudica porque se pueden ajustar

los precios de los servicios y consecuentemente repercutir en el precio final de las mercancías, o bien, al ser menor la cantidad de personas facultadas para realizar el despacho aduanal, las agendas se encuentran más llenas.

De la misma forma podemos decir que la aduana es una de las figuras más importantes en la rama del comercio, ya que esta forma parte del gobierno por su participación a través de la implementación de controles para asegurar ingresos fiscales, al igual que se encarga de hacer cumplir la legislación nacional y mantener la integridad de la sociedad a través de distintos controles de seguridad en la entrada y salida de mercancías en México (Bancomext, s.f.).

La facilitación del comercio surge como uno de los principales objetivos en la Ronda de Doha, donde culminó en la Novena Conferencia Ministerial de la Organización Mundial del Comercio en 2013, dando vida al primer acuerdo de comercio mundial, el Acuerdo de Facilitación del Comercio. El acuerdo se ejecuta por el considerable avance del comercio internacional, esto por la limitación de obstáculos aduaneros, la reducción de costos logísticos y de

comunicación, y a los mercados emergentes (OMC, 2015).

En este mismo orden y dirección, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2011, como se cita en SNICE, s.f.) define la Facilitación del comercio como el conjunto de medidas para la limitación de obstáculos al movimiento de mercancías a través de la mejora de la eficiencia en las fases que integran la cadena de comercio para la reducción de costos del comercio.

Lo anterior es derivado de que cuando se habla de una importación o exportación es importante considerar los costos logísticos ya que estos en ocasiones suelen ser mayores al valor de la mercancía o los impuestos pagados, esto depende en su totalidad del volumen de la mercancías, así como del *Incoterm* negociado y el medio de transporte elegido para la operación.

De igual manera es importante considerar dentro de los costos logísticos los costos de almacenaje dentro de los recintos fiscalizados, ya que estos generan costos de custodia y maniobras.

Aunado a esto, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, s.f.) agrega que dentro de la facilitación del comercio existe el objetivo de la simplificación y armonización de los procedimientos y trámites en relación con la importación y exportación de mercancías.

Al respecto, la *World Customs Organization* (WCO, s.f.), menciona que la facilitación del comercio es para minimizar innecesarias restricciones a través de las nuevas tecnologías de la información, al igual que la innovación en la calidad de controles.

La facilitación del Comercio de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas (ONU, s.f.a) es la unificación de los principios de transparencia, simplificación, armonización y estandarización.

La transparencia juega un papel importante derivado de que el gobierno de una nación promueve la apertura y entrega de cuentas de las acciones del gobierno y de la administración, así mismo, de la divulgación de información de carácter legal que se actualiza día con día referente al comercio de ser pública, además de convocar a una parte de la población interesada en participar en un

proceso legislativo (ONU, s.f.a), como lo son las propuestas de ley.

Retomando el párrafo anterior, la simplificación ayuda a eliminar elementos y copias innecesarias en los procesos y procedimientos comerciales, aunado a esto se encuentra la armonización, la cual puede ir en conjunto con la simplificación, ya que como lo menciona la ONU (s.f.a), esta alineará los procedimientos, operaciones y documentación con estándares y prácticas internacionales.

Y por último se encuentra la estandarización, la cual a diferencia de la armonización, esta consiste en generar formatos para las prácticas, procedimientos y procesos a nivel internacional, para cumplir con estos principios debe existir cooperación entre el gobierno y empresarios .

No obstante, es importante mencionar que la eficiencia de los procesos y procedimientos que se llevaban a cabo dentro de la aduana son factores importantes para el desarrollo competitivo de una nación en el área del comercio y los mercados internacionales (Dirección Nacional de Aduanas, s.f.).

Esto surge a través de los tiempos que generan las maniobras en los recintos fiscalizados, ya sea para realizar un reconocimiento previo de las mercancías, o bien, posicionarla para colocarla en la unidad de transporte. Sin embargo, es importante considerar que dichos recintos no forman parte de la aduana como organismo.

Es así que, la esquematización de los procesos comerciales es necesaria para disminuir los costos de la transacción provocados por los obstáculos para el comercio a nivel internacional, es por ello que se considera que las medidas propuestas por la OMC son necesarias para que exista un aprovechamiento de las aperturas de mercados y reducciones arancelarias a nivel global, sin embargo, algunas empresas exportadoras indican que los retrasos y obstáculos administrativos son más limitantes que los aranceles (Durán, s.f.).

Con referencia a lo anterior, los obstáculos administrativos y los altos costos derivados de retrasos que hay en una nación influyen en la inversión extranjera, ya que los inversionistas buscan naciones donde exista mayor eficacia en los procesos de

comercialización (Dirección Nacional de Aduanas, s.f.).

Cabe agregar que en una transacción comercial existe la intervención de entre 27 y 30 participantes, donde se necesitan 40 documentos con alrededor de 200 datos, esto ocasiona que de toda la operación, las áreas administrativas generan un costo de entre el 6% y el 15% del valor del producto, aunado a que es el 40% del tiempo total de la operación (Durán, s.f.).

En relación con esto último, es importante mencionar que los procesos y procedimientos aduaneros no pueden ser considerados como barreras al comercio internacional, por el hecho de que estas no son percibidas como regulación o restricción de algún tipo (Dirección Nacional de Aduanas, s.f.).

Pese a lo anterior, es importante considerar y estudiar los procesos y procedimientos en las aduanas de origen y destino para tener un parámetro para medir los tiempos a los que se dispondrán las mercancías en su tránsito hasta llegar a su destino final, no obstante, de igual manera se

deben considerar indicadores externos a la aduana.

En otro orden de ideas, Orliac (2012, como se cita en OMC, 2015), menciona que dentro de la facilitación del comercio existen más de doce indicadores donde los más relevantes se enfocan en la determinación de los efectos económicos causados por las reformas económicas que tienen por objetivo facilitar el comercio. Dentro de los indicadores más relevantes se encuentra el Índice de Desempeño Logístico del Banco Mundial (IDL) y el Índice de Facilitación del Comercio del Foro Económico Mundial (IFC).

Aunado a esto, existe una estrategia donde los encargados de diseñar la política y administradores de una nación formulan e implementan iniciativas acorde a la facilitación del comercio, dicha estrategia tiene como punto de partida la valoración del desempeño en el comercio de productos y servicios transfronterizos, seguido del monitoreo del impacto que ocasione una reforma y el logro de sus objetivos, por lo que, esta estrategia es considerada un modelo genérico ya que es necesaria la adaptación de una nación a sus necesidades y capacidades (ONU, s.f.a).

Sin embargo, la adaptación de una nación de acuerdo con sus necesidades y capacidades implica la consideración del estudio de factores microeconómicos y macroeconómicos, además de un estudio en campos específicos para saber cómo implementar y desarrollar estrategias para dicha adaptación.

Después de lo anteriormente expuesto, la ONU (s.f.b.) menciona que la facilitación del comercio puede dividirse en tres niveles: internacional, nacional y regional.

A nivel nacional se refiere a un proceso de reforma en el cual es de suma importancia el apoyo político, lo que implica diferentes tipos de intervenciones y actividades, como, por ejemplo.

- La creación de reformas a la normatividad correspondiente, creando un marco jurídico breve y transparente.
- Mejoras en los procesos y procedimientos de comercio, con el fin de acortar tiempos y con ello dinero, logrando así una reducción en los gastos de importación por ejemplo y pudiendo reducir el precio al consumidor final.
- Uso de equipo tecnológico para la tramitación vía electrónica de los

documentos relacionados al comercio y la demás información relacionada, ya que las plataformas y herramientas tecnológicas cada vez permiten que el proceso de una importación o exportación pueda tener menos errores y puede lograr que el proceso sea más amigable.

Una vez analizado lo anterior se puede considerar entonces la existencia de un oligopolio en el sector a partir de la aparición de dos aspectos:

- En 1995 se estableció en el artículo 40 de la Ley Aduanera que las empresas que quisieran importar o exportar debían contar con un Agente Aduanal como consignatario o mandatario, o bien un apoderado aduanal para realizar el despacho de las mercancías de manera obligatoria (López, 2015).
- El requerimiento de una patente, acreditada por el Servicio de Administración Tributaria (SAT), para ser un Agente Aduanal establecido igualmente por el artículo 40 de la Ley Aduanera (1995).

Además de que para que una Agencia Aduanal pueda ejercer, debe estar conformada por al menos un Agente Aduanal,

no obstante, existente renta de patentes (Blancas, 2020), contrariamente a lo que expresa el artículo 165 en su fracción VI de la Ley Aduanera (1995), que dicta que la patente del Agente Aduanal será cancelada en caso de que esta sea usada por un tercero o alguien más haga valer los derechos consignados a la misma.

Por otra parte, se puede puntualizar que si bien para ser un Agente Aduanal se requiere de una patente, no es sólo esta figura quien puede realizar el despacho aduanero, puesto a que el artículo 163 en su fracción IV de la Ley Aduanera (1995), establece que cada Agente Aduanal tiene el derecho a designar hasta cinco mandatarios.

Sin embargo, el artículo 167-I fracción II de la misma Ley, que habla acerca de las autorizaciones con las que cuenta una Agencia Aduanal, dice que están autorizados para realizar el despacho de mercancías en nombre del Agente Aduanal; y en la fracción III del mismo artículo, se permite que los empleados y dependientes autorizados puedan auxiliar en el despacho (LA, 1995).

Lo cual hace constar que figuras distintas a la del Agente Aduanal ya se

encuentran en operación, sin embargo, se encuentran en una posición laboral inferior debido a la patente.

Por lo anteriormente descrito, se procede a plantear que no existe competitividad laboral en el ámbito de los Agentes Aduanales puesto que, aunque la Ley Aduanera (1995) permite figuras alternas en el artículo 40 de la Ley Aduanera, las cuales son el representante legal y la persona física, estas no son homólogas en cuanto a sus facultades.

Finalmente, con base en que las leyes lo permiten y a que México forma parte del Acuerdo de Facilitación del Comercio, el cual entró en vigor el 22 de febrero de 2017, donde en el punto 6 de su artículo 10 referente a Formalidades en relación con la importación, exportación y el tránsito, se establece que el recurso de los Agentes Aduanales no es obligatorio (OMC, 2014), se propone una iniciativa de ley para:

- Modificar el procedimiento y los requisitos para la obtención de una patente aduanal;
- y a partir de ello, unificar en la figura del Agente Aduanal la facultad de realizar el despacho aduanero de mercancías, homologando de esta forma al

representante legal, a la persona física, así como al mandatario.

Lo anterior se propone así puesto a que la patente aduanal le permite a la autoridad llevar un control, sin embargo, con el fin de disminuir las barreras que propician un oligopolio en el sector y permitir en cambio, competitividad en el campo laboral, se considera necesario la modificación del procedimiento y requisitos para la obtención de ella como se presentan a continuación.

En primera instancia se considera oportuno que la forma de obtener la patente no sea a través de una postulación a las Convocatorias que al efecto se publique en el Diario Oficial de la Federación, puesto a que, como ya se ha mencionado a lo largo de la investigación, no es frecuente la publicación de las convocatorias abiertas puesto a que las patentes suelen obtenerse por sustitución, lo cual cierra la posibilidad de que cualquier profesional con los conocimientos necesarios para realizar el despacho pueda competir en el mercado laboral.

En cambio, se propone que la autorización del SAT se realice a través de un trámite de forma que al cumplir con los

requisitos se otorgue la patente automáticamente sin que la solicitud se presente ante el juicio de alguna persona.

En los marcos de las observaciones anteriores, a continuación, se enlistan los requisitos propuestos para obtener la patente de Agente Aduanal que los interesados deberán cumplir para tramitar la patente, tomando como referencia los establecidos en el artículo 159 de la Ley Aduanera (1985):

- Ser mexicano por nacimiento en pleno ejercicio de sus derechos, pudiendo presentar para tal efecto una copia de su acta de nacimiento.
- No haber sido condenado por sentencia ejecutoriada por delito doloso.
- No ser servidor público, excepto tratándose de cargos de elección popular, ni militar en servicio activo.
- No tener parentesco por consanguinidad en línea recta sin limitación de grado y colateral hasta el cuarto grado, ni por afinidad, con el administrador de la aduana de adscripción de la patente, para la cual se deberá entregar una carta bajo protesta de decir verdad, lo cual sirve como medida para combatir el oligopolio.
- Tener título profesional o su equivalente en los términos de la ley de la materia, lo

cual puede ser comprobable con la cédula profesional.

- Tener experiencia en materia aduanera, mayor de cinco años, para lo que se puede realizar una carta bajo protesta de decir verdad.
- Estar inscrito en el registro federal de contribuyentes, y demostrar estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.
- Demostrar su residencia en el país durante el ejercicio de su patente con el fin de evitar la renta de esta a terceros.

Según se ha visto, el requisito en el que se difiere con los que actualmente se establecen en la Ley es el de aprobar el examen de conocimientos que practique la autoridad aduanera y un examen psicotécnico puesto a que, a consideraciones propias después de haber analizado la información recabada, el ser un profesional en la materia con al menos cinco años de experiencia en el campo puede probar que el solicitante cuenta con los conocimientos para realizar los trámites y procedimientos propios de un Agente Aduanal.

Además de que un examen puede implicar actos desleales por parte de los

aplicadores, favoreciendo con ello a la formación de un oligopolio.

Cumpliendo con los requisitos, la Secretaría deberá otorgar la patente al interesado en un plazo no mayor a cuatro meses, de carácter personal e intransferible.

En lo que se refiere a las obligaciones de la nueva figura propuesta de Agente Aduanal, a continuación, se mencionan de acuerdo con las ya estipuladas en el artículo 162 de la Ley Aduanera (1995):

- Actuar siempre en su carácter de Agente Aduanal en los trámites y gestiones aduaneras.
- Anotar en el pedimento el acuse correspondiente del documento digital del cumplimiento de las Regulaciones y Restricciones No Arancelarias a las que están sujetas las mercancías.
- Declarar a las autoridades el dictamen técnico cuando sea solicitado.
- Cumplir con el encargo conferido.
- Declarar, bajo protesta de decir verdad la información correspondiente al nombre y domicilio fiscal del destinatario o del remitente de las mercancías, al igual que la clave del Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del destinatario y el

propio, así como la naturaleza y características de las mercancías, junto con demás datos relativos a la operación que se esté realizando, en formas oficiales, documentos y en sistema mecanizado.

- Formar expedientes electrónicos de cada uno de los pedimentos y documentos aduanales.
- Presentar la garantía por parte de los importadores la posible diferencia de contribuciones y sus accesorios, por la posible declaración de un valor inferior al precio estimado establecido por la Secretaría de Economía.
- Aceptar las visitas que realicen las autoridades aduaneras para comprobar la verificación del cumplimiento de sus obligaciones o para determinadas investigaciones.
- Solicitar a las autoridades aduaneras la suspensión de las actividades.
- Manifestar en el pedimento o aviso consolidado el número de candado oficial utilizado en los vehículos o medios de transporte que contengan las mercancías.
- Someterse a los exámenes que pueda convocar el SAT.

Proponiendo las mismas obligaciones que dicta la Ley, ya que se consideran propias y necesarias de un profesional del área, para un control ante la autoridad y los clientes.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, a continuación, se muestran los derechos de la nueva figura propuesta de Agente Aduanal acorde a los expresados en el artículo 163 de la Ley Aduanera (1995):

- Ejercer la patente que le fue otorgada por la autoridad aduanera.
- Solicitar el cambio de la aduana de adscripción a una distinta, siempre y cuando la autoridad correspondiente autorice la aduana de adscripción, se demuestre una antigüedad mayor a dos años y haber concluido todos los despachos a su cargo.
- Cobrar los honorarios que correspondan por los servicios prestados, incluido el caso del artículo 144 fracción XIV de la Ley Aduanera (1995).
- Suspender sus actividades, con la autorización previa de las autoridades aduaneras.

Ante la situación planteada, se deduce que el derecho de designar hasta cinco mandatarios se suprimiría, ya que la nueva figura

propuesta del Agente Aduanal pretende unificar las funciones de las distintas figuras.

Conclusiones

De acuerdo con los razonamientos que se realizaron, se puede observar un oligopolio en la figura del Agente Aduanal en México, generado por una barrera en el ingreso al mercado laboral ocasionada directamente por el Estado, esto a través de un medio legal como lo es la patente.

En la actualidad se pueden otorgar patentes a través de asignación, no obstante, en los últimos años solo se han otorgado patentes por sustitución, esto derivado por una reforma en el 2013 a la Ley Aduanera donde se eliminó la figura del Agente Aduanal Sustituto, negando la posibilidad de que más profesionistas que cumplían con los requisitos para ser Agentes Aduanales participasen en una convocatoria para conseguirla.

A pesar de que la figura del Agente Aduanal no es la única que puede realizar el despacho aduanero de las mercancías en México, se considera que las figuras alternas, estipuladas en el artículo 40 de la Ley

Aduanera, no logran ser homólogas, ya que cada una cuenta con distintos derechos, obligaciones y requisitos para llevar a cabo el despacho aduanero de las mercancías.

Dentro de dicha convocatoria se obliga a los participantes a realizar un examen de conocimientos, sin embargo, dentro de los requisitos también se solicita a los interesados que comprueben tener estudios y experiencia en el ámbito. Además de que la patente del Agente Aduanal puede rentarse a personas físicas o morales para actos ilícitos, los cuales comienzan con la violación a lo estipulado en los artículos 159 y 165 en su fracción VI de la Ley Aduanera (1995).

Cabe destacar que, gracias a la patente, se puede considerar a los Agente Aduanales como auxiliares para las autoridades, esto con motivo de que se encargan de verificar que los importadores y exportadores cumplan con la normatividad que se requiere en el comercio exterior, además, es por esto que no pueden ser suplantados con tanta facilidad.

Referencias

- Anaya, A. (2014, enero-febrero). Oligopolio y poder de mercado: Discusión de hipótesis de precios rígidos. *Economía Informa*, (384), 109–127.
<http://www.economia.unam.mx/assets/pdfs/econinfo/384/anayadiaz.pdf>
- Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana, [A.N.I.E.R.M.]. (2020). Directorio - ANIERM.
<https://anierm.org.mx/directorio/>
- Azkue, I. (2023). Oligopolio.
<https://humanidades.com/oligopolio/>
- Banco Nacional de Comercio Exterior, [Bancomext]. (s.f.). Aduanas, ¿por qué es importante conocer sus funciones?
<https://www.bancomext.com/blog-bancomext/pymex/aduanas-por-que-es-importantes-conocer-sus-funciones/>
- Banda, S. (2012). *Las ventajas competitivas de los países y su influencia en los mercados internacionales*. [Tesis de licenciatura inédita], Universidad Autónoma de Nuevo León.
<https://docplayer.es/3215869-Las-ventajas-competitivas-de-los-paises-y-su-influencia-en-los-mercados-internacionales.html>

- Blancas, D. (2020). Contrabandistas usan a agentes aduanales fantasma. *Crónica*. https://www.cronica.com.mx/notas-usan_contrabandistas_agentes_aduanales_fantasma-1168176-2020.html
- Bour, E. (2023). Monopolio. <https://ebour.com.ar/advmicro/XV-MONOPOLIO.pdf>
- Buendía, E. (2013, septiembre-diciembre). El papel de la ventaja competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico*, 28(69), 55–78. <https://www.redalyc.org/pdf/413/41331033004.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, [C.E.P.A.L.]. (s.f.). Facilitación del comercio. <https://www.cepal.org/es/subtemas/facilitacion-comercio#>
- Comisión Federal de Competencia Económica, [COFECE]. (2018). Política de competencia en México. https://www.cofece.mx/wpcontent/uploads/2018/07/GuiaExpositor_Politica_de_Competencia.pdf
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, [C.P.E.U.M.] Reformada, Diario Oficial de la Federación, [D.O.F.], 5 de febrero de 1917 (México).
- Dirección Nacional de Aduanas. (s.f.). Facilitación del comercio. <https://www.aduana.cl/facilitacion-del-comercio/aduana/2007-03-01/122213.html>
- Durán, A. (s.f.). La facilitación del comercio como propulsor de los negocios en el Gran Caribe. <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/trade/la-facilitacion-del-comercio-como-propulsor-de-los-negocios-en-el-gran-caribe>
- Editorial Aduanas. (2018). Centenario del agente aduanal mexicano 1918-2018. <http://aduanasrevista.mx/centenario-del-agente-aduanal-mexicano-1918-2018/>
- Estrategia Aduanera. (2022). Convocatoria para obtener la patente de agente aduanal derivado de un juicio de amparo. <https://www.estrategiaaduanera.mx/convocatoria-para-obtener-la-patente-de-agente-aduanal-derivada-de-un-juicio-de-amparo/>
- Grupo 4PL. (2019). Agencia aduanal México historia. <https://www.agenciaaduanal.app/agencia-aduanal-mexico-historia/>

- Horta, R., & Jung, A. (2002). Competitividad e industria manufacturera. *Revista Electrónica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica del Uruguay*, 1(1), 1–38.
- Leandro, G. (2023). Microeconomía: Tema 10. Oligopolio. <https://www.auladeeconomia.com/microap-material9.htm>
- Ley Aduanera, [L.A.], reformada, Diario Oficial de la Federación, [D.O.F.], 15 de diciembre de 1995.
- López, J. (2015). Evolución de la matriz de pagos de importadores, exportadores y agentes aduanales, a partir de las reformas al artículo 40 de la Ley Aduanera 2013. *Ciencia Administrativa*, (2), 136–142. <https://cienciadministrativa.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/2068>
- López, M. (2017). Estudio histórico jurídico de la figura del agente aduanal. *Universidad Nacional Autónoma de México*. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4661/18.pdf>
- Mayorga, J., & Martínez, C. (2008, junio). Paul Krugman y el nuevo comercio internacional. *Criterio Libre*, (8), 73–86.
- <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4547087.pdf>
- Melgoza, A. (2014). Desaparición del agente aduanal sustituto: Inconstitucional. *Estrategia Aduanera*, 8(61), 66–72.
- México Competitivo. (2017). Aspectos básicos sobre la competitividad. <https://www.gob.mx/se/mexicocompetitivo/es/articulos/aspectos-basicos-sobre-la-competitividad?idiom=>
- Morales, M., & Pech, J. (2000). Competitividad y estrategia: El enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Revista Contaduría y Administración*, (197), 47–63. <http://www.ejournal.unam.mx/rca/197/RCA19705.pdf>
- Obando, M. (2016). *Análisis de competitividad en las pequeñas y medianas empresas del sector priorizando en el cambio de la matriz productiva: Confección y calzado, en el Distrito Metropolitano de Quito de los periodos 2013 y 2014*. [Tesis de maestría], Escuela Politécnica Nacional. Biblioteca digital - Escuela Politécnica Nacional.
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (s.f.a). Estrategia genérica de la

- implementación de la facilitación del comercio.
<https://tfig.unece.org/SP/contents/generic-approach-TF-implementation.htm>
- Organización de las Naciones Unidas, [O.N.U.]. (s.f.b). Guía de implementación de la facilitación del comercio - Introducción.
<https://tfig.unece.org/SP/details.html>
- Organización Mundial del Comercio, [O.M.C.]. (2014). Protocolo de enmienda del acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial del Comercio.
<https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=s:/WT/L/940.pdf&Open=True>
- Organización Mundial del Comercio, [O.M.C.]. (2015). Informe sobre el comercio mundial 2015: Acelerar el comercio: Ventajas y desafíos de la aplicación del Acuerdo sobre facilitación del comercio de la OMC.
https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report15_s.pdf
- Porter, M. (1980). *Competitive strategy*.
<http://www.mim.ac.mw/books/Michael%20E.%20Porter%20-%20Competitive%20Strategy.pdf>
- Porter, M. (1987). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria.
- Porter, M. (1991). La ventaja competitiva de las naciones. *Revista Facetas*, 91(1), 2-9.
http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1254/1254_u12_act1.pdf
- Reglamento de la Ley Aduanera, reformado, Diario Oficial de la Federación, [D.O.F.], 20 de abril de 2015.
- Rojas, J. (2015). *La estructura de mercado oligopólica* [Monografía].
<http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/33872/1/secme-19481.pdf>
- Secretaría de Economía, [S.E.]. (2011). Competitividad. <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/economia-para-todos/abc-de-economia/competitividad/217-competitividad>
- Secretaría de Gobernación, [SEGOB]. (1994, 8 de febrero). Convocatoria para las personas interesadas en obtener patente de agente aduanal o autorización de apoderado aduanal. *Diario Oficial de la Federación*.
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?co

digo=4667446&fecha=08/02/1994#gs
c.tab=0

Secretaría de Gobernación, [SEGOB]. (s.f.).
Agente aduanal. *Diario Oficial de la
Federación*.
[https://dof.gob.mx/website/busqueda_
detalle.php#gsc.tab=0](https://dof.gob.mx/website/busqueda_detalle.php#gsc.tab=0)

Servicio de Administración Tributaria,
[S.A.T.]. (2022). Listado de agentes
aduanales.
[http://omawww.sat.gob.mx/cifras_sat/
Paginas/datos/Agenda.html](http://omawww.sat.gob.mx/cifras_sat/Paginas/datos/Agenda.html)

Servicio de Administración Tributaria,
[S.A.T.]. (s.f.). Padrón de importadores
y exportadores.
[http://omawww.sat.gob.mx/PadronImp
ortadoresExportadores/Paginas/materi
al_adicional.html](http://omawww.sat.gob.mx/PadronImportadoresExportadores/Paginas/material_adicional.html)

Servicio Nacional de Información de
Comercio Exterior, [S.N.I.C.E.]. (s.f.).
Facilitación del comercio. *Gobierno de
México*.
[https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/
facilitacion_del_comercio.html](https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/facilitacion_del_comercio.html)

Vela, L. (2012). Modelos de oligopolio.
[https://web.ua.es/es/giecryal/documen
tos/modelos-oligopolio.pdf](https://web.ua.es/es/giecryal/documentos/modelos-oligopolio.pdf)

Velázquez, E., & Galicia, V. (2018). 100 años
aportando a México. Estrategia
Aduanera.

[https://www.estrategiaaduanera.mx/10
0-anos-aportando-mexico/](https://www.estrategiaaduanera.mx/100-anos-aportando-mexico/)

World Customs Organization, [W.C.O.]. (s.f.).
What is securing and facilitating
legitimate global trade?
[https://www.wcoomd.org/en/topics/faci
litation/overview/customs-procedures-
and-facilitation.aspx](https://www.wcoomd.org/en/topics/facilitation/overview/customs-procedures-and-facilitation.aspx)