

10622
12



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN**

**¿QUE OPORTUNIDAD LE REPRESENTA AL SECTOR
MUEBLERO NACIONAL EL TLCUEM PARA INCURSIONAR
EN EL MERCADO DE ALEMANIA?**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A :
JOSE LUIS CASTILLO HERNANDEZ

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ASESOR: M.A. JOSE M. RIVERA BADILLO

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO.

2003



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLAN
P R E S E N T E

ATN: Q. Ma. del Carmen García Mijare
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos la TESIS

¿ Qué oportunidad le representa al sector mueblera nacional el IICUM para incursionar en el mercado de Alemania ?

que presenta el pasante José Luis Castillo Hernández
con numero de cuenta 9558836-4 para obtener el titulo de :
licenciado en Administración

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

A T E N T A M E N T E

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán izcalli, Méx a 13 de Octubre de 2003

- PRESIDENTE L. A. José Luis Guicás Valdez
- VOCAL M. A. José M. Rivera Badillo
- SECRETARIO Inq. Nicolás Gallegos Magdalena
- PRIMER SUPLENTE L. A. Consuelo Molina Arciniega
- SEGUNDO SUPLENTE M. A. Ernesto Gómez López

2

AGRADECIMIENTOS

A DIOS, POR SU INFINITO AMOR, POR SU COMPRENSIÓN, POR BRINDARME LA OPORTUNIDAD DE VIVIR RODEADO DE TODAS LAS PERSONAS QUE MÁS AMO, POR SU ENORME GRATITUD, POR TODAS SUS BENDICIONES Y FAVORES QUE HOY EN DÍA RECIBO.

‡ MAURA SANTOS, GUADALUPE HERNÁNDEZ, JOAQUÍN CASTILLO, MIS ABUELOS

POR TODO SU AMOR, SUS ATENCIONES, SUS CONSEJOS, SUS LLAMADAS DE ATENCIÓN, ASÍ COMO EL TIEMPO QUE COMPARTIERON CONMIGO. GRACIAS POR FORMAR PARTE DE MI DESARROLLO PERSONAL. DIOS LOS TENGA EN SU GLORIA

NEMESIO HERNÁNDEZ

POR SU CARÍÑO, POR TODO EL APOYO, COMPRENSIÓN, SUS EXPERIENCIAS Y EL TIEMPO DEDICADO A TODOS NOSOTROS, GRACIAS POR SU FUERZA QUE MOTIVA A CONTINUAR LA MARCHA

OLIVA HERNÁNDEZ TELLEZ

GRACIAS, POR TODA TU TERNURA, POR EL APOYO, LA TOLERANCIA, TU ENORME PACIENCIA Y CADA PALABRA DE ALIENTO CUANDO MÁS LA NECESITABA, POR EL BRILLO DE TUS OJOS QUE CONTAGIAN DE VIDA; EL DESVELO POR NUESTRO BIENESTAR, POR MOSTRARNOS EL CAMINO Y OTORGARNOS LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA DAR LOS PRIMEROS PASOS. ES EL MEJOR PRESENTE PARA TÍ

JOSÉ M. CASTILLO SANTOS

POR TU FORMA TAN PARTICULAR DE DARMÉ A ENTENDER LAS COSAS, TU AMOR, TU APOYO, TU CONFIANZA, POR TU POTENCIAL QUE ME MOTIVA A CONTINUAR EL LARGO CAMINO, SOBRE TODO POR TU SOBRIEDAD, GRACIAS.

RECONOCIMIENTOS

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO

GRACIAS, POR LA OPORTUNIDAD DE FORMAR PARTE DE TAN PRESTIGIADA INSTITUCIÓN Y PORTAR CON ORGULLO LOS COLORES UNIVERSITARIOS, DE FORJAR UNA HISTORIA JUNTOS, LE AGRADEZCO LA FORMACIÓN PROFESIONAL, POR TODOS LOS FUNDAMENTOS NECESARIOS PARA FORMAR MI CRITERIO PERSONAL, POR ALIMENTAR EN MI PERSONA EL ESPIRITÚ UNIVERSITARIO.

**POR MI RAZA, HABLARÁ EL ESPIRITÚ
GOYA, GOYA, UNIVERSIDAD**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN CAMPO 4

GRACIAS, POR EL TIEMPO Y LA DEDICACIÓN PARA LOGRAR EN MÍ UNA PROFESIÓN, POR CADA SEMILLA DE CONOCIMIENTO QUE A TRAVÉS DE LA PREPARACIÓN RINDEN HOY SUS FRUTOS, EXTIENDO MI TOTAL AGRADECIMIENTO POR LA COYUNTURA DE ASIMILAR EL CONOCIMIENTO NECESARIO PARA DESEMPEÑAR CON EXCELENTE NIVEL PROFESIONAL LA TAREA CORRESPONDIENTE, CON EL ORGULLO DE SER UNIVERSITARIO

A TODOS LOS PROFESORES

POR SU FIRMEZA, DEDICACIÓN Y ESFUERZO POR MEJORAR LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS, ALIMENTANDO CON CADA EXPERIENCIA EN PARTICULAR UN NIVEL PROFESIONAL PERMITIENDO CON ELLO UN JUICIO PROPIO BASADO EN FUNDAMENTOS Y EL EJERCICIO DIARIO.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

AL JURADO

GRACIAS, POR EL TIEMPO DEDICADO A LA REVISIÓN Y EVALUACIÓN DE MI TRABAJO, A SU PARTICIPACIÓN EN ESTA ETAPA QUE ME PERMITE ALCANZAR UN Peldaño más en mi FORMACIÓN PROFESIONAL, EN ESPERA DE UN VEREDICTO JUSTO

JOSE M. RIVERA BADILLO

LE AGRADEZCO DE ANTEMANO LA DIRECCIÓN DE ESTE TRABAJO FINAL, LOS CONOCIMIENTOS QUE COMPARTIO CONMIGO, POR SUS OBSERVACIONES PERTINENTES Y ALIMENTAR MI BUSQUEDA, POR GUIAR Y MARCAR LA PAUTA NECESARIA PARA CONCLUIR CON UNA FORMACIÓN APROPIADA, ASÍ COMO SU ESFUERZO Y TIEMPO QUE DEDICO A LA REVISIÓN DE ESTE TRABAJO FINAL.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

DEDICATORIAS

EDITH CASTILLO HERNÁNDEZ

POR TODOS LOS BUENOS Y MALOS MOMENTOS QUE COMPARTIMOS JUNTOS, POR TODAS NUESTRAS CHARLAS A ALTAS HORAS DE LA NOCHE, POR CADA MOTIVO DE RISA, POR CADA PALABRA DE IMPULSO PARA ALCANZAR MI META, SOBRE TODO POR TU FORMA TAN PARTICULAR DE SER.

GERARDO CASTILLO HERNÁNDEZ

POR CADA MINUTO COMPARTIDO DURANTE TODA NUESTRA VIDA, POR TODOS LOS MOMENTOS DE DIVERSIÓN QUE AÚN RECUERDO EN MIS JORNADAS MÁS DIFÍCILES, TE QUIERO HERMANO.

MA. ISABEL CASTILLO HERNÁNDEZ

POR AYUDARME A DESCUBRIR LA FELICIDAD A TU LADO, POR RECORDARME QUE MI ALMA PUEDE SOÑAR Y REIR, TE QUEREMOS MUCHO, LUCHA CONTRA TODO POR FORJAR UN DESTINO

JOAQUÍN CASTILLO PAEZ

POR DARME LA OPORTUNIDAD DE ENSEÑARTE Y PREPARARTE PARA INICIAR EL SENDERO, POR PERMITIRME REVIVIR MI ALMA DE NIÑO, POR TU ENORME ENERGÍA, ESPERO CON PACIENCIA QUE COMPRENDAS LAS LETRAS QUE DEDICO PARA TI.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

VIANNEY PAEZ LARA

POR EL ENORME REGALO Y EL VALOR DE TRAER AL MUNDO A
NUESTRO ANGEL

MI FAMILIA

POR SU ENORME CARÑO, EL TIEMPO DEDICADO A MI
PERSONA, POR LOS MINUTOS COMPARTIDOS Y TODO SU
AMOR.

A TODOS MIS AMIGOS

FUE DIFÍCIL ALCANZAR NUESTRAS METAS PERSONALES; EN EL
CAMINO NOS APOYAMOS, NOS EXTENDIMOS LA MANO DE
CORAZÓN, NOS MOTIVAMOS A ESQUIVAR LOS OBSTÁCULOS,
AGRADEZCO TODO EL TIEMPO QUE CONVIVIERON CONMIGO, LA
OPORTUNIDAD DE BRINDARLES MI SINCERA AMISTAD,
RECUERDO TODOS LOS TRABAJOS, EXÁMENES, EXPOSICIONES,
NUESTRAS NOCHES DE BOHEMIOS, GRACIAS A LA UNIÓN DE
TODOS Y CADA UNO DE NOSOTROS EL CAMINO FUE MÁS
DIVERTIDO.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Índice

Planteamiento del problema			I
Objetivo			II
Hipótesis			III
Justificación			IV
Introducción			V
Capítulo 1.	Antecedentes del comercio exterior mexicano		
1.1	Concepto de comercio exterior		1
1.2	Concepto y tipo de mercado		4
1.3	Retrospectiva del comercio exterior en México		9
1.4	El comercio exterior mexicano en la actualidad		14
Capítulo 2	México y la globalización		
2.1	Concepto de integración comercial y globalización		19
2.2	México y la Unión Europea		31
2.3	México y el TLCAN		43
2.4	México e Israel		51
2.5	México y la APEC		58
2.6	México y Centroamérica		61
Capítulo 3	Análisis del sector mueblero en México		
3.1	Antecedentes del sector mueblero		69
3.2	Participación en el Producto Interno Bruto		74
3.3	Principales mercados nacional e internacional		84
3.4	Análisis FODA		86

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo	4	Perspectiva del mercado del mueble rústico en Europa	
	4.1	Mercado europeo en general	95
	4.2	Ventajas y desventajas de un libre comercio con Europa	100
	4.3	Principales barreras no arancelarias	105
	4.4	Mercado alemán	
	4.4.1	Análisis económico	116
	4.4.2	Mercado actual	118
	4.4.3	Barreras no arancelarias	120
	4.4.4	La competencia	128
		CASO PRACTICO	131
		CONCLUSIONES	153

ANEXOS

NÚMERO 1	BALANZA COMERCIAL DE MÉXICO
NÚMERO 2	NIVEL ACADÉMICO DE LA MANO DE OBRA EN LA INDUSTRIA DEL MUEBLE
NÚMERO 3	PRODUCTO INTERNO BRUTO (VARIACIÓN ANUAL)
NÚMERO 4	PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO (PRECIOS 1993)
NÚMERO 5	PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL PIB
NÚMERO 6	PRODUCTO INTERNO BRUTO DE LA INDUSTRIA DEL MUEBLE
NÚMERO 7	COMPARATIVO DEL PIB DE LA INDUSTRIA DE LA MADERA Y LA INDUSTRIA DEL MUEBLE
NÚMERO 8	BALANZA COMERCIAL DE LA INDUSTRIA DEL MUEBLE
NÚMERO 9	ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA POR ESTABLECIMIENTOS Y PERSONAL
NÚMERO 10	ESTRUCTURA DE LAS EMPRESAS
NÚMERO 11	INTERCAMBIO COMERCIAL DE MEXICO CON LA UNION EUROPEA
NÚMERO 12	PRODUCTOS CON NICHOS DE MERCADO EN LA UNION EUROPEA
NÚMERO 13	IMPUESTOS VALIDOS A PARTIR DEL 1RO DE MARZO 1999
NÚMERO 14	DISTRIBUCION DEL GASTO DE LA POBLACION ALEMANA
NÚMERO 15	INTERCAMBIO COMERCIAL MEXICO ALEMANIA
NÚMERO 16	CANALES DE DISTRIBUCION EN EL MERCADO ALEMAN

BIBLIOGRAFIA

<p>TESIS CON FALLA DE ORIGEN</p>



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los cambios que actualmente se viven en el ámbito mundial, exigen un mayor nivel de preparación y competitividad, es por ello que debemos ir en busca de nuevos mercados que permitan diversificar nuestras exportaciones aprovechando al máximo las ventajas de un tratado de libre comercio; es por ello que nuestra cuestión es, ¿Qué oportunidad le representa al sector mueblero nacional el TLCUEM para incursionar en el mercado de Alemania?

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



OBJETIVO

Desarrollar una planeación estratégica de exportación de muebles rústicos al mercado alemán para determinar su viabilidad en este mercado.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



HIPÓTESIS

Si nuestra industria del mueble implementa una planeación estratégica que le permita incrementar su competitividad a escala internacional, entonces, el mercado alemán representa la oportunidad para diversificar y aumentar las exportaciones del sector mueblero nacional.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo se desarrolla con la finalidad de aprovechar al máximo los tratados de libre comercio firmados por nuestro país, buscando colocar a nuestra industria en una situación competitiva, penetrar en el mercado alemán que demanda productos con calidad, nos exige prepararnos para que nuestro proceso de exportación sea un éxito en dicho mercado, por tanto, es necesario realizar un análisis FODA de nuestra empresa.

Además se debe elaborar una planeación que nos ayude a detectar puntos críticos que afectan de forma directa nuestro proceso de exportación, así como fijar objetivos que nos permitan alcanzar nuestra meta de exportación, teniendo un panorama general de todos los pasos a seguir en un proyecto de exportación.

Permitiendo con ello mejorar nuestra balanza comercial, buscando la generación de empleos, a través de propuestas que generen oportunidades de exportación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



INTRODUCCIÓN

Muy pocos creían sobre las posibilidades de un libre tránsito de mercancías, en épocas medievales se generaron los primeros acuerdos y trámites en el ámbito regional; lo que nos lleva al pensamiento del economista Adam Smith “dejar hacer y dejar pasar” en el que los mercados exigían la oportunidad para dirigir la economía ya que en esos días el gobierno era el encargado de tomar las decisiones; se pedía un libre tránsito de mercancías ello generó grandes movimientos económicos – sociales que han dado las pausas para formar acuerdos internacionales entre países, la formación de organismos que regularan las diferencias comerciales o sociales entre países; dando paso a organismos que actualmente conocemos con los nombres de Organización de las Naciones Unidas (O.N.U.), el Fondo Monetario Internacional (F.M.I.), la Organización Mundial de Comercio (O.M.C.) y el Banco Mundial (B.M.) integrados por consejeros de países del primer mundo y los del tercer mundo los cuales son auxiliados principalmente por sus recursos naturales y su extensa mano de obra barata estos últimos presentan una participación secundaria y la mayoría de las veces se someten a las normas que implantan los países del primer mundo.

Los cambios económicos se han presentado desde los orígenes del hombre (comunidad primitiva, esclavismo, feudalismo, capitalismo y socialismo) han permitido una serie de movimientos entre países; surgen teorías económicas en Europa y en América que originan las corrientes del neoliberalismo y globalización, términos que han creado un auge que en estos días muchos manejan o viven en carne propia debido a las desventajas o ventajas de su implantación en cada uno de sus países de origen; cartas de intención firmadas por la mayoría de los países del tercer mundo para poder



solventar sus problemas económicos internos acatando las políticas económicas de los organismos internacionales.

Actualmente se maneja una transculturación debido a que este mundo se torna más dinámico, los cambios culturales y de información están al orden del día (internet, fibras ópticas, multimedia, calidad, trabajo en equipo, reingeniería entre otros), permiten una agilidad en el intercambio de la información, los acuerdos entre países dan origen a integraciones económicas; países del tercer mundo reforman sus leyes, su política económica y sus programas de desarrollo carecen de una visión a largo plazo cuya finalidad es convertir atractivo su país para capitales e inversiones del primer mundo, acaso es la única oportunidad para ellos; nos olvidamos por momentos del tema de comercio exterior, debemos generar una apertura planeada de nuestros sectores al mercado exterior, determinar nuestra capacidad instalada, nuestras debilidades y fortalezas ante otros competidores pero sobre todo tener en mente mercados extranjeros.

Iniciaremos nuestro trabajo abordando en el primer capítulo el tema de comercio exterior en nuestro país, una retrospectiva que nos permita comprender los cambios que se viven actualmente en el rubro de exportaciones, en aquellos días se carecía de organismos que regularan las actividades comerciales entre países, por tanto cada uno imponía sus reglas. Nuestro México no estuvo exento de este inconveniente so pena de ser una colonia sujetándose a las medidas que señalara su colonizador.

El tema de nuestro segundo capítulo radica principalmente en el estudio de manera general de los tratados de libre comercio que nuestro país ha firmado con diferentes naciones, analizando el papel de México ante la globalización de las economías, la formación de zonas o integraciones comerciales que son temas de gran auge actualmente.

Nuestra finalidad es analizar la capacidad instalada del sector del mueble, lo cual se aborda en el tercer capítulo; sus debilidades y fortalezas ante el exterior, mejorar el nivel económico nacional por ello se analizan la capacidad de cambio y el dinamismo para aprovechar oportunidades que se nos presentan para diversificar nuestros mercados al exterior; de lo contrario nos



podemos resignar a esperar que la competencia desarrolle estos puntos y logré subir al tren del cambio y nosotros llegar a una pérdida total de nuestro patrimonio. Es por lo anterior que analizaremos los beneficios y oportunidades que presenta nuestro país en las distintas negociaciones y tratados internacionales, desarrollando de manera más general las ventajas y desventajas que proporciona la firma de un tratado de libre comercio con la Unión Europea, los apoyos económicos para poder incursionar en los mercados europeos, y analizar los principales competidores en dichos mercados.

Se presentará una planeación estratégica de exportación con las características y puntos principales que nos permitan determinar la viabilidad de éxito en el mercado de Alemania. El análisis económico de este país es el tema fundamental de nuestro último capítulo, las debilidades y fortalezas del productor de muebles tipo rústico ante el mercado alemán y la posibilidad de diversificar nuestras exportaciones, evaluando nuestras habilidades para la apertura comercial debido a que el éxito de algunos países radica en ello.

Nuestro objetivo es evaluar la viabilidad de exportación al mercado europeo, con mayor precisión en Alemania desarrollar una planeación estratégica buscando como resultado diversificar nuestros mercados, desarrollando el presente trabajo con la responsabilidad propia de un licenciado en administración de empresas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPÍTULO 1

***ANTECEDENTES DEL COMERCIO
EXTERIOR MEXICANO***

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PAGINACIÓN DISCONTINUA



CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES DEL COMERCIO EXTERIOR MEXICANO

1.1 CONCEPTO DE COMERCIO EXTERIOR

Cada país se caracteriza por disponer de diferentes recursos productivos lo que permite estar en condiciones de producir a menor costo determinados artículos los cuales intercambiarán por artículos que produzcan otras naciones que se distinguen por presentar mayores avances tecnológicos pero aún con ello se han establecido las bases para firmar tratados comerciales entre dos o más naciones buscando mejorar el ingreso de divisas por medio del comercio exterior a su vez que se busca proteger a su industria nacional para con el fin de evitar un déficit en su balanza comercial (que no se generen más importaciones que exportaciones), por ello podemos citar el concepto que nos proporciona Witker "es el envío de mercaderías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior. Jurídicamente, ello significa una venta más allá de las fronteras políticas del país."¹

Santiago Zorrilla Arena; define al Comercio Exterior "como el conjunto de transacciones comerciales que realizan todos los países del mundo entre sí, esta representado por las importaciones y exportaciones de cada país."²

¹ Witker, Jorge. Comercio Exterior de México, Marco Jurídico y Operativo. México, Mc Graw Hill 1996 Pagina 49

² Zorrilla, Arena Santiago. Diccionario de Economía, Salvat, México 1990 Pagina 28



Tomando como referencia el surgimiento de la actividad económica Adam Smith considera que el comercio no debía presentar barreras dentro del mismo país, se manejaba la situación de apoyo entre productores nacionalistas además de evitar la intervención del Estado en los negocios ya que aseguraba que cada individuo es conducido por una mano invisible que determinaba una mayor circulación de mercancías estableciendo una fuerza de mercado, en consecuencia se busca eliminar las barreras y obstáculos entre naciones, se forma con el tiempo una apertura comercial y una globalización económica.

Podemos considerar que el comercio exterior es un intercambio de mercancías, bienes finales o intermedios entre naciones que presenten un acuerdo o tratado de libre comercio entre ellas o en su caso respeten las barreras arancelarias y no arancelarias de cada una buscando mejorar su balanza comercial, sujetándose a las leyes de oferta y demanda así como a la división de trabajo internacional, estableciendo para ello un plan de exportación.



Como se observa los elementos del concepto de comercio exterior son:

- ⇒ Bienes(Finales o Intermedios)
- ⇒ Acuerdos o Tratados Comerciales
- ⇒ Barreras Arancelarias y No Arancelarias
- ⇒ Oferta o Demanda Internacional
- ⇒ Plan de Exportación

Ello supone no solamente la exposición de la economía a la competencia internacional, sino la adopción de un tipo de cambio flexible así como el desmonte de todo tipo de protecciones, apoyos y estímulos a los productores elaborando una política económica “la cual es un conjunto de medidas que toma un gobierno para influir en la marcha de una economía”.¹

Bajo esta perspectiva, en la última década todos los países de América Latina y el Caribe han realizado reformas estructurales orientadas hacia el mercado, a mejorar la eficiencia de la economía, a acelerar el crecimiento económico, optimizar su infraestructura entre otras medidas. Con el fin de orientarse a seis áreas:

¹ Enciclopedia Microsoft Encarta 2000, Multimedia, Microsoft, 2000



- I. Liberación Comercial
- II. Política Tributaria
- III. Desregulación Financiera
- IV. Privatización
- V. Legislación Laboral
- VI. Transformación del sistema de pensiones

En fechas recientes se han efectuado modificaciones en nuestro país en alguno de estos renglones con el fin de estar preparado a las exigencias de la competencia internacional, lo anterior de acuerdo a las políticas que recomiendan los organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Organización Mundial de Comercio, entre otros, con el fin de ir de acuerdo a la corriente del neoliberalismo.

1.2 CONCEPTO Y TIPOS DE MERCADO

Con el origen de una organización social - económica el hombre dio paso a la formación de mercados en los cuales actualmente existe un intercambio de mercancía por dinero, un bien o producto que satisfaga la necesidad que se presenta, como vemos se manifiestan tres palabras que



consideramos importantes para el intercambio comercial: necesidad, producto y mercado.

Para ello desarrollaremos los conceptos sobre estas palabras para poder entender la necesidad de un comercio exterior entre naciones o bloque comercial además de la existencia de Tratados Comerciales entre las mismas.

Podemos conceptualizar la palabra mercado apoyándonos de Laura Fisher como "es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes según ellos, es en el mercado donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y demanda"⁴.

A. Duddy lo considera "es el proceso económico mediante el cual se intercambian mercancías y servicios y se valoran en términos de precio en dinero"⁵. Podemos concluir que mercado es el ámbito apropiado para intercambiar productos o servicios para satisfacer las principales inquietudes del hombre pagando por ello un precio, el cual es determinado por medio de las leyes de oferta y demanda.

⁴ Fisher, Laura Mercadotecnia, Mc Graw Hill, México 1992 Pagina 63

⁵ Duddy, A. y Reusan A. Estudios de mercado, Editorial Omega, Barcelona 1961 Pagina 48



Con lo anterior se puede determinar los elementos del mercado según J. Silvestre Méndez M. los cuales son⁶:

- I. Bienes, Productos y / o servicios
- II. Necesidades
- III. Oferta y Demanda de Bienes y / o servicios
- IV. Precio de Bienes y Servicios

Observando con detalle coincidimos que los elementos necesarios son constantes que influyen de una manera determinante en la elaboración de un plan de exportación debido a que debemos estudiar la viabilidad de un producto ante un mercado internacional analizando el producto a exportar, su demanda en el mercado así como el precio a determinar en el mercado seleccionado.

⁶ Méndez Morales, J. Silvestre. Fundamentos de Economía, Mc Graw Hill, México 1997 Pagina 128



A su vez podemos dar los siguientes conceptos a dichos elementos:

- 1) Necesidad: "es un estado afectivo debido a una ruptura del equilibrio psicofisiológico que constituye el bienestar"⁷
- 2) Producto(Bien): objeto material que por sus características tienen la capacidad de satisfacer necesidades humanas.
- 3) Oferta: es la cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a diferentes precios por un individuo.
- 4) Demanda: cantidad de mercancías que pueden ser compradas a diferentes precios por un individuo.
- 5) Precio: expresión monetaria del valor.

TIPOS DE MERCADO

La clasificación de los mercados se puede manejar de la siguiente manera:

a) Por competencia:

Perfecta: existe un gran número de productores, productos diferenciados entre sí, sin poder influir en el precio debido a que todos los bienes no son diferenciados.

⁷ Zamora, Francisco. Tratado de Teoría Económica. FCE, México, 1969. Página 100



Monopolista: existe un solo productor con poder suficiente para influir en el precio del producto así como controlar su producción de acuerdo a sus intereses. No existen productos sustitutos.

Oligopolista: pocos productores que fabrican un producto idéntico, así como productores que fabrican productos diferenciados, dependen de costos de capital y tecnología, barreras a la entrada que impiden a gran número de empresas fabricar el producto.

b) Economía:

Libre: es libre de operación de las leyes del mercado de oferta - demanda

Centralizado: basado en las economías socialistas, el precio y consumo reglamentado por el gobierno.

Reglamentado: se da en economías mixtas, algunos precios de productos básicos son regulados por el Estado.

c) Ubicación:

Sectorial: es aquel en donde acude un grupo particular de compradores.

Regional: es aquel que abarca una determinada región geográfica que se caracteriza por costumbres y hábitos.



Nacional; es aquel que abarca a todo un país.

Internacional; es aquel que traspasa las fronteras internacionales de un país, que se maneja entre países o bloques comerciales.

1.3 RETROSPECTIVA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO

El comercio exterior en nuestro país surge durante la colonia española y es a través de los diferentes periodos de la vida de nuestro país que ha evolucionado hasta alcanzar un comercio con características librecambistas de acuerdo a las formas del capitalismo mundial.

A partir de la conquista española, nuestro país se caracterizó por ser una economía productora de materias primas, principalmente metales preciosos, los principales artículos de exportación fueron el oro y la plata; ya que el poderío económico de una nación en ese tiempo residía en la acumulación de estos metales.

Durante la etapa colonial predominó un comercio monopolizado por la corona española la cual mantenía el control por medio de la **Compañía de**



Indias, la cual impide la posibilidad de desarrollo económico y social en las colonias además de penalizar el comercio exterior con otros países.

El proteccionismo comercial inicia su declive y da paso a las nuevas ideas comerciales, la no - intervención del estado provenientes de Europa, en México es hasta 1821 que la práctica comercial se identifica y en 1860 nuestro comercio exterior continuaba efectuándose con Inglaterra, Francia y Estados Unidos.

Las relaciones comerciales con este último se derivan de la ilegalidad del contrabando; los productos que se destinan a este país son metales preciosos, tinte, ganado y otros productos agrícolas.

En el periodo de Porfirio Díaz se maneja la libertad económica ya que se desarrolla la infraestructura necesaria para expandir el mercado externo, asimismo surge una dependencia con Estados Unidos, de esta manera entra en la era del imperialismo y se crea un círculo vicioso deuda, inversión externa y dependencia económica. una loza que hasta nuestros días aún se vive.



Durante el período de la revolución mexicana (1911 – 1940) el comercio exterior no se limita, el petróleo que hasta nuestros días es primordial en esos tiempos fue la base de exportación. El incremento registrado en las exportaciones se debió al aumento de la demanda de este producto.

La crisis de 1929 coloca en tela de juicio la actividad comercial haciendo que el producto interno bruto y la producción manufacturera bajaran a niveles considerables, hace acto de aparición la restricción y discriminación comercial por parte de Estados Unidos y Europa además de la caída de los precios internacionales, lo cual generó una reducción en la captación de divisas.

A final de los años 30 existe un fuerte nacionalismo, el cual se presenta por medio de las políticas independientes mediante las diversas nacionalizaciones como la petrolera (1938) y ferrocarriles, además de brindar un apoyo al sector agrícola.

Durante el gobierno de Avila Camacho se promueve el desarrollo industrial del país, se encamina la industria a la sustitución de importaciones de bienes de consumo e intermedios así como de capital, para lo cual se presentan las principales medidas a favor de la industrialización:



1. Asignación del gasto público a la infraestructura industrial
2. Control de importaciones para la protección del mercado nacional
3. Precios oficiales a productos básicos

Se inicia el período estabilizador que abarca de 1940 a 1970, sus objetivos; evitar factores desestabilizadores de origen interno y externo, como las devaluaciones monetarias, procesos inflacionarios entre otros. El proceso fue lento, la productividad era deficiente y las exportaciones nulas.

“ Todas estas medidas implicaron una participación del Estado cada vez mayor. El estado asume ya un papel de empresario en algunos sectores estratégicos, que como tales no puede dejar en manos de la iniciativa privada e incluso asume la producción directa”⁸.

El estado se encargo del manejo de sectores como electricidad, petróleo y servicios, los cuales son estratégicos para nuestra economía, como resultado del modelo las economías de México, Brasil y Argentina presentan un aparato productivo diversificado obstante se ponen de manifiesto los problemas estructurales de dichas economías debido a que ninguna logro la sustitución de

⁸ Reyes, Domínguez Guadalupe. Estructura Socioeconómica de México, Editorial Nueva Imagen, México 1997
pagina 20



bienes de capital (maquinaria y tecnología) mostrando un rezago importante que se manifiesta en nuestra actualidad.

Las principales características de la política exterior durante el desarrollo estabilizador:

- ⇒ Profundización de mecanismo de protección para bienes de consumo
- ⇒ Formulación de incentivos para la venta en el extranjero de manufacturas y para la compra al exterior de materias primas y bienes de capital
- ⇒ Altos aranceles a productos manufacturados del exterior

Esta política ayuda al desarrollo de algunas ramas industriales pero se presentan efectos negativos en otros renglones:

- ✓ Descuido de exportaciones tradicionales de productos agrícolas
- ✓ No se alcanza a vender los productos industriales que se producen
- ✓ Importación de maquinaria y tecnología

Lo anterior deterioro la balanza comercial, el proteccionismo industrial lo único que genero en la industria nacional fue un bajo interés por modernizar su planta productiva y mucho menos expandir sus operaciones en el extranjero.



1.4 EL COMERCIO EXTERIOR MEXICANO EN LA ACTUALIDAD

Después de 1977 se busca restablecer un equilibrio en la balanza comercial apoyado por una política monetaria, fijando una paridad cambiaria; pero la década de los ochenta fue un período de crisis para nuestra economía.

Se presenta el petróleo como la máxima palanca de desarrollo y por algunos momentos una independencia económica, la balanza comercial presenta números rojos, el rublo de importaciones se incrementa y con ello una inflación, razón por la cual el gobierno se apoya del capital externo.

Muchas de las naciones industrializadas con economía capitalista registraron crisis con estancamiento, inflación, desempleo, disminución de las tasas de inversiones; las medidas que emplearon se encaminan a favorecer el libre mercado, la libertad de empresa y la iniciativa personal y simultáneamente reducir el tamaño del estado y su intervención en la economía.

Otra de las regulaciones que se emplearon fue la disminución de sus importaciones y elevar sus tasas de interés, afectando en primera instancia la



economía de países en vías de desarrollo, provocando que solicitaran créditos externos.

Lo anterior no permite emplear recursos financieros así como obtener recursos tecnológicos debido al déficit en la balanza comercial, por tanto se crea un círculo vicioso " el sector externo exige y obliga la reestructuración de la economía para crecer hacia afuera, pero a su vez limita y restringe los recursos para ello".⁹

Como se ha expuesto la situación económica de México se ha visto deteriorada por tres factores que se manifiesta en forma constante: devaluación, inflación, especulación financiera; debido a ello los modelos económicos han fracasado, estos factores tienen su origen en el desequilibrio estructural de la economía.

Es en el periodo de Miguel de la Madrid Hurtado cuando México voltea nuevamente al exterior cuando ingresa al GATT en 1986, enfrentando con eficacia la apertura comercial, "la modernización es, al exterior, una política activa".¹⁰

⁹ Huerta, G. Arturo, La economía mexicana más allá del milagro, Editorial Diana, México 1991 pagina 188
¹⁰ PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, Mayo 1989



Lo que lleva a fortalecer las negociaciones de México ante los mercados internacionales, "asimismo, iniciativas económicas, técnicas y financieras que complementen y hagan rendir el esfuerzo interno y den expresión concreta a una mayor presencia y beneficio a México en su participación en los mercados internacionales".¹¹

En el periodo de gobierno de Salinas de Gortari cuando se define la política comercial crecimiento hacia fuera en 1990, se firma el Tratado de Libre Comercio con América del Norte además de iniciar periodo de negociaciones con Centroamérica así como platicas con el Mercado Único Europeo.

La estrategia de la apertura comercial exige reestructurar el aparato productivo industrial, lo anterior nos condiciona a contar con recursos financieros y tecnológicos, de tal manera que se generan un mayor número de importaciones, "esto hace más difícil que las exportaciones sean suficientes para cubrir tales requerimientos de importación, además del pago del servicio de la deuda".¹²

¹¹ IDEM

¹² Huerta, G. Arturo obra citada pagina 189



En el período de gobierno de Salinas se busca modernizar a la industria a través de la centralización del estado y la entrada a capital externo que permitiera sanear la balanza de pagos en primera instancia y posteriormente reactivar las plantas productivas de nuestro México. Además de implantar la política neoliberal y en este período de gobierno se dejan las bases para continuar con la desincorporación de paraestatales con el fin de reducir el gasto público, pero desafortunadamente la crisis rompe el esquema y es en el período de Ernesto Zedillo cuando sus estragos son más notorios.

A pesar de ello el gobierno de Zedillo decide impulsar el modelo neoliberal y continuar con la apertura comercial y en este período se firma el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUE) el cual abordaremos en puntos próximos.

Para cerrar este capítulo podemos mencionar que la política comercial en los últimos años se ha venido dando con la incorporación del modelo de economía de libre comercio, desarrollando una apertura comercial, por la que "debemos entender: la modificación estructural de la política comercial de México que tiene como propósito eliminar la protección que se aplicó desde 1940 a la industria establecida en el territorio nacional. Tal cosa con el objeto



de facilitar mediante la aplicación de aranceles bajo la entrada de mercancías del exterior que anteriormente estaban limitadas por los llamados permisos previos".¹³

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

¹³ Ortiz, Arturo Introducción al Comercio Exterior Mexicano, Ediciones Quinto Sol, México 1989 pagina 142

CAPÍTULO 2

MÉXICO Y LA GLOBALIZACIÓN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



CAPÍTULO 2 MÉXICO Y LA GLOBALIZACIÓN

2.1 CONCEPTO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL Y GLOBALIZACIÓN

Por globalización se puede entender como un proceso de integración desde un punto de vista económico, político y social, encaminado a una unificación de las economías de diferentes países a través de acuerdos en el ámbito comercial, eliminando las barreras nacionales a los factores de producción brindando con esto ventajas competitivas de los productos nacionales ante el mercado externo.

La integración comercial se considera como un proceso económico que tiene como finalidad la abolición de barreras y restricciones que afecten el libre movimiento de mercancías y factores de producción generando una corrección económica y política de cada país, logrando con ello ventajas comerciales, llevando consigo además los desequilibrios económicos y políticos que acarrea una crisis económica de algún país provocando un efecto ondulatorio.

Nuestro país ingresa al concierto de integración comercial de manera más acelerada que eficiente; debido a que no se analizó con antelación los niveles de competitividad y calidad en nuestros productos; la industria nacional



no se preocupo de manera significativa en modernizar su planta productiva, derivado del periodo de proteccionismo comercial que existía en sectores productivos clave.

Pero dicho proceso de integración genera ventajas y desventajas para los países participantes afectando de manera significativa a sectores productivos con baja competitividad y calidad en sus productos; entre las ventajas de la integración comercial se puede citar:

- ⇒ Generación de ganancias originadas por la especialización
- ⇒ Un mayor movimiento de inventarios por motivo de ampliación de mercados
- ⇒ Existencia de reglas claras y generales entre países lo cual disminuye las diferencias comerciales y políticas
- ⇒ Variedad de productos lo que permite una mejor satisfacción de las necesidades de los consumidores
- ⇒ Reducción de costos, trámites y burocracia en las transacciones comerciales internacionales
- ⇒ Generación de fuentes de empleo originado por una inversión en la planta productiva



⇒ Enorme desarrollo tecnológico en medios de producción, comunicación y transporte

Entre las principales desventajas de una integración comercial son:

- Pérdida de soberanía nacional, debido a las concesiones que supone la integración regional y / o global en aspecto económico, político y social
- Una dependencia a productos y / o servicios en los que no se tienen ventajas competitivas y por lo tanto no deben producirse localmente
- Se presenta en países subdesarrollados una desventaja tecnológica y productiva con relación a países de primer mundo
- Las inversiones se presentan a corto plazo, y aún no están canalizadas a actividades productivas, lo que frena el desarrollo
- Los problemas económicos y financieros de un país afectan de manera directa a sus socios comerciales

Las ventajas son en buena medida para los países en vías de desarrollo un factor que genere un dinamismo en su economía permitiendo una diversidad de productos nacionales ante el exterior; una oportunidad de probar suerte en otros mercados, analizando otros sectores comerciales lo que permitirá abrir



portafolios de negocios a países en vías de desarrollo ya que estos no dependerían de un solo producto como el caso de México y Venezuela los cuales dependen del petróleo; pero con el paso del tiempo se ha buscado abandonar esa dependencia y diversificar su comercio ante el exterior, cabe aclarar que los países anteriormente citados no son los únicos en depender de un solo producto; Irak intercambia petróleo por alimentos, medicinas y artículos de primera necesidad.

Es necesario abandonar la dependencia que presentan la mayoría de países a un solo producto y abrir sus puertas al intercambio en el ámbito internacional, buscando para ello establecer una integración económica, inclusive el propio desarrollo histórico de la humanidad es un continuo proceso de integración en todas sus manifestaciones.

Existen diversos tipos de integración, cada una con características diferentes entre sí, cada país puede practicar alguna forma de integración, con la finalidad de ir avanzando hasta llegar a la etapa final; a continuación mencionaremos el escalonamiento para llegar a la última etapa de la integración:



I) Acuerdos Aranceles; consiste en la firma y puesta en operación de tratados entre dos o más países, promoviendo el comercio entre ellos, facilitando únicamente el intercambio comercial de mercancías.

II) Zona de Libre Comercio; son formaciones poco estables, que se originan con el fin de suprimir las trabas aduaneras y comerciales entre los socios; pero cada uno mantiene frente a terceros su propio arancel de aduanas y régimen de comercio, asimismo los tratados de libre comercio comprende disposiciones para reducir las barreras no arancelarias que generalmente obstaculizan o distorsionan el comercio entre los miembros.

III) Unión Aduanera; es una integración más completa encaminada a la supresión inmediata o de forma gradual de barreras arancelarias y comerciales de las mercancías entre los Estados que constituyen una Unión, construyendo un arancel externo común para los países firmantes con respecto a los bienes y servicios provenientes de naciones que no pertenezcan a esta forma de integración.

IV) Mercado Común; surge bajo el esquema de una zona de libre comercio agregando la libre movilidad de la fuerza de trabajo y libre movimiento de capitales que faciliten la inversión directa e indirecta por parte de los ciudadanos que formen parte de esta unión comercial.



V) Unión Económica; se presenta una eliminación de tarifas arancelarias entre los miembros, se fijan tarifas arancelarias a países terceros, se permite un libre movimiento de factores de producción, se contempla la armonía de políticas económicas, fiscales, financieras, inflacionarias y monetarias.

VI) Integración Total; es una unión total de la política monetaria, fiscal, social; teniendo como base una política supranacional imponiendo para ello una coordinación política más estrecha, un ejemplo de ello es la Unión Europea conformada por Holanda, Portugal, Grecia, Luxemburgo, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Austria, Irlanda, Reino Unido, España, Suecia, Francia, Italia y Alemania, además de los nuevos miembros República Checa, Estonia, Chipre, Letonia, Lituania, Hungría, Malta, Polonia, Eslovenia y Eslovaquia.

En el anexo número 1 presentamos la balanza comercial de nuestro país ante las diferentes zonas comerciales, así como algunos países que no forman parte aún de alguna, cabe mencionar que la Unión Europea es la única Integración comercial que se presenta hasta nuestros días. Se puede observar que el mayor intercambio es con la zona del TLCAN, con la Unión Europea se presenta un déficit comercial, y con la zona comercial de Centroamérica se presenta una alianza comercial con signos positivos. El déficit comercial que presenta nuestro país en los últimos años se ha originado por factores políticos



ya que se inicia la etapa de cambio de poder, además de una incertidumbre económica la cual tiene origen en la desconfianza del exterior a nuestros productos, lo anterior por la apertura abrupta del mercado nacional al internacional.

A partir de la firma del TLCAN nuestra relación comercial con Estados Unidos y Canadá son el destino de la mayor parte de las exportaciones por lo tanto presenta un resultado favorable a nuestro país, el siguiente mercado destino es Centroamérica así como Panamá, estos dos últimos mercados representan una oportunidad para la mediana y pequeña empresa a futuro ya que es un mercado muy amplio además de nuestra ubicación geográfica; lo lamentable para nuestro modelo económico es el poco volumen de exportaciones a Europa y Asia, no olvidemos que en ambos presentan nichos de mercados en los cuales nuestro país presenta ventajas competitivas.

La integración se hace fundamentalmente para ampliar la competitividad del sector industrial de un país, a su vez este sector depende en primera instancia del un *sector agrario* que debe garantizar el abastecimiento de alimentos a bajo coste, esto último sólo es factible con una política agraria adecuada; debemos canalizar recursos hacia el campo; ya que una característica



que presentan los países en vías de desarrollo es una mayor exportación de materia prima y una importación de productos terminados.

Podemos mencionar que el agro mexicano se ha visto afectado en períodos de gobierno atrás ya que gradualmente se ha descuidado las inversiones en este rubro además que los precios de algunos productos se han ajustado disminuyendo su competitividad ante productos del extranjero, a partir del 1 enero del 2003 se abren las puertas al libre comercio de productos agrícolas provenientes de Estados Unidos y Canadá dejando a nuestro sector agrario sin ninguna oportunidad de competir ante productos extranjeros, la pregunta es, puede el agro mexicano competir con nuestros socios comerciales en las condiciones que se encuentra actualmente.

A continuación presentaremos la situación que presentan los bloques comerciales más importantes en el mundo; lo que nos permite tener un panorama más amplio del camino a seguir por parte de nuestro país.

TLCAN :

Mayor mercado mundial de consumo

Aporta 28 % del PIB mundial

Realiza el 19.4% del Comercio Internacional



PIB per capita mayor a 15,000 dólares anuales

COMUNIDAD EUROPEA:

Tecnología de punta

Aportación 29% del PIB mundial

Realiza 39.5% del Comercio Internacional

PIB per capita mayor a 11,000 dólares anuales

CUENCA DEL PACIFICO:

Mayor crecimiento económico en el ámbito mundial

Mayor ahorro interno y posición de reservas

Aporta 24% del PIB mundial

Participa 20.5% del Comercio Internacional

Podemos concluir este punto mencionando que cada integración presenta características que las diferencia entre sí; su finalidad es incrementar o mejorar el PIB de la zona en la cual se localiza presentando una globalización de la economía, además de la intensa competencia por los capitales internacionales.



El paso a seguir en nuestro cambio era ser miembro del GATT con el fin de gozar de preferencias arancelarias ofrecidas por los integrantes de dicho organismo. “ La primera etapa de la apertura económica ha generado una mayor competencia de productos del exterior para micro, pequeña y mediana empresa”¹⁴, del periodo comprendido entre los años de 1982-1989 estas empresas registraron una tasa media de crecimiento anual del 4.1%, aún a pesar de la contracción de la demanda interna, baja de inversión, presión inflacionaria y restricciones de crédito. Es por ello que en cada negociación que se ha celebrado se busca propiciar las condiciones que favorezca el crecimiento de dichas empresas y coadyuven así al incremento de PIB y la generación de empleo.

El objetivo “ es un crecimiento sostenido del empleo: que mejore la tasa de crecimiento de las oportunidades de trabajo y su nivel de remuneración”¹⁵

Se negocia el ingreso de México al Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) el 12 de septiembre de 1986, cabe mencionar

¹⁴ Programa para la Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana, 1991-1994 pagina 9

¹⁵ Blanco Mendoza, Herminio, Las Negociaciones Comerciales de México con el Mundo, Mexico, FCT, 1994 pagina 84



que en la actualidad este organismo fue sustituido por la Organización Mundial de Comercio (OMC).

El GATT es un organismo internacional cuya finalidad primordial es liberar el comercio mundial y a su vez garantizar un entorno comercial internacional estable, previsible y no discriminatorio, donde puedan prosperar las inversiones, la creación de empleos y generación de un comercio más completo.

La Organización Mundial de Comercio(OMC), es un organismo intergubernamental autónomo e independiente, busca promover el comercio intencional, crecimiento económico así como el desarrollo de las naciones; presenta un estatus permanente y una estructura claramente definida; vigilará la puesta en práctica de los acuerdos que emanaron de la Ronda de Uruguay en materia de comercio de bienes, servicios y derechos de propiedad intelectual; el objetivo de este organismo es incrementar el nivel de vida de sus integrantes, incrementar los ingresos; acrecentando con ello la producción además del comercio de bienes y servicios entre sus miembros logrando el pleno empleo.



México se ha orientado principalmente a obtener una reciprocidad de sus socios comerciales para las medidas de liberalización adoptadas unilateralmente; recordemos que para una negociación exitosa entre dos o más naciones se debe buscar en primera instancia una base justa y equitativa, fortalecer reglas e instancias multilaterales para lograr a su vez una expansión del comercio internacional.

Por otro lado en Abril de 1991 el gobierno de México considera conveniente integrarse como miembro de pleno derecho de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico(OCDE), con el fin de fomentar el modelo económico de desarrollo hacia fuera a partir de entonces México ha participado activamente en diversos comités de la organización

Los beneficios de México al participar en la OCDE:

1. Cumplimiento con la aplicación de estándares internacionales de conducta
2. Participación en foros de consulta y de coordinación de políticas macroeconómicas de países más desarrollados
3. Incrementar la captación de inversión extranjera y obtener el financiamiento en términos más ventajosos.



En la OCDE el movimiento que se origina es entre países desarrollados, lo anterior beneficia a nuestro país ya que le permite un mayor intercambio comercial encaminado a las necesidades del mercado exterior permitiendo de esta manera una participación a los países del tercer mundo en el intercambio comercial con países desarrollados.

2.2 MÉXICO Y LA UNIÓN EUROPEA

La negociación comercial con Europa se ha realizado desde septiembre de 1975 a través del Acuerdo Marco de Cooperación revocado en octubre de 1985 en esa entonces Comunidad Económica Europea(CEE) ya que el objetivo es buscar un mercado potencial que permita diversificar nuestras exportaciones.

En el gobierno de Luis Echeverría(1970-1976) se logró la firma del Acuerdo de Comercio y Cooperación con la Comunidad Económica Europea en 1975 tras la visita oficial a Bruselas, Bélgica.

Cabe aclarar que nuestro país había pactado acuerdos y/o negociaciones comerciales con algunos países de los cuales podemos citar, España(Tratado



General de Cooperación y Amistad celebrado en 1990), Francia(1992), Italia(1994), Alemania(1996); en 1991 entra en vigor el Acuerdo Marco de Cooperación el cual es calificado como convenio de tercera generación pues comprende comercio, inversiones, servicios y cooperación científico técnica.

En 1989 nuestro país celebró un Convenio Marco de Cooperación Financiera entre la Comunidad Económica Europea Nacional Financiera, el objetivo estimular coinversiones(inversiones mixtas)

En 1991 entra en vigor el Acuerdo Marco de Cooperación entre la Comunidad Económica Europea y los Estados Unidos Mexicanos, en este acuerdo se incluyen los siguientes puntos:

- A. Cooperación y expansión industrial y comercial
- B. Desarrollo tecnológico
- C. Inversiones europeas en México sin doble tributación
- D. Cooperación en el ámbito social

En virtud del acuerdo existe una comisión mixta la cual presenta la facultad de crear subcomisiones las cuales enfocan a las pequeñas y medianas empresas.



En octubre de 1993 se analiza la posibilidad de ampliar estipulaciones del Acuerdo Marco y elevarlo a la categoría de Acuerdo de Libre Comercio a fin de aprovechar las facilidades que México, como socio de Estados Unidos y Canadá puede prestar a empresarios europeos.

La Comisión Europea a iniciativa de Francia en febrero de 1994, llegó a considerar una revisión y profundización del vigente Acuerdo de Libre Comercio, en junio de 1994 los ministros de exterior de la Unión manifestaron la disposición de impulsar sus relaciones a un Acuerdo de Libre Comercio.

En 1996 hubo una reunión entre México y la Comisión Europea en Bruselas, sin embargo, México rechaza el programa de negociación propuesto por la Comisión, es hasta 1997 cuando se firma un convenio sujeto a ratificación del Parlamento Europeo, los parlamentos de los estados miembros de la Unión y el Senado de la República Mexicana.

Se aprueba lo negociado en 1999 por parte de la Comisión Europea con México, así lo hizo el Consejo Europeo, el Parlamento Europeo, los parlamentos de los Estados miembros, el Senado de los Estados Unidos Mexicanos. Razón por lo cual el presidente Ernesto Zedillo viaja a Lisboa.



Portugal el 28 de marzo del 2000 a la ceremonia de la firma, entrando en vigor el 1 de julio del 2000.

La importancia de la firma de este tratado radica en el amplio mercado que representa la Comunidad Europea, como mencionamos al inicio del capítulo, la Comunidad Europea la integran: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Inglaterra, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal y Suecia; además de los nuevos miembros República Checa, Estonia, Chipre, Letonia, Lituania, Hungría, Malta, Polonia, Eslovenia y Eslovaquia, así como el Espacio Económico Europeo (Noruega, Suiza, Islandia y Liechtenstein).

Como observamos la Comunidad Europea es un claro ejemplo del último paso de una integración comercial; la Integración Total, recordando esta etapa definitiva es una armonización total de la política económica, monetaria, fiscal, social y humana; para ello se creó también una moneda única denominada Euro la cual entra en vigor el 1 de enero de 1999; la importancia de esta unificación es la generación de "acuerdos regionales en América que impliquen transformaciones radicales a nuestro modo de vivir y de hacer economía, el proceso de integración comercial sigue su avance y las necesidades de la



globalización provocan acuerdos entre los países para aumentar su competitividad".¹⁶

Los objetivos que se persiguen con la creación de una zona de libre comercio son:

- ◆ Liberación progresiva y recíproca de bienes
- ◆ Apertura de mercados convenidos de contratación pública de las partes
- ◆ Establecimiento de un mecanismo de cooperación en materia de competencia así como uno de consulta en materia de asuntos de propiedad intelectual
- ◆ Establecimiento de un mecanismo de solución de controversias

En el ámbito de cooperación se logró lo siguiente:

- México es reconocido como país en desarrollo avanzado
- Ayuda para proyectos de cooperación económica dirigido a sectores más dinámicos de la economía
- Encuentros empresariales dirigidos a sectores agro industrial, muebles, construcción, pesca y en futuro farmacéutico y plásticos

¹⁶ Administrate Hoy, Número 59 México, 1999



- Creación de eurocentros empresariales, NAFIN, CANACINTRA y BANCOMEXT
- Normalización y certificación estableciendo laboratorios y pruebas que permitan uniformar certificados de origen

Se eliminan las desventajas de acceso a los mercados que enfrentan los exportadores de ambas partes, se buscó equilibrar las condiciones de competencia con relación a otros socios comerciales.

El TLCUEM abarcará todos los sectores de la producción, con el fin de apegarse a lo dispuesto en los artículos XXIV del GATT.

El contenido del TLCUEM es el siguiente:

- I. Disposiciones generales
- II. Libre circulación de bienes
- III. Compras del sector público
- IV. Competencia
- V. Mecanismo de consulta para asuntos de propiedad intelectual
- VI. Solución de controversias



VII. Obligaciones específicas del comité conjunto referentes a comercio y cuestiones relacionadas con el comercio

VIII. Disposiciones finales

Disposiciones generales

- ☛ Liberación progresiva y recíproca del comercio de bienes
- ☛ Cooperación en materia de competencia
- ☛ Mecanismo de consultas en materia de asuntos de propiedad intelectual
- ☛ Mecanismo de solución de controversias
- ☛ Libre circulación de bienes
- ☛ Establecer una zona de libre comercio
- ☛ Eliminación de aranceles aduaneros sobre la importación de productos originarios de ambas partes
- ☛ No se introducirán nuevos aranceles aduaneros sobre la importación o exportación
- ☛ Toda prohibición o restricción de comercio debe ser eliminada
- ☛ Se podrá emplear medidas de salvaguarda siempre que:
 - Cause perjuicio grave a la industria
 - Genere perturbación en cualquier sector de la economía
 - No se aplique en un periodo mayor a un año



↔ Cooperación aduanera

Intercambio de información

Seminarios

Asistencia técnica

↔ Medidas sanitarias y fitosanitarios

- ↔ Se puede establecer uniones aduaneras, zona de libre comercio u otro arreglo entre cualquiera de las partes y terceros países siempre que no alteren los derechos y obligaciones establecidas en esta decisión

Compras del sector público

↔ Trato nacional

- ↔ No se aplicaran reglas de origen a los bienes importados de la otra parte que sean diferentes o incompatibles con las reglas que se apliquen en operaciones comerciales normales

↔ Cooperación técnica

Competencia

- ↔ Cooperación entre autoridades de las partes responsables de aplicar las respectivas legislaciones de competencia
- ↔ Mecanismo de consulta para asuntos de propiedad intelectual



- Se establece un comité especial sobre asuntos de propiedad intelectual

Solución de controversias

- Las partes procuraran en todo momento, llegar a un acuerdo sobre la interpretación y aplicación de los instrumentos
- Establecimiento de un panel arbitral
- El panel deberá presentar un informe preliminar que contendrá sus conclusiones a más tardar tres meses después de la fecha de establecimiento del panel, su informe final lo presentará en un plazo de 30 días a partir de la presentación del informe preliminar
- Cada parte estará obligada a tomar las medidas pertinentes para cumplir con el informe final
- A petición de cualquier parte, el panel original emitirá un dictamen sobre la compatibilidad del informe final con las medidas para dar cumplimiento al mismo después de la suspensión de beneficios
- Los procedimientos arbitrales establecidos de conformidad con este título no considerarán asuntos relacionados con los derechos y obligaciones de las partes adquiridos en el marco del acuerdo por el que establece la OMC



Obligaciones específicas del comité conjunto referentes a comercio y cuestiones relacionadas al comercio

☛ El comité conjunto:

Supervisará la puesta en práctica y el adecuado funcionamiento de esta decisión, así como la de cualquier decisión referente al comercio

Vigilar el ulterior desarrollo de las decisiones

Supervisar el trabajo de todos los comités especiales

Tomar medidas apropiadas en el ejercicio de sus funciones

Emitir recomendaciones sobre comercio

Cuando el comité conjunto se reúna para realizar cualquiera de las tareas asignadas estará integrado por representantes de la Comunidad Europea y el gobierno mexicano con responsabilidad en comercio.

Disposiciones finales

☛ Entrará en vigor a partir del 1 de julio de 2000

Cabe mencionar que además del establecimiento de una moneda única (euro, en circulación el 1 de enero de 1999), se procede a expedir un certificado de circulación denominado EUR 1, será expedido por autoridades aduaneras o gubernamentales competentes del país de exportación, este



certificado se debe extender como un requisito a cumplir del producto para gozar con los beneficios de los productos originarios, a tal efecto el exportador llenará tanto el certificado de circulación EUR I con el formulario de solicitud, se llenarán en uno de los idiomas en los que se ha redactado la decisión y de conformidad con las disposiciones de la legislación del país de exportación, la descripción de los productos deberá figurar en la casilla reservada para tal efecto, sin dejar líneas en blanco, en caso de no llenar por completo se deberá trazar una línea horizontal debajo de la última línea de la descripción y una línea cruzada en el espacio que quede en blanco.

La expedición del certificado de circulación EUR I se estará apegada a:

- A. Presentar la documentación apropiada que demuestre el carácter originario del o los productos de que se trate
- B. Las autoridades (aduanera o gubernamental) que expidan los certificados deberán adoptar todas las medidas necesarias para verificar el carácter originario de los productos, así como el cumplimiento de los demás requisitos
- C. Las autoridades (aduanera o gubernamental) garantizarán que se llene correctamente los formularios, en especial el espacio reservado para la



descripción de los productos de tal manera que se excluya toda la posibilidad de adiciones fraudulentas

D. La expedición del certificado se hará tan pronto como la exportación real haya sido efectuada

La expedición de certificados se podrá realizar con posterioridad a la exportación de los productos siempre que se compruebe que la información proporcionada en la solicitud del exportador coincida con la figura en el expediente correspondiente, además dichos certificados deberán ser acompañados con una de las siguientes frases, las cuales se insertarán en la casilla de observaciones:

Expedido con posterioridad

Délivré a posteriori

Rilasciato a posteriori

Afgegeren a posteriori

Por igual se expedirá un duplicado de circulación en caso de robo, perdida o destrucción de un certificado, el cual se extenderá sobre la base de los documentos de exportación que obren en su poder, en el duplicado deberá figurar la palabra: duplicado, duplikat, duplicata, segunda vía o duplicato.



Además del certificado de circulación el exportador deberá extender una declaración en factura siempre que los productos califiquen como originarios.

Nuestro país ha ingresado a un mercado más amplio que presenta una variedad en sus necesidades, se ha incrementado una demanda de productos artesanales, muebles, joyería, artículos decorativos manuales con tendencias rústicas; debido a que su población es de 291 millones de habitantes a finales del 2000, presentan un gasto a razón de 1.62% del producto interno bruto, su comercio en el ámbito mundial representa el 20% sobre el total.

2.3 MÉXICO Y EL TLCAN

El tratado de Libre Comercio de América del Norte, también conocido como NAFTA, celebrado entre los países de Estados Unidos, Canadá y México; entra en vigor el 1 de enero de 1994, es la primera negociación que celebra nuestro país en la cual celebra un intercambio comercial completo: los objetivos de este tratado son:

- ✓ Establecer una zona de libre comercio
- ✓ Aumentar oportunidades de inversión



- ✓ Integración de una región con un intercambio de bienes y / o servicios más intenso
- ✓ Eliminar barreras al comercio, generando una competencia justa
- ✓ Fomentar una cooperación trilateral y regional
- ✓ Aumentar oportunidades de inversión

Para su firma se llevo un sinnúmero de negociaciones, resistencia, modificaciones y estudios que cada comisión de las partes realizo, fue un proceso largo; el compromiso promover el empleo y el crecimiento económico, a través del comercio y las oportunidades de inversión, aumentando para ello la competitividad internacional de las empresas de cada nación, brindando de manera congruente la protección al medio ambiente, además se garantiza que los bienes de un país miembro no serán objeto de discriminación, esto último es un principio fundamental del GAIT. Por lo tanto se presentan los principios de trato nacional, trato de nación más favorecida y transparencia en los procedimientos.



Estructura del TLCAN

1. Aspectos generales

2. Convenio de bienes

Trato nacional y acceso de bienes al mercado

Reglas de origen

Procedimientos aduaneros

Energía y petroquímica básica

Sector agropecuario y medidas sanitarias y fitosanitarias

Medidas de emergencia

3. Barreras técnicas al comercio

Medidas relativas a la normalización

4. Compras al sector público

5. Inversión, servicios y asuntos relacionados

Inversión

Comercio transfronterizo de servicio

Telecomunicaciones

Servicios financieros

Política en materia de competencia, monopolio y empresas del estado

Entrada temporal de personas de negocios

6. Propiedad intelectual



7. Disposiciones administrativas institucionales

Publicación notificación y administración de leyes

Revisión y solución de controversias en materia de cuotas antidumping y compensatorias

Disposiciones institucionales y procedimientos para la solución de controversias

8. Otras disposiciones

Se acordó la eliminación de todas las tasas arancelarias sobre los bienes que sean originarios de cada una de las partes; para ello se determinan reglas de origen las cuales se diseñaron para:

- Asegurar que las ventajas de este tratado se otorguen sólo a bienes producidos en la región de América del Norte
- Reducción de obstáculos administrativos para los exportadores, importadores y productores que realicen actividades comerciales en el marco del tratado

Un bien es considerado como originario cuando se elabore en su totalidad en la región de los países integrantes; los bienes que contengan materiales que no provengan de la zona también se consideran originarios.



siempre que los materiales ajenos sean transformados en cualquier país integrante del TLCAN. Para resguardar lo anterior el TLC incluye disposiciones en materia aduanera que establecen la existencia de reglamentos uniformes que aseguren la aplicación e interpretación congruente de las reglas de origen, así como los requisitos de certificación y procedimientos a seguir para reclamar un trato arancelario preferencial.

Lo anterior inyectará un mayor dinamismo en los mercados de cada país ya que existen disposiciones que regirán el comercio de bienes, otorgando una mayor seguridad en el acceso a diferentes mercados; a su vez cada integrante excluirá prohibiciones y restricciones cuantitativas que obstruyan la libre circulación de productos, sin embargo cada miembro se reserva el derecho de imponer restricciones en fronteras limitadas; por ejemplo, la protección de vida o salud humana, animal, vegetal o del medio ambiente ya que el tratado confirma el derecho de cada país para determinar el nivel de protección sanitaria o fitosanitario que considere adecuado apegándose a:

- Principios científicos y en una evaluación del riesgo
- Se apliquen sólo en grado necesario para proporcionar el nivel de protección determinado por un país
- No se traduzca en protección discriminatoria



Cabe mencionar la existencia de una cláusula en la que se consideran como productos distintivos al tequila, mezcal, canadian whisky, bourbon whisky, tennessee whisky con el fin de resguardar y evitar una competencia desleal.

Con el fin de mantener un dinamismo y equilibrio se maneja de manera particular las negociaciones de sectores con el fin de brindar una transparencia y seguridad para la planta productiva de cada integrante para lo cual se maneja de manera exclusiva al sector agropecuario, energía y petroquímica, inversiones, telecomunicaciones, servicios financieros, manejando en forma especial medidas de salvaguarda, reglas de origen, eliminación de aranceles, subsidios internos así como una resolución de controversias.

El TLC reitera el pleno respeto a las respectivas constituciones de cada integrante, lo cual concede a cada parte el derecho de adoptar, aplicar y hacer cumplir sus medidas de normalización para alcanzar un nivel de protección más alto que el que se lograría con base en medidas internacionales, así mismo procurará hacer compatibles sus medidas de normalización.



Dentro del tratado se establecen medidas de salvaguardas que brinden un alivio temporal a los sectores que resulten afectados desfavorablemente por situaciones inesperadas que no se hayan contemplado; inclusive se tiene la opción de elegir una salvaguarda global; la diferencia entre ellas, es que la primera suspende de forma temporal la eliminación de las tasas arancelarias acordadas, la salvaguarda global se apega al artículo XIX del GATT en el cual se autoriza su empleo por medio de tasas arancelarias.

El TLCAN se encamina a una integración comercial hacia el año 2005 ya que en sus cláusulas se permite una adhesión de países centroamericanos.

El tratado de libre comercio ha presentado diversas contrariedades, actualmente el sector agrario es un punto que se adhiere a una lista por los cuales se ha visto afectado en cierto grado el comercio entre México y Estados Unidos de Norteamérica; se puede enunciar:

- 1) Auto transporte
- 2) Embargo atunero
- 3) El aguacate mexicano



A pesar de las negociaciones así como la revisión de los puntos anteriores, no se han resuelto favorablemente para México, y el sector agropecuario es un clavo más que en determinado momento puede entorpecer el marco de una zona de libre comercio. Bien sabemos de las diferencias enormes entre México y sus socios comerciales, en el punto económico, tecnológico y social. No olvidando la enorme ayuda del gobierno norteamericano a través de subsidios a la exportación, situación que deja en clara desventaja a nuestro campo mexicano.

Nuestro sector agropecuario se ha visto envuelto más por un manto político, ha sido un punto de atracción para las elecciones a favor de un partido político que lejos se quedo de brindar apoyos financieros y tecnológicos a quienes realmente lo necesitaban y lo poco que se asignaba se quedaba en manos de dirigentes que nunca se preocuparon por fortalecer nuestro agro mexicano y que hoy ridículamente necesitamos abastecernos de productos extranjeros para asegurar el consumo nacional.



2.4 MÉXICO E ISRAEL

Se firma en junio del 2000 y entra en vigor en julio del mismo año, fue el último tratado de libre comercio que celebró el gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León; su negociación se presenta de manera apresurada ya que México presenta un intercambio comercial negativo con nuestro socio; lo anterior se puede observar en el cuadro número 1; en 1993 se presenta una balanza comercial de 59 millones de dólares, de 1994 al 2001 nuestro país presenta un déficit comercial, el cual se ha incrementado de 82 millones de dólares a 218 millones de dólares, lo que refleja el bajo intercambio comercial de nuestros productos hacia el mercado de Israel.

Con la firma de este tratado nuestro país busca mercados atractivos, su estrategia es incrementar su presencia en mercados del medio oriente e Israel es el socio comercial adecuado para emprender este camino; no olvidando que Israel presenta una estrecha relación comercial con Estados Unidos.

Los objetivos de este tratado son:

- ⇒ Establecer una zona de libre comercio
- ⇒ Eliminar obstáculos al comercio



- ⇒ Promoción de competencia leal
- ⇒ Cooperación bilateral y multilateral cada una de las partes

La eliminación se aplica a bienes originarios con el fin de eliminarlos totalmente en enero del 2005; a bienes originarios sobre la base advalorem los derechos de trámite aduanero se eliminarán a la entrada en vigor de este Tratado.

Se efectuarán consultas con la finalidad de examinar la posibilidad de acelerar la eliminación o reducción de aranceles, así como evaluar que ninguna parte incremente algún arancel o en su caso adopte alguna prohibición o restricción a la importación de cualquier bien de la otra parte.

Para resolver cualquier controversia derivada de las negociaciones entre las partes se establecerá el Comité de Comercio de Bienes, el cual se integrará por representantes de cada parte; su función principal es resolver cualquier controversia relacionada a:

1. Medidas sanitarias y fitosanitarias
2. Medidas relativas a la normalización
3. Derechos antidumping



4. Derechos de propiedad intelectual

En esta negociación bilateral se acuerda un punto que la hace diferente de los Tratados ya estudiados anteriormente; ambas partes adoptarán restricciones a determinados productos, por ejemplo, Israel adopta restricciones a la importación de desechos y mermas de plásticos, hule papel, metal, carne no aprobada por el Rabinato Central, ropa usada y textiles fabricados de segunda clase; México restringe el comercio de hidrocarburos aromáticos, nafta disolvente, aceite crudo de tractores de carretera, coches de turismo, vehículos destinados al transporte de mercancías; en estos últimos México podrá mantener dichas restricciones hasta el 31 de diciembre de 2003.

Las reglas de origen se establece que un bien es originario cuando sea obtenido en su totalidad en el territorio de una de las partes, sea producido con materiales que califican como originarios, que el valor de contenido regional del bien no sea menor del 45% cuando se utilice el método de valor de transacción, el 35% con el método de costo neto. Israel reconoce como productos distintivos de México al tequila y mezcal.



Para un cabal cumplimiento de las reglas de origen se establece el Comité de Reglas de Origen y Procedimientos Aduaneros el cual estará integrado por representantes de cada parte, dentro de sus principales funciones esta:

1. Vigilar la correcta aplicación de procedimientos aduaneros
2. Resolver conflictos de clasificación arancelaria
3. Revisión de certificados de origen
4. Analizar propuestas de modificación administrativa en materia aduanera

Ambas partes elaboraran un certificado de origen, el cual deberá ser llenado en uno de los idiomas oficiales así como la firma del exportador que solicite un trato arancelario preferencial; en caso de no cumplir con la anterior se podrá negar el trato arancelario solicitado para el bien.

Los países no requerirán el certificado de origen cuando:

1. La importación no exceda de mil dólares estadounidenses
2. Que la parte exima del requisito de presentación del certificado de origen
3. La importación sea con fines no comerciales del bien



Cabe mencionar que ambas partes conservaran sus derechos y obligaciones relativas a la aplicación de cuotas antidumping y compensatorias de acuerdo al artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio de 1994; así mismo como las relacionadas a medidas relativas a la normalización, medidas sanitarias y fitosanitarias, comercio de servicios y los derechos de propiedad intelectual de conformidad al acuerdo firmado con la OMC.

El tratado de libre comercio con Israel se estructura de la siguiente manera:

1. Disposiciones generales
2. Comercio de bienes
3. Reglas de origen
4. Procedimientos aduaneros
5. Medidas de emergencia
6. Compras del sector público
7. Derechos y obligaciones de la OMC
8. Políticas en materia de competencia, monopolios y empresas del Estado
9. Publicación, notificación y administración de leyes



10. Disposiciones institucionales y procedimientos para la solución de controversias

11. Excepciones

12. Disposiciones finales

Un punto sobresaliente es la resolución anticipada previa con el fin de agilizar los trámites del origen de bienes y se refleje en el intercambio comercial.

Las resoluciones anticipadas versarán:

- A. Los materiales no originarios empleados en la producción del bien, que cumplan con el cambio de clasificación arancelaria.
- B. Que el método empleado por el exportador de acuerdo a los principios del código de valoración aduanera sea el adecuado para determinar el origen del bien.

La resolución puede ser modificada por la autoridad competente en los siguientes casos:

- ✓ Se fundamente en un error
- ✓ No se apege a reglas de origen



Se acordó por ambas partes manejar sanciones penales, civiles o administrativas por infracciones a sus leyes y reglamentos en el caso de la resolución anticipada que sea revocada por la autoridad, se podrá aplicar las medidas que se requiera de acuerdo a las circunstancias; para lo anterior se considera como autoridad competente para Israel, el Departamento de Aduanas y VAT del Ministerio de Finanzas; para México, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Para la solución de controversias las partes procuraran en todo momento, llegar a un acuerdo sobre la interpretación y aplicación de los instrumentos jurídicos abarcados a lograr una solución mutuamente satisfactoria; cada parte podrá solicitar la realización de consultas en el seno del comité conjunto, respecto a cualquier asunto referente a la aplicación de los instrumentos jurídicos, el comité conjunto se reunirá dentro de los 30 días siguientes a la entrega de la solicitud y procurará sin demora solucionar la controversia mediante una decisión, la cual especificará las medidas necesarias que debe adoptar la parte respectiva.

En caso de que una parte considere que una medida aplicada por la otra parte viole los instrumentos jurídicos abarcados, se dará paso al panel arbitral



dentro de 45 días posteriores a la entrega de la solicitud de reunión del comité, cuyo objetivo es dar una solución respecto a la controversia presentando para ello un informe preliminar que contendrá sus conclusiones a más tardar tres meses después de la fecha de establecimiento del panel.

Concluimos mencionando que cualquier país o grupo de países podrán incorporarse a este Tratado, siempre que las partes otorguen su consentimiento y que el o los países a incorporarse se sujeten a los términos y condiciones que sean convenidos entre ese país o grupo de países y la Comisión.

2.5 MÉXICO Y LA APEC

La APEC (Foro de Cooperación Económica Asia - Pacífico) se fundó en 1989, es un acuerdo de cooperación entre los países asiáticos y los de la cuenca del pacífico, este foro fue impulsado por el gobierno de Australia por el temor de quedarse aislada en vista del Mercado Único de la Unión Europea. México ingresó en 1993 con el objetivo de intensificar sus relaciones con los países de Asia - Pacífico.



Se encuentra formada por: Australia, Brunei, Canadá, Chile, República de China, Hong Kong, Indonesia, Japón, Corea, Malasia, México, Nueva Zelanda, Papua Nueva Guinea, Perú, Filipinas, Rusia, Singapur, Tailandia, Estados Unidos, Vietnam y Taiwan.

Este foro podría ser un grupo comercial gigantesco ya que refleja un 60% del PIB y gestiona más del 40% del comercio mundial, el principal problema que enfrenta este foro comercial, es el miedo de Japón, ya que Estados Unidos puede lograr una mayor influencia en la zona asiática, delegando a Japón de dicha zona lo que afectaría de manera directa a los intereses de dicho país.

La APEC no se puede considerar como un bloque comercial debido a que se encuentra formada por economías de los países además de las divergencias entre sus dos miembros principales que encabezan la zona comercial oriental y occidental, ya que ambas economías presentan intereses divergentes y opuestos, los cuales impiden un acuerdo que llevará a una zona de libre comercio a través de un tratado que reúna dos zonas estratégicas muy importantes a escala global.



Su órgano directivo lo constituyen los Ministros de Economía y Relaciones Exteriores de los países miembros; los jefes de gobierno de los países miembros constituyen la máxima autoridad del grupo Reunión de Líderes los cuales se reúnen de manera anual, el personal permanente de la APEC se divide en comités especializados así como en grupos de trabajo.

Compromiso de la APEC:

- ⇒ Crear una zona de libre comercio para los países más desarrollados en el 2010 y en el 2020 para todos los países
- ⇒ Eliminación de aranceles, medidas que violen la competencia y evitar el tratado discriminatorio entre los miembros
- ⇒ Liberalización de fronteras

Actualmente la sede se encuentra en Tailandia, en Chile para el 2004 y en Corea en 2005.

TESTIS CON
FALLA DE ORIGEN



2.6 MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

México además de la firma del TLCAN, ha realizado tratados de libre comercio con varios países de nuestro mismo continente; el tratado de libre comercio más importante para nuestro país es el denominado Triángulo del Norte, celebrado con la República de Guatemala, Honduras y el Salvador, el cual es firmado por la administración de Vicente Fox Quesada, ejecutivo federal de nuestro país, el 29 de junio de 2000.

El objetivo principal es:

1. Estimular la expansión y diversificación del comercio de bienes y servicios entre las Partes;
2. Promover condiciones de libre competencia dentro de la zona de libre comercio;
3. Eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes originarios y servicios entre las Partes;
4. Eliminar las barreras al movimiento de capitales y personas de negocios entre los territorios de las Partes;
5. Aumentar las oportunidades de inversión en los territorios de las Partes;



- Proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual en el territorio de las Partes;
- Establecer lineamientos para la ulterior cooperación entre las Partes, encaminados a ampliar y mejorar los beneficios de este tratado;
- Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias.

La ventaja que presenta este tratado radica en que nuestra capacidad económica es muy similar a la de nuestros socios comerciales, así como la similitud de idioma, cultura, patrones de conducta, aunado a lo anterior nuestra situación geográfica, todo ello permite una mayor flexibilidad y un dinamismo en el intercambio comercial; lo mencionado reflejará a futuro un crecimiento económico para cada uno de los integrantes además de un desarrollo equitativo reduciendo al máximo la vulnerabilidad.

Se busca en primera instancia facilitar la compraventa de productos industriales y agrícolas entre los integrantes a través de la eliminación paulatina de aranceles que pagan los productos al entrar a dichos mercados, además de establecer un conjunto de disciplinas que regulen la relación



comercial entre los integrantes. Este tratado genera nuevas oportunidades que permitirán el incremento en las exportaciones, así como la atracción de nuevas inversiones que generen un crecimiento económico y un aumento en la productividad y competitividad de nuestros productos en esta región.

Los miembros de este tratado representan un mercado potencial en promedio de 23 millones de personas, que presenta de acuerdo a cifras del Banco de México una balanza comercial con nuestro país de 872 millones de dólares hasta el 2001, por tanto, este acuerdo comercial trae consigo un impacto regional, favoreciendo en primera instancia a nuestro estado de Chiapas.

El beneficio directo de México es recibir la eliminación de aranceles en productos del sector industrial tales como productos químicos, auto partes y vehículos pesados en un plazo de 7 a 10 años se eliminarán aranceles de productos plásticos, pinturas, muebles y electrodomésticos. Se busca el reconocimiento al tequila y mezcal como productos distintivos de México, además se tomo en cuenta la sensibilidad de nuestro sector agropecuario y agro industrial, para lo cual se acordó establecer salvaguardas especiales lo que impedirá se afecte de manera directa a la producción nacional.



De acuerdo al capítulo VI un bien es considerado como originario:

- ⇒ Sea obtenido en su totalidad o producido enteramente en territorio de una o más de las partes.
- ⇒ Sea producido en el territorio de una o más de las Partes a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios de una o más de las partes de conformidad con este capítulo
- ⇒ Sea producido en el territorio de una o más de las Partes a partir de materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos
- ⇒ Sea producido en el territorio de una o más de las Partes a partir de materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos, y el bien cumpla con un requisito de valor de contenido regional
- ⇒ Sea producido en el territorio de una o más de las Partes y cumpla con un requisito de valor de contenido regional

La importancia de este tratado es brindar un apoyo total a la mediana y pequeña empresa ya que es considerado su mercado natural, lo que permite promover un dinamismo comercial, promoviendo el crecimiento económico, fomentando la incorporación de nuevas empresas a la actividad exportadora



impulsando el comercio de nuestros productos a la región de América Latina a través de alianzas estratégicas.

Nuestros productos a ofrecer deberán presentar calidad, además de un servicio post venta, con el fin de lograr un éxito en el mercado en el que desee incursionar; por ejemplo Comercialización Eureka ha recibido un muy buen trato por parte del gobierno y sociedad en general en Guatemala, su principal producto a exportar a este destino son láminas de fibrocemento onduladas, tejas y tinacos de plástico.

Además México tiene firmado un tratado de libre comercio denominado el Grupo de los Tres, sus socios comerciales son Colombia y Venezuela; entra en vigor el 1 de enero de 1995; su objetivo primordial es promover la cooperación e integración entre sus miembros con los demás países de América Latina; se reconocen en las negociaciones sectores sensibles de cada país, por ejemplo, energía, comercio, telecomunicaciones, transporte aéreo, finanzas, cultura y turismo.

Se establecen reglas claras y transparentes en materia de comercio e inversión, permitiendo así la adhesión a terceros países de América Latina en



especial el Caribe y América del sur, por lo tanto; este tratado representa una magnífica oportunidad para aumentar y diversificar nuestras exportaciones y nuestro sector productivo generando empleos productivos y alianzas comerciales y de inversión, generando una mayor competitividad y crecimiento económico de nuestro país.

Para asegurar que los beneficios del tratado permanezcan dentro de la región y se evite la triangulación, la eliminación de aranceles se aplicará a:

- ↻ Bienes producidos en su totalidad en la región
- ↻ El requisito de valor de contenido regional es del 55% bajo el método de valor de transacción
- ↻ Para los productos químicos, metal mecánico, maquinaria y equipo y electrónica cuyo contenido regional será del 50% bajo el mismo método
- ↻ Existen más de 1000 reglas específicas para todos los productos clasificados en el sistema armonizado
- ↻ Se define un procedimiento claro de compensación con el fin de evitar un uso injustificado de la salvaguarda con fines proteccionistas



- Promoción de una competencia y un comercio leal entre los países miembros
- Se permite la aplicación de la legislación de cada país de conformidad al GATT

En el sector de telecomunicaciones se establecen principios que regulen el acceso y permitan hacer uso de redes y servicios públicos de telecomunicaciones, dentro de este sector citamos un renglón que nos causa confusión debido a que se permiten monopolios para proveer redes y servicios públicos de telecomunicaciones, pero se dispone lo necesario para impedir que se incurran en prácticas contrarias a la competencia; nuestra confusión radica en que la actualidad aunado con el sistema económico aplicado en nuestro país se busca dar una mayor apertura del comercio evitando la centralización de capitales en algún sector clave, debiendo analizar que beneficios arrojan a nuestro país dicha aplicación.

Cada país se reserva el manejo de la política monetaria, lo que permite aplicar medidas que se consideren prudentes para asegurar la estabilidad del sistema financiero. El atractivo de este tratado es el Comité de la Micro, Pequeña y Mediana Industria, cuya función será promover las oportunidades en compras del sector público para esas industrias de la región.



Los productos que presentan una oportunidad en el mercado colombiano son auto partes, ferretería, cuero y calzado, alimentos y bebidas, industria textil y de confección; en el mercado venezolano las oportunidades son para productos como computadoras, circuitos integrados, medicamentos sin antibióticos, refrigeradores, alimentos procesados, frescos o pesca.

De las empresas con representación en estos mercados podemos citar, Bimbo, Jugos del Valle, así como Cervecería Modelo y Moctezuma.

Nuestro país ha firmado además tratados de libre comercio con Nicaragua, Bolivia, Chile, Costa Rica; lo que coloca a nuestro país en una excelente posición debido a que presentamos un intercambio comercial desde América del Norte, Centroamérica y parte de América del Sur, favoreciendo en primera instancia a la micro, pequeña y mediana empresa, las cuales deben ampliar sus mercados generando con ello un incremento en nuestras exportaciones; aún falta un acuerdo comercial con el Mercosur lo que favorecería a nuestro país permitiéndole ser el puente que enlace al continente Americano comercialmente hablando.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPÍTULO 3

***ANÁLISIS DEL SECTOR MUEBLERO EN
MÉXICO***

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

68A



3.1 ANTECEDENTES DEL SECTOR MUEBLERO

Nuestra actividad presenta sus inicios en la época del México colonial; en esta etapa los colonizadores inculcan a nuestros antepasados diversos oficios, el primer registro de este sector nos remonta al año de 1578, año en el que se llevaba el control de las actividades por medio de ordenanzas ya que los misioneros fueron los encargados de enseñar a nuestros antepasados diferentes trabajos; el control de la producción y su participación en la actividad económica recaía en las ordenanzas. Nuestra actividad se alojó en la "ordenanza de carpinteros"¹⁷, además se formaron gremios artesanales los cuales habían surgido prácticamente desde el inicio de la colonia.

A través de la evangelización se da instrucción de oficios lo que permite guardar un ambiente familiar y de una forma por demás especial un matiz artesanal, su desarrollo es por medio de talleres artesanales, los cuales participan de manera activa y dinámica en el producto interno de 1821 a 1876, de manera paralela se introducen al proceso productivo máquinas con las cuales se obtiene una producción estándar o de línea, lo que permite una mayor



participación en la actividad económica de nuestro país; la industrialización abarca entre otras actividades económicas al sector textil, de papel, tabaco; los talleres alcanzan la característica de artesanales dentro de los cuales se desenvuelven actividades tales como platería, joyería, imprenta, artículos de vidrio y sobre todo muebles.

No debemos pasar por alto que la industria que inyecta el dinamismo al resto de las actividades productivas es la eléctrica; la cual abre las puertas a una mayor producción, así la aparición de la electricidad deja de ser una necesidad para tomar el papel de una herramienta o medio de trabajo, estimulando la mecanización de la industria fabril, logrando una reducción en tiempo y costo de producción.

Con el transcurso del tiempo, el aumento de la producción, el volumen del comercio motivo a que nuestra economía se agrupe en sectores productivos, basada en la división económica del australiano Colín Clark en 1940, la divide en tres sectores denominados primario, secundario y terciario. Actualmente las actividades que agrupan cada sector se pueden observar a continuación:

¹ GARZA, Villareal Gustavo, *El proceso de la industrialización en la Ciudad de México (1821-1970)*, Colegio de México 1985, página 65



Sector Primario

1. Agricultura
2. Ganadería
3. Silvicultura
4. Pesca

Sector Secundario

1. Minería
2. Petróleo
3. Carbón
4. Electricidad
5. Industria Metálica Básica
6. Industria de la Transformación

Sector Terciario

1. Comercio
2. Transportes y Comunicaciones
3. Servicios

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Apoyándonos en la clasificación anterior, observamos que nuestra actividad se ubica en la subdivisión Industria de la Transformación, la cual es conocida por otros autores como Industria Manufacturera; la cual es el punto clave en el desarrollo de la productividad debido al peso tan significativo que representa en la industria en su conjunto.

Para efectos de análisis esta subdivisión presenta los siguientes rublos:

1. Productos alimenticios, bebidas y tabacos
2. Textil y prendas de vestir
3. Industria de la madera
4. Papel e imprenta
5. Química y plásticos
6. Mineral no metálico
7. Industria metal básica
8. Productos metálicos y maquinaria
9. Otras industrias

Al inicio nuestra industria del mueble participa con una producción limitada, con el tiempo y gracias a otros factores dieron la oportunidad de abrir



las puertas al comercio de una manera gradual, lo anterior ayudo a presentar un desarrollo de un estilo propio con tendencia rústica.

Cabe mencionar que el sector mueblero es prioritario y estratégico para nuestro país, actualmente se enfrenta al reto de una apertura al comercio exterior, este sector es considerado como una tradición familiar, relativamente joven, el cual presenta poca resistencia al cambio, además de conservar desde su origen un estilo artesanal. Lo anterior ha modificado de forma fundamental los patrones y formas de producción, así como de comercio internacional, lo que origina una competencia más estrecha entre empresas nacionales e internacionales, impulsando de esta manera un proceso de cambio y modernización a efecto de integrarse y mantenerse en la dinámica actual de la economía global.

Recordemos que nuestra economía se encuentra actualmente estructurada bajo un sistema de producción mixta, cuya característica principal es la propiedad privada de los medios de producción y la participación del listado en la actividad productiva; es por ello que la producción recae en micro, pequeña y medianas empresas e aquí la importancia de la industria de transformación.



Actualmente nuestra actividad en estudio presenta las siguientes características:

- A. Rezago tecnológico
- B. Estilo gerencial conservador
- C. Escaso conocimiento de normas y estándares de calidad
- D. Poca resistencia al cambio
- E. Falta de apoyo financiero
- F. Industria de tradición familiar

3.2 PARTICIPACIÓN EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO

Iniciaremos este punto mencionando que la industria del mueble comprende más de 25.000 unidades económicas de las cuales sólo la tercera parte afilian a sus trabajadores ante el IMSS; alrededor de 1.000 empresas presentan un perfil exportador potencial.

Como mencionamos en el tema anterior la industria se enfrenta a los retos de la apertura comercial además de las enormes desventajas financieras, tecnológicas y de mercado entre otras; su mano de obra presenta baja



escolaridad, el sector presenta en promedio 119,781 de empleados hasta fines de 2001.

Gracias al anexo número 2 se puede observar que la industria del mueble emplea mano de obra poco calificada debido a que presentan una educación incompleta, considerando que a partir de 1993 de acuerdo a la Ley General de Educación, se considera el nivel secundaria como básica; el 31.09% de los obreros presentan la educación básica, alrededor de 11,211 obreros presentan una educación media superior, es decir, el 9.36%; por último 5,930 empleados cumplen con un nivel superior que de acuerdo a la gráfica del anexo número 2 representan el 4.95%.

Por lo anterior podemos considerar que el personal empleado en la industria del mueble es poco calificado ya que en el se encuentra alrededor del 54.60% de trabajadores que carecen de una educación básica.

A pesar de lo anterior no se encuentran datos que nos permitan afirmar que en los próximos años se fortalecerán las acciones formativas de instituciones orientadas hacia el sector, ya que en caso de llevarlo a cabo se refuerza el sector desde su base obrera, supervisores y jefes de área; lo que



incrementaría la productividad en el proceso de producción, la calidad y solución de problemas.

Nuestro objetivo principal es mostrar el crecimiento de nuestra economía a partir de la apertura comercial al mercado exterior, para ello presentamos en el anexo número 3 la gráfica que nos muestra la variación anual del Producto Interno Bruto desde 1981 a 2001.

El año de referencia es 1981, ya que fue en el periodo de gobierno de José López Portillo, cuando se inicio el giro a un mercado externo, se establecen las bases para iniciar un intercambio comercial; recordemos que en 1985 se retoman las negociaciones con el GATT y el senado ratifica la adhesión a este organismo el 12 de septiembre de 1986. De acuerdo con el anexo número 3 se puede apreciar que en 1983, 1986 y 1995 el producto interno bruto presenta una variación negativa en cada año de 16.20%, 10.50% y 17.40% respectivamente; dicha variación se deriva de políticas económicas erróneas, sobre endeudamiento, fenómenos naturales, además de reflejar la fragilidad que presenta nuestra economía ante situaciones económicas internacionales lo que inicio en nuestro país un periodo de crisis financiera en 1994 la cual es mejor conocida como el error de diciembre.



Lo anterior nos permite mencionar que la industria manufacturera no da señales de recuperación, por tanto, nuestra economía aún es muy vulnerable a efectos de mercados internacionales, su frágil evolución refleja su pronunciada dependencia a la exportación del crudo mexicano.

A continuación presentamos en el anexo número 4 la gráfica que refleja la participación de la Industria Manufacturera en el Producto Interno Bruto; observamos que su contribución en el Producto Interno es determinante, razón por la cual este sector es de vital importancia; sus principales funciones en nuestra economía son:

- ⇒ Contribuye a la producción nacional en un porcentaje importante
- ⇒ Colabora a que el crecimiento económico se eleve
- ⇒ Produce bienes de consumo necesarios para la población
- ⇒ Propicia el proceso de urbanización
- ⇒ Genera empleo
- ⇒ Mejora el nivel de vida de los trabajadores

Es por lo anterior que nuestra política industrial se debe plantear con periodo de desarrollo a más de 3 periodos de gobierno con la finalidad de mantener un crecimiento económico estable. No olvidemos que la política



industrial se define como "un conjunto de medidas, acciones e instrumentos que realiza o aplica el Estado con el fin de fomentar el desarrollo del sector industrial en sus aspectos productivos, tecnológicos, de empleo, de financiamiento y de apoyo en general"¹⁸ y por ende de nuestra economía.

Se aprecia en la gráfica del anexo número 4 que la Industria es muy sensible a la política de cada gobierno ya que la industria espera a que el presidente en turno fije su política industrial con la finalidad de evaluar su estancia en el país; en 1982 su participación se mantiene en 1.90%, en 1986 su participación llega a un -13.80%, en 1995 con -12.40% y en 2001 con el -11.10%; su peor año fue en 1983 cuya participación bajo a -39.10% mientras que el Producto Interno Bruto se ubico en -16.20% lo que nos confirma la magnitud de la participación de la industria manufacturera en el Producto Interno.

La importancia de nuestro tema radica en la participación de la industria de la madera en el Producto Interno de la industria manufacturera para ello nos apoyaremos en el cuadro del anexo número 5, el cual presenta la participación de las nueve divisiones del sector en el Producto Interno de la Industria

¹⁸ Silvestre, Méndez José, Problemas Económicos de México, Mc Graw Hill, México 1998 pagina 141



Manufacturera; las divisiones que presentan una mayor participación como se muestra en el cuadro son Productos Alimenticios, Productos Metálicos y Maquinaria, Sustancias Químicas; los rublos que presentan una participación más discreta son Textil, Productos Minerales no Metálicos, las que presentan una menor participación son la Industria Metal Básica y la Industria de la Madera.

Observamos en el anexo número 5 que la participación de la Industria de la Madera en el Producto Interno del sector industrial ha decrecido, en 1980 presenta una participación del 4.45% y en el 2001 con cifras preliminares arroja una participación del 2.62%; al igual la Industria Textil su participación ha disminuido del 11.50% en 1980 al 7.76% en 2001; el problema común de ambas industrias es la competencia desleal y el contrabando proveniente de Asia, especialmente de China, aunado a ello, las cargas fiscales, administrativas, baja calidad en el producto, bajo rendimiento de la capacidad instalada; son contrariedades que contrarrestan competitividad de nuestra industria en el ámbito nacional e internacional.

Cabe mencionar que la industria de la madera depende estrictamente del sector primario de nuestra economía en su división de silvicultura, ya que la



producción de madera esta perfectamente identificada en cuanto a su empleo, pues en primer lugar se emplea en la industria y en la construcción, seguidas por la producción de celulosa, chapa, triplay y finalmente postes. Lo anterior explica la importancia de nuestros recursos forestales, por ejemplo Estados Unidos presenta recursos cuatro veces más que nuestro país mientras que Canadá dispone de tres veces más.

Actualmente nuestra producción forestal presenta problemas que se derivan de medidas ambientales; por lo que se busca la concesión de bosques susceptibles a plantaciones certificables con la finalidad de producir muebles cuya materia prima provenga de bosques controlados, lo último es requisito indispensable para incursionar en el mercado europeo. La tendencia de consumo de madera en el ámbito internacional mantiene un crecimiento alrededor del 2.50% anual, cifra que se estima aumentará debido al consumo en diversos países.

La industria del mueble a partir de 1998 ha logrado un lugar en el mercado nacional, lo que le ha permitido participar en la generación del PIB en la Industria de la Madera como se observa en el cuadro del anexo número 6:



la participación de la Industria del Mueble es constante manteniendo un promedio del 2.50% con respecto al total de la Industria Manufacturera.

Se observa que la participación de la Industria del Mueble se compone de lo siguiente:

- A. Muebles de Madera
- B. Muebles Metálicos

Nuestro tema de estudio aterriza en la primera clasificación, la cual presenta una participación creciente, en 1980 presenta alrededor de 4,382.10 millones de pesos y en el 2000 aporta 6,909.20 millones de pesos; por tanto, su crecimiento es alrededor del 1.57% con respecto a 1980. Lo que nos refleja su aceptación en el mercado, además que los muebles metálicos han logrado prosperar aunque de manera moderada, se observa que el mueble metálico termina el 2000 con una contribución de 1,050.80 millones de pesos.

La industria del mueble presenta un incremento representativo en la industria de la madera, de acuerdo al anexo número 6; la industria del mueble participa con 7,960 millones de pesos en cifras estimadas y la industria de la madera termina el 2000 con 8,117.52 millones de pesos, también se observa



que el comportamiento de la industria del mueble es ascendente, lo anterior se puede apreciar en la gráfica del anexo número 7 que nos muestra el PIB de la industria de la madera y la industria del mueble, ambas industrias presentan un crecimiento similar, de tal forma que las dos sufren un ligero descenso en 1995 y en 1996 recuperan su contribución en la economía; la cooperación de la industria del mueble en el PIB de la industria de la madera se mantiene al margen desde 1988, en 1994 participa con el 84.63%, en 1995 baja su participación y de 1996 a 1998 manifiesta una mejoría de forma tal que en el 2000 representa alrededor del 98%.

Ello es resultado de su principal característica de la industria del mueble, su capacidad de reacción ante circunstancias externas, lo anterior, se debe a que ha enfrentado crisis económicas, una apertura abrupta del mercado nacional, incursión de mercados internacionales, bajo nivel tecnológico, competencia desleal; razones por la que se considera como una industria reactiva ya que responde en forma directa a los cambios que presenta la economía.

Otro punto importante de este sector es generar alrededor del 3% de empleos del total de la industria manufacturera, nuestra industria en estudio



presenta en promedio 17,561 unidades económicas; el segmento de muebles de metal genera el 0.70% del empleo a través de 298 empresas, la industria del mueble emplea 193,374 personas de las cuales el 54.80% se emplea en el sector industrial y el 45% en el sector comercio. Pero este tema lo trataremos más adelante.

Por otro lado en el 2000 la incursión de nuestra industria del mueble en el mercado exterior presenta un saldo positivo de 2,169 millones de dólares; en 1993 y en 1994 su participación en la balanza comercial era negativa en 1993 con un déficit de 13 millones de dólares y en 1994 con 65 millones de dólares, en 1995 inicia su crecimiento comercial lo que le ha permitido generar una balanza sana como se representa en la gráfica del anexo número 8, que nos muestra que la evolución de nuestro sector del mueble es satisfactoria; el terminado artesanal en cada mueble ha sido de buen gusto para el mercado externo, además nuestra industria ha concentrado todos sus recursos en el desarrollo de técnicas que le permitan perfeccionar sus productos con el fin de elevar su productividad.



3.3 PRINCIPALES MERCADOS NACIONAL E INTERNACIONAL

Nuestra industria se encuentra dispersa en todo el territorio nacional, de acuerdo a datos del Banco de México en el año 2000 se registraron alrededor de 19,000 establecimientos, la mayoría de ellos se concentran en el centro de la república, principalmente en el Estado de México, el Distrito Federal, en el eje Guadalajara - Ocotlán; lo anterior es debido a que la Industria del Mueble tiende a ubicarse de manera cercana a los centros de consumo más que a los centros de producción maderera, ello con el fin de disminuir el movimiento de muebles terminados.

La distribución de los principales fabricantes de muebles que exportan parte de su producción se ubican en Jalisco con el 10.50%, además de que este estado es el octavo productor de madera, de él se extrae más de veinte variedades de pino, y en la Unión Europea se obtienen cuatro variedades; en el Distrito Federal se aloja el 13%, en Nuevo León se encuentra el 7.30%, además alrededor del 13.86% se ubican en zona fronteriza en la cual se ubican principalmente industrias maquiladoras.



Los principales mercados nacionales se encuentran los estados de Jalisco, Distrito Federal, Chihuahua, Nuevo León y Puebla.

En el mercado nacional el mueble mexicano presenta una mayor aceptación derivada por la decoración artesanal y la variedad de terminaciones que se aplica de acuerdo al empleo; por ejemplo la mayor demanda es por muebles destinados para el hogar, entre los cuales podemos citar las recámaras, comedores, puertas, ventanas, muebles para televisión, salas; en segundo lugar se ubican los muebles destinados a la oficina por ejemplo escritorios, percheros, archiveros, credenzas, mesas para juntas y en tercer lugar los muebles para el cuarto de blancos como son lavabos, cocinetas, alacenas o muebles para cocina.

El mercado exterior presenta un interés especial en los muebles para el hogar, así como artículos decorativos; nuestros principales mercados se encuentran en:

1. Estados Unidos: su importancia radica en la cercanía a nuestro país así como a la presencia de una comunidad latina principalmente de mexicanos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



2. Europa; el cual presenta un mayor gusto por las terminaciones rústicas y artesanales con talla de figuras en relieve. Los países que guardan un gusto por este terminado son Alemania, Francia, Italia y España.
3. Centroamérica; de manera específica Guatemala, Chile y Costa Rica; la exportación de muebles mexicanos a este destino es baja debido a que presentamos costumbres similares, por ejemplo en el 2000 el mercado de América Latina represento alrededor de 29 millones de dólares es decir el 1% de nuestras exportaciones.

Nuestra tarea principal es diversificar nuestros mercados de exportación, debemos abandonar la dependencia a un solo mercado; se debe analizar los diferentes tratados de libre comercio firmados con el fin de incrementar la competitividad del mueble mexicano.

3.4 ANALISIS FODA

En el punto anterior observamos que nuestra industria se encuentra dispersa por todo el territorio nacional lo que explica la importancia de esta industria, además, no debemos pasar por alto que su principal característica es



su tradición familiar; por lo tanto se encuentra estructurada en micro, pequeña, mediana y gran empresa, en el 2000 reporto alrededor de 19,000 unidades económicas además de emplear una fuerza laboral de 115,000 personas; lo anterior lo podemos observar en el cuadro del anexo número 9.

La micro empresa es la más representativa ya que engloba el 92% de los establecimientos, y genero el 49.30% de empleo, ocupa de 1 a 15 trabajadores; se integra básicamente por talleres familiares orientados a la fabricación de muebles para el hogar, enfrentan problemas de aspecto financiero y tecnológico, pero su capacidad de reacción las ha orientado al sector de maquila el cual "bajo un esquema de libre comercio puede generarse un mayor crecimiento de la industria, las exportaciones y el empleo"¹⁹ lo anterior le ha permitido permanecer en la actividad industrial.

El 5.60% de las empresas se catalogan como pequeña empresa, esta clasificación emplea alrededor de 31,050 personas, es decir, el 27% de personal, ocupa de 16 a 100 empleados; la pequeña empresa no está exenta a los problemas que afronta la micro además de enfrentar una competencia más fuerte, es indócil a la modernización pero a pesar de lo anterior forma parte

¹⁹ Mendoza, Blanco Hermimo, obra citada, Fondo de Cultura Económica, México 1994 pagina 47



esencial de la planta productiva, los cambios que enfrenta le inyectan una mayor capacidad de evolución.

La mediana empresa representa el 2% de los establecimientos, emplea de 101 a 250 personas; inyecta el 17.10% de fuentes de trabajo; la mediana empresa se encuentra con una solidez administrativa que le permite satisfacer la demanda nacional, con productos de mejor calidad, lo cual es resultado de optimizar los recursos que dispone, maneja el sistema de producción continuo; su problema principal es la apertura comercial que vive actualmente ya que algunas áreas de su producción se encuentran alejadas de los estándares de calidad internacional.

Por último se encuentra la gran empresa que representa el 0.40% de establecimientos y contribuye con el 6.60% del empleo; lo que nos refleja la realidad de nuestra industria del mueble, la cual se encuentra con un bajo nivel de inversión, por tanto no cuenta con bienes de capital y avances tecnológicos que le permitan incrementar su producción y mejorar sus estándares de calidad.

A continuación se muestra en el anexo número 10 la gráfica que nos refleja el tamaño de las empresas y su porcentaje de establecimientos; como se



observa la participación de la micro empresa es muy significativa; por un lado abre fuentes de empleo y por el otro genera ingresos formando parte esencial de la planta productiva; de ahí la necesidad de apoyarlas con el fin de equilibrar su acceso a nuevas oportunidades de negocio, incursión en nuevos mercados y lograr a través de ello un desarrollo permanente; para alcanzar lo anterior es necesario impulsar la modernización de nuestras empresas de acuerdo a la demanda de un mercado global.

Por lo tanto la industria del mueble es prioritaria y estratégica para México la cual como ya mencionamos participa en promedio con el 2.50% del PIB respecto al total de la Industria Manufacturera; además de generar divisas, fuentes de empleos así como formar circuitos de proveedor para las empresas de mayor tamaño, es decir, adoptan el papel de maquiladoras, por lo que se tiende a una especialización por producto o piezas.

No debemos olvidar que la principal fortaleza de nuestra industria radica en su capacidad de reacción natural ante los cambios que sufre el sector, por ejemplo, el empleo de máquinas en el proceso de producción, la aplicación de detalles artesanales o relieves en el mueble, el manejo de nuevos diseños, medidas o acabados. De acuerdo al análisis nuestra industria presenta las



siguientes fuerzas que le permiten incursionar con éxito en mercados internacionales, a continuación citaremos las principales:

- ⇒ Su gusto por lo artesanal; el mercado exterior demanda muebles con toques propios de una cultura y nuestra industria ha desarrollado esta característica en cada mueble manejando una terminación rústica con detalles artesanales, la cual es muy bien aceptada.
- ⇒ Es una industria que presenta muchas oportunidades de inversión en algunos de los siguientes puntos:
 - ✓ Capital (fortalecer su planta productiva)
 - ✓ Tecnología (actualizar su maquinaria)
 - ✓ Materia Prima (disminuir costos de producción)
- ⇒ Excelente ubicación geográfica ya que al norte de nuestro país se ubica Estados Unidos y al sur se encuentra Belice, Guatemala; lo que le permite reducir el costo de nuestros productos en el flete, pago de seguros así como ser un país estratégico para la firma de tratados de libre comercio.
- ⇒ Algunas empresas adoptaron la maquila lo que ha mejorado notablemente nuestro rublo de exportaciones.
- ⇒ México presenta 20 variedades de pino en el estado de Jalisco, además este estado es el octavo lugar en producción nacional de madera.



- ⇒ La industria es competitiva en la elaboración de partes y accesorios para muebles; por ejemplo puertas, sillas, mesas de centro, tapizado, vitrales, azulejos.
- ⇒ Nuestros muebles son demandados en mercado europeo por ejemplo Alemania, Italia, España y Luxemburgo.
- ⇒ La firma de diez Tratados de Libre Comercio así como Acuerdos Comerciales que permiten mantener un nivel de competitividad.
- ⇒ Maneja un sistema de producción mixto.

A continuación enumeramos las debilidades de nuestra industria:

- ✓ Su origen es de tradición familiar, razón por la cual guarda matices artesanales
- ✓ Altas desventajas financieras
- ✓ Es vulnerable ante la competencia
- ✓ Escasa experiencia en mercados internacionales
- ✓ Obsolescencia tecnológica con un promedio mayor a 15 años de antigüedad
- ✓ Mano de obra carente de capacitación
- ✓ En México no se encuentran bosques controlados ISO 14000
- ✓ Su capacidad instalada no trabaja al 100%
- ✓ Manifiesta un estilo gerencial conservador

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



- ✓ La mayor parte de las compañías mexicanas carecen de salas de exhibición
- ✓ Carecen de diseños propios
- ✓ Falta de estándares de calidad en algunas áreas de producción
- ✓ Bajo grado de especialización
- ✓ Carga fiscal y administrativa

De forma concreta nuestra industria carece de un nivel tecnológico apropiado dado que su origen radica en una cuna familiar con características artesanales, lo anterior nos lleva a que su personal carece de capacitación en estándares de calidad; las pequeñas y medianas empresas no cuentan con fuentes de financiamiento lo que obliga a mantener una obsolescencia en su maquinaria y no explotar toda su capacidad instalada razón por la cual presenta un bajo grado de competitividad además de enfrentar una competencia desleal; cabe aclarar que nuestra industria no es la única que enfrenta este problema; las industrias que presentan estragos por esta situación son la Industria Textil, Metálica Básica, Productos Metálicos frenando de tajo el crecimiento de nuestra Industria Manufacturera.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



La competencia desleal proviene en su mayor parte de Asia, sus productos penetran de forma agresiva a varios mercados a través del dumping situación que en primera instancia afecta nuestro mercado nacional así como el internacional, dejando a la mayor parte de nuestros productos con una desventaja muy seria. Esperemos que con la aceptación de China en la Organización Mundial de Comercio el 10 de noviembre del 2001 y el de Taiwán un día después se controle el contrabando de mercancía así como el subsidio que les brinda el gobierno de su país a cada exportador.

Para terminar con este capítulo mencionaremos las tendencias de la Industria del Mueble en el ámbito mundial; que para nuestra industria es una oportunidad de renovar nuestro sector de muebles de madera:

1. Innovaciones tecnológicas; procesos más sencillos y menos costosos
2. Menor uso de maderas tropicales y mayor uso de maderas templadas
3. Incremento en el empleo de M D F (Médium Density Fiberboard) así como aglomerados en lugar de maderas sólidas
4. Cambio en la industria hacia la fabricación de muebles listos para ensamble
5. Mayor capacitación en normas, estándares y controles de calidad requeridos en los mercados de exportación
6. Integración de empresas para formar cadenas comerciales



7. Especialización de empresas pequeñas en elaboración de partes
8. Consolidación de empresas para obtener economías de escala en compra de materias primas y distribución de productos
9. Empleo de madera proveniente de bosques controlados

Nuestra industria enfrenta las siguientes amenazas:

- ↳ Competencia a gran escala, la cual presenta una producción a gran volumen, precio más competitivo y una mejor calidad.
- ↳ Excesivo contrabando de mercancía a escala mundial.
- ↳ Competencia desleal, ya que algunos países apoyan a su industria por medio de subsidios, lo que les permite colocar su producto a un precio más competitivo que el nuestro.
- ↳ Nuestro país carece de bosques controlados.
- ↳ Se ha llegado a la sobre explotación de nuestros recursos forestales
- ↳ Los fabricantes de China y Taiwan reproducen nuestros diseños de líneas de muebles, así como nuestros diseños así como los acabados que se dan a los muebles.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPÍTULO 4

***PERSPECTIVA DEL MERCADO DEL
MUEBLE RÚSTICO EN EUROPA***

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



CAPÍTULO 4 PERSPECTIVA DEL MERCADO DEL MUEBLE RÚSTICO EN EUROPA

4.1 MERCADO EUROPEO EN GENERAL

Recordemos que la Unión Europea se encuentra integrado por 25 países, cada uno de ellos guarda costumbres, normas que presentan una similitud, ya que todos los países que la integran "fueron potencias coloniales, ello significa en mayor o menor medida que el desarrollo del capital en todos los casos fue un resultado histórico de la maduración de los procesos económicos, social, cultural y político"²⁰

La Unión Europea actualmente se rige bajo una misma moneda el "euro", lo que nos da un ejemplo claro de la forma en como se rigen bajo las mismas políticas económicas y sociales; manteniendo un libre comercio entre todos los países, así como una libre circulación de personas en toda la región; convirtiendo esta zona en un mercado muy atractivo para nuestro país.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

²⁰ Rosas, María Cristina. *Crisis del Multilateralismo Clásico: Política Comercial Exterior Estadounidense y Zonas de Libre Comercio*. Institución de Investigación Económicas 1995, páginas 68, 69



Cabe aclarar se realizaron negociaciones con el fin de incluir a Estados de Europa del Este, de los cuales podemos mencionar a Polonia, Bulgaria, República Checa, Hungría, Eslovenia, Eslovaquia, razón que incrementa su importancia a nuestro país; no olvidemos que se considera un mercado a largo plazo, importador leal, una moneda única, además que nuestro país es el segundo país latino en firmar acuerdos comerciales con Europa, es nuestro segundo socio comercial y nuestra segunda fuente de inversión extranjera directa.

El mercado de la Unión Europea es intercomunitario, en conjunto representa para nuestro país el segundo socio comercial. Con el cual se logro alcanzar en el 2001 un comercio total de 21,498 millones de dólares, de acuerdo al cuadro del anexo número 10, se exporto un total de 5,332 millones de dólares y se importo un total de 16,165 millones de dólares; se refleja entonces que el intercambio comercial se ha incrementado de 1993 con 10,587 millones a 21,498 millones de dólares.

Nuestras exportaciones a dicho mercado presentan una notable mejoría en el anexo número 11 podemos observar que en el 2001 cerró con 5,332.60 millones de dólares, el 2000 fue el mejor año presento 5.610 millones de



dólares y en 1993 es el año que generó números más bajos se alcanza 2,788.6 millones de dólares; además, en el mismo anexo se refleja nuestra balanza comercial en números negativos con la Comunidad Europea, demostrando la falta de capacidad de nuestro país para producir bienes de capital.

La última reunión del Consejo Conjunto México - Unión Europea celebrada el día 13 de mayo del 2002 en Bruselas, se acordó:

- Aceleración de la desgravación arancelaria (sector automotriz, farmacéutico, baterías, bicicletas y equipo mecánico)
- Inicio del diálogo empresarial México - Unión Europea
- Fomento de la suscripción de acuerdos sectoriales de cooperación a corto plazo
- Acciones conjuntas para la preservación del medio ambiente y los equilibrios ecológicos
- Apoyo a la aplicación del acuerdo de libre comercio en las pequeñas y medianas empresas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Hablar de un intercambio comercial con la Unión Europea no solo implica ganarse un lugar en dicho mercado, es competir con países como Suiza, Noruega, Polonia, Japón, China, Hungría entre otros, los cuales



presentan un intercambio comercial mucho mayor comparado con nuestro país; es por ello que debemos exportar productos con calidad, que cumplan con las normas no arancelarias con la finalidad de penetrar y asegurar una permanencia en el mercado europeo.

Para nuestra industria del mueble Alemania es el país que consume más de la mitad de los muebles importados por la Unión Europea, "se estima un crecimiento promedio del 11% en el consumo de muebles en los próximos años"²¹. lo anterior es una magnífica oportunidad para nuestra industria, los productos con mayor penetración al mercado europeo son:

- ▲ Mesas
- ▲ Comedores
- ▲ Libreros
- ▲ Recámaras
- ▲ Muebles de cocina
- ▲ Ventanas
- ▲ Marcos

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

²¹ BANCOMEXT-ITESM. Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea. México, 2000, pagina 176



El anexo número 12 nos indica los nichos de mercado en Europa, así como la terminación que debe presentar el mueble en cada mercado, lo que puede aprovechar nuestra industria del mueble que maneje un proceso de producción semi automatizado y se le incorporen detalles de diseño artesanal que de una característica propia a nuestro mueble.

Como mencionamos en el párrafo anterior los muebles que presentan mayor ventaja competitiva es aquel que maneje detalles artesanales, la plus valía que se agregará es adaptar el diseño a los requerimientos del mercado objetivo, la variación de materiales, detalles, dimensiones y colores; todo con el fin de penetrar con éxito y ofrecer nuestro producto a precios competitivos.

El mercado europeo ofrece a nuestro país:

- 1) Alianza estratégica para penetrar de manera conjunta al mercado de Estados Unidos aprovechando el Tratado de Libre Comercio con América del Norte
- 2) Aumentar la producción y comercialización de productos, para lo cual se moderniza las plantas productivas y aprovechar la capacidad instalada ociosa
- 3) Transferecia tecnológica

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



- 4) Posibilidad de incorporar los más avanzado en estilo sin perder el toque artesanal
- 5) A partir de la firma del Tratado de Libre Comercio de la Unión Europea los muebles nacionales con partidas 94.01 y 94.03 quedan negociados en una categoría de desgravación tipo "A" la cual indica que los productos originarios quedan libres de arancel

4.2 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE UN LIBRE COMERCIO CON EUROPA

La firma del tratado de libre comercio con la Unión Europea presenta ventajas y desventajas en diversos puntos; por ejemplo, el producto interno bruto, el nivel de desempleo, inflación, avance tecnológico, político, económico, social, cultural; son características o niveles que permiten evaluar la situación económica de Europa con nuestro país, cabe aclarar que México logra considerarse como una nación en vía de desarrollo, situación que le permite una negociación más favorable, aunque nuestra actual situación económica deja mucho que desear aunado a ello el retraso tecnológico nos obliga a importar bienes de capital.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Nuestra situación ante la Comunidad Europea es de oportunidades a nuestros productos que presentan una enorme aceptación en este mercado, debemos aprovechar las ventajas de una firma de Tratado de Libre Comercio.

Dentro de las ventajas podemos citar:

- ⇒ México recibe un trato especial ante la Unión Europea
- ⇒ La producción en los muebles nacionales incluye toques artesanales así como una variedad de materiales (madera, hierro forjado, azulejo, entre otros)
- ⇒ La Unión Europea es considerada como un tercer mercado destino de muebles mexicanos
- ⇒ Empleo de talla de madera en algunos frentes de los muebles
- ⇒ Sector del mueble reactivo con una capacidad de adaptación a requerimientos del mercado
- ⇒ El mueble nacional goza de arancel exento en el mercado europeo
- ⇒ Las exportaciones de muebles a Europa se estiman con un crecimiento del 11%
- ⇒ El segmento del mercado europeo presenta en su mayoría un ingreso medio alto
- ⇒ Formación de alianzas estratégicas con empresarios europeos



- ⇒ Las negociaciones con clientes europeos son formales y seguras
- ⇒ Mercado a largo plazo
- ⇒ Importadores leales
- ⇒ Manejo de una moneda única

Los puntos que acabamos de mencionar se consideran como objetivos a alcanzar por nuestra industria, cabe mencionar que Muebles Rústicos Seguros es un productor nacional que conoce el mercado europeo, maneja una variedad en sus muebles especialmente el estilo campestre, emplea materiales combinados madera – hierro forjado, madera – talavera, madera – azulejo; lo que le ha permitido una aceptación en el gusto europeo.

El mercado europeo presenta algunas desventajas que debemos superar para ganar un mayor espacio así como una permanencia en dicho mercado, las principales desventajas las enunciamos a continuación:

- ~ Situación geográfica
- ~ Logística de transportación
- ~ La madera que se emplea para la elaboración de muebles debe provenir de bosques controlados

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



- Se han adoptado las normas de la International Standard Organization (ISO 9000) así como las de carácter ecológico (Impacto Ambiental 14000)
- Aún existen normas técnicas no arancelarias aplicadas por cada país integrante de la Unión Europea
- Los países importadores de la Unión Europea además de evaluar de manera metódica los procesos de producción, analizan la extracción de los materiales que se emplean para su elaboración
- La mayor parte de los exportadores carecen de créditos blandos que les permitan la incursión al mercado europeo
- Los países asiáticos producen muebles con menor calidad y precio que colocan en el mercado europeo con mayor facilidad
- Se mantiene un estilo conservador a nivel gerencial
- Dificultad en el idioma
- El empaque debe ser susceptible de reciclar al menos el 25%
- Requerimientos técnicos sobre calidad
- Asegurar el abasto oportuno

El Lic. Zarian Zago Antonio, de Muebles Rústicos Segusino, que es una empresa que como mencionamos anteriormente ha logrado consolidarse en el gusto Europeo, además de manejar destinos como Asia y América del Norte:



comenta que el principal problema a resolver para penetrar al mercado europeo son las barreras no arancelarias, nos explica que cada país maneja diferentes normas de etiquetado, empaque, embalaje, así como la calidad de los materiales del mueble; abrirse paso en un mercado tan grande requiere de mucha atención y disposición para negociar, recomienda que se maneje el producto por medio de distribuidores, ellos conocen mejor el mercado, se encargan de levantar los pedidos y de manera conjunta nos encargamos de cubrir las necesidades de este mercado.

Se debe proporcionar al producto un valor agregado, en algunos muebles se pueden incluir accesorios artesanales que mejoren la imagen del exportador; cabe mencionar que "Muebles Rústicos Segusino recibió en 1996 el Premio Nacional de Exportación, el cual es de un prestigio reconocido y se otorga a compañías que exportan sus productos. Son elegidos sobre la base de su utilidad, incremento en ventas, capacidad de fabricación entrega a tiempo y apoyo a la economía local; en 2001 recibe la nominación para el premio Internacional Diamon Star, el cual se basa en investigaciones del mercado global a través de encuestas a los consumidores"²². En el ámbito nacional recibe premios de tres institutos educativos altamente reconocidos, por su

²² www.segusino.com



contribución a la educación a la juventud, la revista Furniture Today por la introducción de un nuevo producto, el cual fue premiado como la reciente innovación a lo mejor del mercado.

4.3 PRINCIPALES BARRERAS NO ARANCELARIAS

Como mencionamos en el punto anterior el mercado Europeo presenta normas que en nuestra materia se consideran como no arancelarias, recordemos que la finalidad de una norma no arancelaria no es un impuesto a pagar, son una serie de medidas que regulan aspectos técnicos, comerciales y de información de los productos a importar en determinado país, es decir son medidas "establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales"²³.

Estas barreras se clasifican de la siguiente manera:

- >- Cuantitativas; se aplican a cantidades de productos que se permiten importar a un país o contribuciones cuantificables.

²³ HANCOMENT, Guía Básica del Exportador, 9ª Edición, México, 2002 pagina 159



>> Cualitativas; se refieren a la calidad del producto y sus accesorios sin importar la cantidad del producto.

Por ejemplo se debe tomar en cuenta que en Europa la mayor parte de casa habitación el espacio es reducido, es por ello que “los muebles no deben ser demasiado grandes. Definitivamente, las piezas pequeñas y medianas, como accesorios de la decoración, son las más demandadas”²⁴.

Las barreras no arancelarias generalmente son trámites a realizar, medidas y reglas en la información del producto en algunos casos se aplican medidas de salvaguarda que respalda la producción nacional por medio de la restricción temporal de mercancías, así como aquellas aplicadas al fabricante o al intermediario, el no considerarlo puede determinar su rechazo por parte del mercado destino:

En este punto desarrollaremos las principales barreras no arancelarias que se aplican en la Unión Europea para comercializar nuestros productos en dicho mercado de acuerdo a la Unión Européene de Amueblement o a la European Association of Furniture Technology Institutes.

²⁴ BANCOMEXI-UEFSM, *Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea*, México, 2000 pagina 179



Dentro de las primeras barreras no arancelarias cualitativas podemos mencionar que actualmente la tendencia es solicitar al fabricante por parte del cliente la adopción y certificación de las normas de calidad ISO 9000 y la de carácter ecológico ISO 14000 y dentro de un futuro no muy lejano la ISO 18000 relacionado con el desarrollo sustentable.

Mencionaremos las barreras no arancelarias a continuación:

1. - Normas Técnicas

A) Empaque; de acuerdo a la directiva comunitaria 94/62/EC establece los requisitos mínimos, por ejemplo, se debe de reducir el volumen y el peso del empaque, algunos países de la Unión Europea cobran un importe por cada kilo extra al importador; por otro lado las características físicas del empaque deben permitir un reciclaje al menos del 25%.

Es casi imposible evitar algún daño a los muebles en algún momento y la mayoría de las veces son imponderables, por ello es muy importante que al diseñar el empaque se evalúe la rentabilidad del mismo, de tal manera que exista un equilibrio entre costo – beneficio para que no afecte substancialmente el precio del producto²⁵ y su costo de exportación resulte muy alto.

²⁵ BANCOMEXT, *Guía de Exportación Sectorial, Mueble y sus partes*, México 1999, pagina 179



De acuerdo con el párrafo anterior se debe asumir el riesgo de contar con un empaque que brinde máxima protección con el mínimo costo. Una forma de obtener y evaluar el empaque es por medio de estándares de desempeño, estos son independientes del material usado; sin ser obligatorios, son válidos para proporcionar al cliente y al fabricante una seguridad razonable de recibir o entregar la mercancía en buenas condiciones.

“Los estándares más utilizados son los siguientes”²⁶ :

- ▲ Resistencia a la vibración
- ▲ Resistencia a la compresión
- ▲ Resistencia al impacto
- ▲ Por caída vertical
- ▲ Sobre la cima
- ▲ Lateral
- ▲ Rodamiento
- ▲ Rotación

²⁶ IDEM, página 180



B) Etiquetado; este punto presenta algunas variantes de acuerdo al material del mueble que se importe a la Unión Europea; por ejemplo de acuerdo al decreto 73.357 se refiere a los muebles terminados con un recubrimiento de más del 80% de fibras textiles deberán presentar una etiqueta que muestre la denominación exacta de cada fibra, contenido y características de las mismas.

La información que debe presentar cada etiqueta varía de acuerdo al criterio del país destino, cabe mencionar que "muchos de los requisitos del etiquetado varían dependiendo del producto a importar"²⁷ la etiqueta debe colocarse en el mueble en alguna posición visible, que pueda leerse fácilmente por ambos lados, la información que proporcione al consumidor se refiere a los riesgos que representa sustancias inflamables en el producto, además se emplearán símbolos anexando la siguiente información:

- ◆ Materiales empleados
- ◆ Acabados
- ◆ Requerimientos de cuidado de los productos
- ◆ Conservación y limpieza

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

²⁷ BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador, 9ª Edición, México, 2002 página 162



- ◆ En el caso de muebles tapizados mencionar las diferentes fibras que lo componen así como el porcentaje empleado

C) Embalaje: es la técnica de agrupar los productos empacados para facilitar su manejo, almacenamiento, transporte; sin dejar de funcionar como protector de la mercancía. El material empleado es caja de cartón corrugado y recientemente las tarimas de carga por su buena resistencia al choque; en caso de emplear madera para el embalaje en Europa y en Chile este tipo de embalaje debe ir acompañado de un certificado fitosanitario de fumigación, en todo caso es mejor emplear aglomerado en lugar de madera. Al igual que el empaque, en la Unión Europea se busca reciclar el material del embalaje razón por la cual se deben emplear materiales que permitan cumplir dicha norma.

Cabe mencionar que es recomendable conocer de manera concreta el plan de logística a emplear para el transporte del mueble al lugar pactado con el cliente o distribuidor, lo anterior es con el fin de optimizar el espacio de cada medio con el fin de reducir al máximo el costo así como el riesgo de algún accidente que merme la calidad de nuestro producto.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



2. - Normas de Seguridad

En la Unión Europea no se observan disposiciones de seguridad de una forma general, es decir, que existe la tendencia a mantener la libertad de que cada país emita regulaciones que considere pertinentes sobre esta norma. Es por ello que mencionamos en puntos anteriores que nuestra principal desventaja ante el mercado europeo es la aplicación de normas no arancelarias de una manera particular.

El comité de Armonización de la Unión Europea está trabajando con el objetivo de emitir normas comunes y procedimientos de pruebas que puedan satisfacer los requerimientos de los países miembros.

3. - Normas Ecológicas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Para el mercado Europeo el exportador deberá contemplar el impacto ambiental, en función de los principales materiales utilizados; además no se consideran únicamente los aspectos de producción sino también la extracción de los materiales que se emplean en su elaboración.



El criterio para medir el impacto ambiental es el llamado Life Circle Assessment (LCA), el cual evalúa los métodos y técnicas de producción en todas sus fases incluyendo la obtención de los insumos principales de los productos. No debemos pasar por alto que el consumidor europeo aumenta su atención sobre medidas ambientales, mencionaremos algunos aspectos que pueden servir de guía en este aspecto ecológico son:

- ❖ Empleo de pesticidas en el cultivo de arboles
- ❖ Conservación de la madera
- ❖ Fases de teñido y conservación de telas
- ❖ La extracción, purificación y composición del metal empleado así como el sintético
- ❖ Uso de pegamentos, barniz y colores empleados

La norma que presenta un carácter común en Europa es ISO 14000, la cual se refiere al empleo de maderas de bosques controlados.

4. - Normas Comerciales

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Es requisito para comercializar en el mercado Europeo una serie de trámites ante las secretarías respectivas y zonas aduanales. Se mencionará de



manera general la gestión que se debe realizar para poder exportar muebles a Europa.

a) Factura; es determinante para el cálculo de impuestos de importación(ad valorem); recordando que México goza de una tasa exenta, el Banco Nacional de Comercio nos señala a continuación los requisitos que debe presentar la factura de exportación;

- 1) Factura en original y seis copias
- 2) Firma autógrafa
- 3) Llenarse en idioma inglés
- 4) Aduana de salida del país origen
- 5) Puerta de entrada del país destino
- 6) Nombre y dirección del vendedor
- 7) Nombre y dirección del comprador o consignatario
- 8) Descripción clara y detallada de los productos(nombre de la mercancía, la marca, números y símbolos que utiliza el fabricante
- 9) Cantidad, peso y medida del embarque
- 10) Precio de cada mercancía enviada, especificando el tipo de moneda de inmediata convertibilidad(dólares o euros) señalando el equivalente en moneda nacional, sin incluir el impuesto al valor agregado

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



11) Condiciones de venta(flete, prima de seguro, comisiones y costos de embalaje)

12) Lugar y fecha de expedición

b) Trámites aduanales; entre los principales se mencionan a continuación:

A. Presentación de mercancías ante el despacho aduanal

B. Entregar una declaración detallada para asignarle un régimen aduanal específico

C. Soporte de documentos de la declaración del punto anterior(de acuerdo a la regulación aplicable al producto)

D. Pago de derechos de aduana a la importación

E. Período, es por lo general de 24 horas desde la llegada de la mercancía, la cual se realiza de dos formas:

i. De manera detallada o completa; asignar un régimen aduanal a la mercancía

ii. General; si la intención es almacenar la mercancía en zonas específicas de forma temporal



Cabe mencionar que la declaración que se cita en el punto 2 se puede emplear un documento impreso llamado Documento Administrativo Único el cual se obtiene en los diferentes despachos aduanales.

Un punto muy importante que debemos tomar en cuenta es el impuesto al valor agregado, ya que a diferencia de México que maneja tres tasas de impuesto 0%, 10% y 15%; en Europa se manejan cuatro tasas de impuestos, la cual varía de acuerdo al producto, al nicho de mercado al que va dirigido, al precio de venta o a la necesidad que satisfagan; lo anterior lo podemos observar en el cuadro del anexo número 13, la Tasa super reducida que parte del 0% al 4%, la Tasa reducida que es del 5% al 12.5%, la Tasa normal del 16% al 25% y la Tasa de estacionamiento la cual se aplica en Bélgica, Irlanda y Luxemburgo.

Se observa que en algunos países se aplican más de dos tasas diferentes. Cabe mencionar que lo señalado en este punto se aplica en forma general para cada integrante de la Unión Europea, pero no olvidemos que cada país guarda aún puntos particulares sobresalientes para nuestro tema de estudio razón por la cual analizaremos algunos aspectos de manera particular al país destino al que



exportaremos nuestro producto de investigación, lo cual se desarrollara en los siguientes puntos.

4.4 MERCADO ALEMÁN

4.4.1 ANÁLISIS ECONÓMICO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Su nombre oficial es República Federal de Alemania su capital Berlín, se ubica en Europa Central, cuenta con una superficie de alrededor de 356,854 km². Alemania tiene muchos vecinos: en la parte nórdica de Alemania colinda de oeste a este, con Neerlandia, luego con el Mar del Norte después con Dinamarca, luego con el Mar Báltico y finalmente con Polonia²⁸.

En la parte central Alemania colinda al oeste con los países de Bélgica y Luxemburgo, al este nuevamente con Polonia, en la parte sureña, de oeste a este colinda con Francia, Suiza, Austria y República Checa. Su población asciende a 83,029,536 habitantes, la cual se encuentra integrada de la siguiente manera:

95.10 % Germanos

2.30 % Turcos

0.40 % Griegos



0.40 % Polacos

La mayor parte de la población se encuentra con un estado civil casado(56%) y el restante guarda un estado civil soltero, el número de habitantes por familia es en promedio de 2.35 miembros.

El idioma oficial es Alemán, pero para el ambiente de negocios se emplea el idioma inglés. Su religión se integra de la siguiente manera:

38 %	Protestante
34 %	Católicos
1.70%	Musulmanes
26.30%	Otras

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En el 2000 su producto nacional bruto(per cápita) asciende 24,400 euros, además Alemania es considerado como el tercer país productor en el mundo, presenta un pronóstico de crecimiento del Producto Interno Bruto del orden de 3.20% y una inflación del 1.80%. El gasto de la población alemana es de acuerdo al cuadro del anexo número 14, se observa que su mayor gasto es en casa habitación, gasolina y energía, en segundo lugar su gasto se destina a comida, bebida y transporte, seguido de servicios médicos. Otro rublo al que

* 1. Harms, Pablo, La Nueva Europa Guía para Exportadores, Grupo Editorial Iberoamerica, S. A. De C. V., 2001 Mexico pagina 252



destinan parte de sus gastos es a otros bienes y servicios así como a muebles con un 9% asignado.

Alemania cuenta con tres recursos principales:

- 1) Acceso al mar Norte y Báltico
- 2) Sistema de ríos
- 3) Autopistas y ferrocarriles con trenes de alta velocidad

Lo anterior le permite tener una conexión con sus países vecinos, además de permitir el traslado de mercancías desde Rotterdam(en Neerlandia, en la desembocadura del Rin en el mar del Norte, casi a la altura de la mancha), en el norte hasta Hamburgo; en el centro hasta Berlín; y en el sur vía Frankfurt y luego por el Danubio, a Viena y hasta el mar Negro.

4.4.2 MERCADO ACTUAL

Alemania es considerado actualmente como el mayor país importador de muebles, así como también es reconocido como el productor de muebles ensamblados; nuestra balanza comercial con Alemania es negativa; se puede



apreciar en el anexo número 15, el intercambio comercial de nuestro país con Alemania, el 2001 cerro con un déficit de 4, 575 millones de dólares, nuestras exportaciones a este mercado se han incrementado, el mejor año es 1999 con 2,093 millones de dólares, el 2001 se alcanza la cifra de 1,504 millones de dólares. Las importaciones de este destino también se han incrementado, el 2001 se importó la cantidad de 6,079 millones de dólares. Lo anterior es originado por el alto nivel tecnológico que Alemania ha desarrollado; por lo tanto nuestro comercio total asciende a 7,583 millones de dólares.

Sin importar que nuestra balanza comercial con Alemania es negativa, el mercado alemán de muebles reporta por cuarto año consecutivo una gran demanda de muebles, de manera especial predomina la tendencia de casa de campo, caracterizada por la sencillez de su línea, así como por aquellos muebles antiguos del mismo estilo campestre. A diferencia del resto de Europa el consumidor alemán exige en sus muebles un alto nivel de calidad, que resguarden el medio ambiente, que su producción no sea en gran escala y que guarden cierta exclusividad.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



México tiene la capacidad de ofrecer al mercado alemán muebles rústicos de diseño novedoso, madera maciza, empleo de mano de obra con toques artesanales, dentro de este mercado los muebles que presentan una prioridad son los muebles para oficinas, los dormitorios, salas, comedores, por ejemplo, mesas de centro, vitrinas, credenzas, libreros y bares; no olvidemos que una de nuestras ventajas competitivas es que los productos con partidas 9403 - 30, 9403 - 50 y 9403 - 60 se encuentran libres del pago de impuesto a la importación.

Recordemos que en esta región del mundo los países asiáticos tienen una presencia, razón por la cual se convierten en nuestra competencia directa.

4.4.3 BARRERAS NO ARANCELARIAS

En puntos anteriores citamos las principales normas a cumplir para exportar nuestros productos al mercado europeo, no debemos pasar por alto que cada país destino aún guardan normas particulares que regulan la entrada de productos a su región, en el caso de la madera se revisa el empleo de pesticidas, otro punto a tratar es referente al "límite que deben presentar los



muebles con tableros que contengan formaldehído, se exige una garantía a todos los muebles de seis meses²⁹.

El consumidor alemán se preocupa por la seguridad y por la ecología por tanto son dos puntos a bien vigilar, lo anterior puede asegurar el éxito o fracaso en un mercado por demás exigentes; podemos señalar que para el cliente alemán maneja dos criterios principales que definen la calidad de un mueble:

Funcionalidad; las normas son establecidas por fabricantes de Europa

Seguridad; se rige en la Ley de seguridad de aparatos, en donde se definen las reglas y los tipos de muebles sujetos a esta ley, los grupos principales de muebles regidos por esta ley son: muebles de oficina, camas plegables, muebles infantiles, muebles de cocina y de baño.

Otra norma es respecto al sello de garantía, para cumplir con lo anterior los muebles deben someterse a pruebas de laboratorio autorizados por el Ministerio de Asuntos Sociales y del Trabajo de Alemania; en el caso de pasar las pruebas se otorga el sello de "Seguridad Comprobada(Gs-Zeichen)"³⁰.

²⁹ BANCOMEXT, *Guía de Exportación Sectorial, Mueble y sus partes*, México 1999, página 33

³⁰ IDEM página 42



La calidad en los muebles que se comercialicen en el mercado alemán, se debe certificar por institutos o laboratorios autorizados, los cuales emitirán el certificado de calidad correspondiente.

La etiqueta es un punto que sobresale, por que además de dar a conocer el material usado, el acabado, los requerimientos de cuidado de los productos; se está implementando el uso de símbolos que se deben incluir; se maneja que los muebles deben presentar dos etiquetas:

a) *Permanente*; debe hacer mención de: leyenda de advertencia, nombre y código postal del fabricante, número de identificación, fecha de fabricación o de importación, descripción de los materiales de relleno, así como el de recubrimiento, en resumen las medidas para asegurar el cumplimiento de las regulaciones.

b) *Movible*; se deben colocar en alguna posición que sea visible y que permita su lectura fácilmente por ambos lados de la etiqueta, en ella se señalará información más detallada con respecto a pruebas de ignición.

El empaque y embalaje también deben cumplir con los siguientes puntos:

Norma de desechos y residuos



Proporcionar instrucciones necesarias para un montaje seguro

Se debe cumplir con normas ambientales(eco etiquetado)

Buscando que el producto que se comercialice en Alemania ha controlado y reducido el impacto ambiental.

En Alemania se encuentra restringido el empleo de algunas sustancias químicas por considerarse peligrosas para la salud humana, entre las que se pueden citar, el cadmio, agentes colorantes AZO, el pentaclorofenol, los clorocarbonos, halógenos y metales pesados; generalmente se emplean "para el tratamiento y terminado de diversos tipos de muebles"³¹

A continuación citamos las recomendaciones del consejero comercial de la Embajada de Alemania para colocar estos productos en el mercado alemán:

- 1) No empleo de laca y pinturas tóxicas
- 2) Cuidar que el empaque de los muebles proteja a los mismos y facilite su manejo
- 3) Los muebles no deben expedir olores fuertes de productos químicos

³¹ BANCOMENT-ITESM, Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea, México, 2ª Edición 2002 pagina 194



- 4) Las maderas deben ser claras, naturales, cepilladas de pino, abedul, rattan con terminados en color miel, rústico o cognac en cera o aceite
- 5) No empleo de pesticidas y fertilizantes clorinados

El cumplimiento respecto a lo que marcan las normas de calidad ISO 9000 y 14000 y en un futuro en Alemania solicitarán el cumplimiento de la norma ISO 18000 relacionada con el desarrollo sustentable; las cuales se deben obedecer cabalmente ya que Alemania es un país que produce bajo estas normas por lo tanto su consumo se regirá en productos que cumplan con dichas normas internacionales.

Las principales normas ISO 9000 a cumplir son:

ISO 4211, establecida en septiembre de 1979 y se refiere a la evaluación de la resistencia de la superficie a líquidos fríos.

ISO 4211 - 2, establecida en diciembre de 1993, se enfoca a la evaluación de la resistencia de la superficie al calor húmedo.

ISO 4211 - 3, diciembre 1993, evaluación de la resistencia de la superficie al calor húmedo.

ISO 4211-4, julio de 1988, evaluación de la resistencia de la superficie al impacto.



ISO DIS 4211 – 5, febrero de 1994, evaluación de la resistencia del terminado al rayado.

ISO 7170, octubre de 1993, determinación de la resistencia y durabilidad.

ISO 7172, mayo de 1998, mesas; determinación de la estabilidad.

Alemania solicita que el mueble presente la marca CE la cual significa “Conformitée Européenne, con la que se avala que un producto cumple con los estándares que el Comité Europeo de Normalización ha establecido para una mercancía conforme a su tipo, naturaleza y objetivo de uso”¹²

Las principales normas que se aplican son:

EN 1022, 1998; mobiliario domestico, asientos determinación de estabilidad.

EN 1272- 1, 1998; mobiliario, evaluación de la resistencia superficial al calor húmedo.

EN 581 – 1, mobiliario de exteriores, asientos y mesas de uso domestico.

¹² BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador. 9ª Edición, México, 2002, pagina 171



Los laboratorios autorizados en Alemania para certificar los puntos mencionados anteriormente son:

Mobel-Prüfinstitut der Landesgewerbeanstalt Bayer(LGA),
Gewerbemuseumsplatz 2, 90403 Nürnberg

Norwestdeutsches Institut Für Möbel – und Materialprüfung(NIMM)
Paderborner Strasse 133, 32760 Detmold

Las medidas que deben presentar los muebles en el mercado alemán son:

Mesas de centro 47x16x32 pulgadas

Mesa esquinera 28x20x20 pulgadas

Vitrinas 62x75x21 pulgadas

Credenzas 62x36x21 pulgadas

Libreros 42x76x14 pulgadas

Burós 24x24x17 pulgadas

Lo anterior es con el fin de cumplir con los requerimientos del consumidor alemán, el cual busca entre algunas cosas, la funcionalidad en el mueble.



De acuerdo con los estudios realizados por parte de Bancomext se puede seleccionar el canal de distribución adecuado a nuestro producto; los diferentes canales se pueden apreciar en el anexo número 16.

Para incursionar en el mercado europeo se recomienda ampliamente registrar una marca en Europa, ya que "un nombre perfecto para un producto puede significar un capital fabuloso, inclusive se puede prestar para franquicias costosas"³³. La marca es un signo o medio que sirve para distinguir el producto o servicio que se ofrece en un mercado.

Las principales ventajas de contar con una marca son:

- I. Protección al derecho único de uso de actividades comerciales e industriales
- II. Existe protección jurídica por cualquier usurpación, ante tribunales de marca comunitaria
- III. La posibilidad de hacer valer los derechos conferidos por la marca como la cesión y licencia

³³ E. Harms, Pablo, La Nueva Europa Guía para Exportadores, Grupo Editorial Iberoamérica, S. A. De C. V., 2001 México, página 359



Los tipos de marcas son:

De producto y de servicio

De garantía

Comunitaria

Conformité Européenne (CE) que indica que el producto cumple con los requisitos de seguridad, salud y ambiente

Por último señalaremos que los principales documentos que se deben presentar para la exportación al mercado alemán son: factura comercial, certificado de origen, conocimiento de embarque, permiso de importación, lista de empaque, certificado de calidad y autorización carta de crédito.

4.4.4 LA COMPETENCIA

Los principales socios con los cuales Alemania realiza intercambio comercial de manera general son: Francia, Europa del Este, Reino Unido, Italia, Holanda, Bélgica, Luxemburgo, Estados Unidos, Austria, Japón, China.



El país que presenta un mayor intercambio comercial es Francia, el país latinoamericano con mayor intercambio es Brasil seguido por Argentina.

En el tema de muebles el mercado alemán presenta empresas grandes con un número de 80 a 100 trabajadores, su estilo es de calidad, funcionalidad, durabilidad; producen generalmente muebles semi ensamblados o listos para ensamblar, cuenta con poca línea de productos y poca variedad de modelos, su maquinaria es más especializada y de mayor complejidad.

Por tanto su industria del mueble es muy desarrollada y de gran escala, nuestro principal competidor en Alemania es Italia y países asiáticos como China, Hong Kong, Taiwan e Indonesia, los cuales manejan un estilo similar al mueble mexicano; el mercado alemán es muy fuerte ya que importa un tercio del total de las importaciones y es considerado por lo anterior uno de los principales importadores del mundo, al igual que Estados Unidos y Francia.

Por último mencionamos los puntos que se deben observar para entablar una negociación con el mercado de Alemania:



- ☞ El consumidor alemán es muy exigente en cuanto cumplimiento, calidad, seguridad y medio ambiente, estas exigencias son más importantes que el precio.
- ☞ Cualquier presentación, si bien puede confeccionarse en varios idiomas, en todo caso tiene que llevar también todo lo necesario en alemán.
- ☞ Si se busca un importador, que sea una firma de Hamburgo o Bremen y no de otro lugar.
- ☞ Se debe verificar cualquier traducción al alemán, antes de imprimirla.
- ☞ El trato entre alemanes es muy formal, siempre se hablan de usted. No existe la costumbre española del "don".
- ☞ El que posea título académico o nobiliario exige respeto al mismo y se debe tratar por escrito y de forma verbal.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CASO PRACTICO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



CASO PRACTICO

IncurSIONAR en un mercado no domestico es un gran desafio y una tarea dificil, y más aún si ese mercado no se ubica geográficamente cerca. El mercado alemán es muy especializado y por ende demanda productos o servicios con un alto nivel de calidad y que dicho producto no afecte al medio ambiente.

No se debe pasar por alto que Alemania es considerado como el segundo importador y el primer consumidor per capita de muebles en el mundo, es por ello que su sector mueblero es uno de los pocos sectores industriales que presenta una balanza comercial negativa.

Lo que se debe vigilar de manera estricta es todo el proceso de producción desde la calidad de la materia prima que se recibe de nuestro proveedor hasta el último eslabón de nuestro proceso, así como asegurar que en este proceso no se presente ninguna acción que contrarreste la calidad del producto y sobre todo cuando se encuentre en manos del consumidor final.



Lo anterior nos permitirá presentar una ventaja muy considerable lo que nos llevara a permanecer en un mercado por demás sofisticado y al cual el precio por el producto en la mayoría de las veces pasa a segundo termino cuando el artículo cumple con los estándares de calidad establecidos por el propio mercado.

Para lograr un éxito en cualquier mercado externo se debe cumplir cabalmente con los siguientes puntos:

- A. **Esfuerzo**, en desarrollar una planeación que nos permita visualizar las necesidades que presente la organización para enfrentar el reto que trae consigo toda actividad exportadora.
- B. **Dedicación**, es la inversión en tiempo para desarrollar de manera eficaz cada tarea que se requiera para asegurar el éxito en la exportación.
- C. **Preparación**, en todos los aspectos del negocio, el diseño del producto, aseguramiento de la calidad, trámites que debemos cumplir para poder exportar nuestro producto así como el punto de negociación comercial y formulación del precio de exportación de nuestro producto.
- D. **Aprendizaje**, es el punto que más se debe valorar ya que cuando se carece de experiencia en el tema de exportación siempre surgen contratiempos que nos obligará al análisis de nuestra planeación



estratégica; y a futuro nos brinda la capacidad de reacción y experiencia necesaria.

A continuación presentamos nuestra propuesta de planeación estratégica de exportación, los objetivos que se persiguen son:

Corto plazo

1. Asegurar la calidad en el producto
2. Manejar de manera completa y detallada todos los trámites necesarios para realizar la exportación
3. Exportar nuestro producto al mercado alemán

Largo plazo

1. Establecer una bodega en el puerto Norte de Europa
2. Eliminar intermediarios
3. Ofrecer nuestros productos a otro país miembro de la Unión Europea

Cabe aclarar que nuestra propuesta puede variar de acuerdo a las características de la empresa en que se desee implementar, ya que la planeación se debe adaptar a las necesidades y objetivos de cada una.



PLANEACIÓN ESTRATEGICA DE EXPORTACIÓN DE MUEBLES RÚSTICOS AL MERCADO ALEMÁN

1) Producto

Característica

Materiales

Calidad

Tiempo de entrega

Proveedores

2) Mercado meta

Investigación mercado meta

Demanda del producto

Competencia

Barreras arancelarias

Barreras no arancelarias

3) Negociación

Precio de exportación

Forma de distribución

Forma de pago

4) Trámites a cumplir para exportar

Documentación requerida

Logística de exportación

5) Entrega del producto

Plus valia

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



La planeación estratégica que se propone nos permite analizar de manera directa el proceso de producción, la logística de exportación, negociación comercial así como el canal de distribución seleccionado y el punto principal es la entrega del producto al consumidor final; nos podemos apoyar en el análisis FODA de la empresa, para conocer los recursos con los que se dispone y detectar los puntos clave a mejorar, además de los problemas que debemos resolver para facilitar nuestra actividad exportadora, marcando la pauta a seguir con el objetivo de permanecer en un mercado internacional y lograr un nivel más competitivo.

A continuación desarrollaremos de nuestra propuesta cada punto y sus características principales que permitan garantizar el éxito en el proceso de exportación.

1) Producto

Se debe estudiar y evaluar el porcentaje de aprovechamiento de la capacidad instalada en la fábrica, las condiciones técnicas en las que se encuentra cada equipo, revisar a detalle los programas de producción, evaluar la calidad de la materia prima que entregan los proveedores, así como el tiempo de entrega seleccionando aquellos proveedores que cumplan con la



norma ISO 9002, la rotación de inventarios, evaluar el desempeño de nuestro personal operativo con el fin de identificar las necesidades de capacitación o retroalimentación de cada una de las actividades asignadas a cada uno de ellos.

Es importante analizar de manera detallada cada punto anterior para poder determinar las medidas necesarias para implantar un sistema de calidad y obtener una certificación ISO 9000, la cual es uno de los requisitos del mercado alemán.

Además se debe estudiar el diseño de la línea de nuestros productos con el fin de adaptarlo al gusto del consumidor alemán, inclusive manejar una *Línea de muebles europeos*, ya que dicho mercado presenta un gusto muy exclusivo basado en funcionalidad y seguridad, es decir, que el producto que se decida exportar cumpla con las necesidades europeas.

Por lo tanto debemos adaptar nuestro proceso de producción con la finalidad de satisfacer estos puntos importantes.



Característica, debemos evaluar que nuestro producto cumpla con las expectativas del consumidor alemán, por ejemplo las medidas del mueble, el terminado del mismo, la terminación más demandada es la rústica que permitan apreciar la madera, que los muebles presenten una resistencia adecuada, que no se haya empleado lacas tóxicas, además las esquinas de los muebles no deben ser un riesgo para los niños, cumplir con los puntos de funcionalidad y seguridad que el mercado exige, revisar el material que se emplee para la elaboración de la etiqueta y el empaque, además se debe revisar con detalle el contenido de la información que contendrá cada una de ellas.

Materiales, el punto principal y de mayor importancia es que la madera empleada provenga de un bosque controlado, que no se empleen pesticidas, además la madera debe pasar por el proceso de estufado, no se deben manejar lacas que contengan las siguientes sustancias químicas, cadmio, pentaclorofenol, clorocarbono, halógeno así como metales pesados, con el fin de presentar un producto que ayude a la conservación del medio ambiente y no dañe la salud humana. Es por ello que además debemos analizar los materiales que se ocupen como pegamentos, resinas y lacas con el fin de detectar que no presenten las sustancias mencionadas anteriormente, por otro lado es necesario



evaluar el material que se empleara para el etiquetado y el empaque ya que debe permitir un reciclaje del 25%.

Calidad, es el punto que debemos analizar, evaluar e implementar de manera inmediata, ya que el consumidor alemán demanda productos que cumplan con las normas ISO 9000, 9002 e ISO 14000 por lo que debemos buscar una certificación que nos facilite el acceso a dicho mercado, de lo contrario nos será más costoso y perjudicial que nuestra línea de muebles se quede en la aduana europea por no cumplir con las normas mencionadas. Las normas ISO 9000 a cumplir son:

- 4211 evaluación de la resistencia de la superficie a líquidos fríos
- 4211 - 2 evaluación de la resistencia de la superficie al calor húmedo
- 4211 - 4 evaluación de la resistencia de la superficie al impacto
- dis 4211 - 4 evaluación de la resistencia del terminado al rayado
- 7170 determinación a la resistencia y durabilidad.

Dentro de las normas ISO 14000 a cumplir podemos mencionar:

- 14004 Líneas generales sobre principios de administración de la ecología
- 14024 Programa sobre protección y principios
- 14031 Evaluación del desarrollo o actuación ecológica



Tiempo de entrega, lo primero que se debe de estudiar es el tiempo empleado para transformar la materia prima en el producto final, el objetivo es elaborar un programa de producción óptimo que permita eliminar los tiempos muertos en el proceso de producción y con ello mejorar el tiempo de terminación del producto. A lo anterior debemos de considerar el tiempo que emplean los laboratorios para analizar nuestras muestras para obtener las certificaciones correspondientes, las cuales se deberán presentar en la aduana; además debemos tener en cuenta el tiempo que se destina para el empaclado, el tiempo que se emplea para el traslado del producto de nuestra planta al puerto destino convenido, todo lo previo es con el fin de manejar un tiempo estimado de entrega al consumidor alemán, ya que un punto principal que se debe cumplir en el mercado alemán es el abasto oportuno.

Proveedores, se deben implementar programas en el que se enumeren nuestros principales proveedores, el tipo de materia prima, que presenten certificación ISO 9002 en su proceso de producción, verificar que el producto que nos entregan en la fabrica se encuentre con calidad certificada, su tiempo de entrega, el tiempo de crédito que nos otorgan y si es posible su nivel de inventario. Todo ello es con el fin de elaborar un programa de contingencia que en algún momento se presente. Debemos considerar en este programa los



proveedores encargados de empaquetar el producto, además de los laboratorios que analizaran nuestras muestras, el traslado del producto así como el despacho aduanal que nos represente ante las autoridades convenientes.

El cumplir con todo lo anterior nos llevara a detectar los detalles que siempre pasan desapercibidos y que afectan de manera general a nuestra operación, no se debe de ver con un punto de vista pesimista, si se trabaja a conciencia en estos puntos se garantiza en un mayor porcentaje la aceptación de nuestro producto además de obtener una mayor demanda en el mercado alemán, caso contrario nuestro producto no pasara más allá de la aduana o del puerto de embarque y toda la inversión se convierte en una enorme perdida.

2) Mercado meta

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Debemos analizar de manera detallada nuestro mercado meta, sus características principales, sus gustos, costumbres, nivel económico, aspecto social, cultural, entre otros puntos, los cuales son elementos necesarios para determinar nuestro plan de exportación, por ejemplo, el volumen que se exportara, pronosticar el margen de utilidad, y lo que es importante conocer la liquidez con la que se cuenta para financiar todo el proceso de exportación.



Investigación mercado meta, evaluar de manera detenida el mercado destino es un punto muy a favor de nuestra actividad exportadora, ya que el análisis de la plaza nos arrojará datos relevantes al respecto del gusto alemán, el diseño del producto, la promoción que se debe emplear y el punto a considerar es el precio, es el segundo eslabón que debemos tener bien presente ya que el precio de exportación marca criterios que se deben cumplir en el proceso de exportación.

Demanda del producto, en los estudios a realizar se debe determinar el porcentaje de la demanda del producto que se decida exportar, así como un perfil del consumidor final desde el punto de vista socioeconómico, político, cultural y legal, lo anterior se considera como variables en la investigación del mercado internacional.

Competencia, como en toda competición deportiva es imprescindible conocer, estudiar y analizar las condiciones de nuestros competidores y el comercio internacional no se exime a esta regla, lo que nos permite desarrollar nuestras habilidades y reducir al máximo nuestras debilidades que presenta nuestra empresa incrementando de esta manera toda posibilidad de éxito,



determinando además nuestras oportunidades en dicho mercado así como las amenazas que enfrentaremos al incursionar en esa plaza.

Recordemos que nuestra ventaja es manejar una capacidad de reacción y adaptación a los cambios, una variedad de terminaciones así como un toque artesanal que se puede agregar en cada uno de los muebles, lo anterior nos coloca en un punto muy competitivo.

Los puntos a evaluar de nuestra competencia es su calidad, diseño, precio y tiempo de entrega, lo que nos permite juzgar nuestro nivel de preparación para enfrentar el mismo mercado destino.

Barreras Arancelarias, se debe aprovechar al máximo nuestra ventaja de ser socio comercial de la Unión Europea, el producto que se exportara al mercado alemán se encuentra libre de impuesto de acuerdo a la siguiente fracción arancelaria:

- 94 Muebles
- 94 03 Los demás muebles y sus partes
- 94 03 60 Los demás muebles de madera



Para lo cual debemos clasificar de manera adecuada nuestro producto con la fracción arancelaria correcta que nos permita aprovechar al máximo las ventajas del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea.

Barreras No Arancelarias, es un punto por demás distintivo ya que no se encuentra reglamentado, la variedad de criterios y puntos de vista de cada país miembro complican en mucho la posibilidad de abarcar más de tres mercados al mismo tiempo.

Apoyaría en mucho la unificación de criterios, regulaciones y medidas en el mercado europeo, lo que nos permitirá aprovechar el gran mercado que ofrece la Unión Europea, de lo contrario el riesgo por no cumplir con una norma se refleja en un rechazo de nuestro producto.

Las medidas que determinan la aceptación del producto en el mercado alemán y que debemos de controlar y supervisar en el proceso de transformación, así como el embarque al puerto destino, las principales normas cualitativas a cumplir son:

- a) Calidad, se mencionó en puntos anteriores las normas a cumplir, se debe vigilar de manera más detallada la calidad de la materia prima



empleada lo que nos favorece con la calidad del producto final, además debemos tramitar el certificado que expide la Secretaría de Marina y Recursos Naturales(SEMARNAT) así como el certificado de origen que expide la Secretaría de Economía.

b) Ecológica, que los materiales empleados para la elaboración del producto así como el traslado del mismo deben disminuir el impacto ambiental, por ejemplo, la madera debe provenir de bosques controlados en los cuales no se manejan insecticidas que dañen el medio ambiente, las lacas que se ocupen no deben dañar la capa superior de ozono, el material destinado para el etiquetado y empaçado se debe reciclar en un 25%.

c) Seguridad, que el producto no dañe la salud física del consumidor final además no debe ser un riesgo para los niños.

d) Técnicas, las dimensiones, el color, emplear madera estufada, el diseño deberán ser resultado del estudio del mercado de manera concreta el gusto del consumidor alemán, el cual prefiere terminaciones rústicas, con estilos conservadores.

e) Etiquetado y empaçado, el material a emplear, el idioma en el que se debe presentar el etiquetado, así como las recomendaciones convenientes para el cuidado del producto, en caso de obtener el certificado de cumplimiento



de normas ambientales para el mercado alemán es muy conveniente mencionarlo en la parte más a la vista de la etiqueta.

3) Negociación

Se busca pactar un convenio o contrato que garantice un comercio formal entre la empresa y el consumidor final, entablar una relación comercial con el mercado europeo es muy difícil y agobiante por la dificultad de su idioma, por sus costumbres además, debemos tener la idea de que nadie nos invito al mercado europeo pero tampoco seremos bien recibidos, debemos pelear contra la marca, malas impresiones que tiene el mercado europeo del productor latinoamericano, ya que han vivido experiencias de las que se pueden citar:

Pésimo trato comercial

No cumplir con los acuerdos o contratos

La calidad del producto no fue la acordada

No cumplir con especificaciones

Entrega de pedidos fuera de tiempo



Los exportadores o productores que nos antecedieron se olvidaron que en el mercado europeo predomina:

La formalidad

Mercado especializado

Cumplir con lo acordado

Negocio a largo plazo

Demanda productos con calidad

Se propone participar en ferias internacionales así como realizar visitas al consumidor final lo que nos permite conocer el gusto europeo, es necesario realizar cita previa con los distribuidores presentar catálogos con excelente calidad, tanto en material como presentación, manejar una línea exclusiva para el mercado alemán, tarjetas de presentación con diseños innovadores, ya que debemos recordar que en este mercado la formalidad es lo primero que se toma en cuenta.

Precio de exportación, para empezar a penetrar el mercado alemán se recomienda manejar un precio basado en el incoterm, CIF (Costo, Insurance and Freight) Costeo, seguro y flete (Puerto destino convenido). Para preparar el precio de venta más competitivo debemos revisar a conciencia nuestros costos



de materia prima, los tiempos muertos, costo de embarque así como los que se deriven para trasladar el producto al puerto pactado.

Forma de distribución, se manejará a través de agentes de ventas y representantes en el extranjero, ya que conocen el mercado de manera más cercana, nos puede asesorar en puntos de comercialización, las condiciones de venta además puede disponer de medios promocionales.

La ventaja de manejar esta forma de distribución es que conoce un mercado especializado e incrementa la posibilidad de asegurar los pedidos.

También se inscribirá en el programa SIMPEX, buscando establecer contacto con el consumidor alemán, se realizaran visitas comerciales ofreciendo nuestro producto y buscando como objetivo principal contactar directamente al consumidor final.

Forma de pago, se recomienda pactar el pago por medio de una carta de crédito, ya que es una modalidad de pago internacional siendo un modelo más seguro para ambas partes; es una orden incondicional que recibe un banco emisor, la cual consiste a nuestro nombre por medio de un banco corresponsal.



por cuenta y orden de nuestro importador, en el momento en que el mismo verifique la mercancía, calidad, cantidad y demás condiciones previamente pactadas.

4) Trámites a cumplir para exportar

Un punto que debemos bien vigilar y manejar de manera concreta para evitar algún contratiempo en la entrega del bien, en la revisión de la documentación y del producto en cada una de las aduanas, o en su caso al momento de efectuar el pago por parte de nuestro importador, cada documento que se entregue no debe presentar tachaduras, manchas o enmendaduras, con los datos correctos, con el fin de no tener ningún problema que afecte nuestro proceso de exportación.

Documentación requerida, los documentos que debemos cumplir para exportar en la aduana de México:

Factura comercial

Dos direcciones

Fracción arancelaria

Moneda (Euro)



Iva

Incoterm(C I F)

Comprobación de regulaciones y restricciones no arancelaria

Lista de empaque

Carta de instrucciones al agente aduanal

Pedimento de exportación (Secofi)

Certificado de origen (Secofi)

Documento de transporte (Transportista)

Seguros

Forma de pago

Carta de crédito de exportación

Formato EUR 1

Documentación a presentar en la aduana de Europa

Factura comercial visada

Fracción arancelaria

Permiso de importación

Lista de empaque

Documento de transporte

Regulaciones no arancelarias

Formato EUR 1

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Referencia:		PEDIMENTO				PAGINA	
NUM PEDIMENTO	T OPER	CVE PEDIMENTO		REGIMEN		CERTIFICACIONES	
DESTINO	TIPO CAMBIO	PESO BRUTO		ADUANA E/S			
MEDIOS DE TRANSPORTE		VALOR DOLARES					
ENTRADA/SALIDA	ARRIBO	SALIDA	VALOR ADUANA				
		PRECIO PAGADO					
DATOS DEL IMPORTADOR O EXPORTADOR							
RF C	NOMBRE DENOMINACION O RAZON SOCIAL						
CURP							
DOMICILIO							
VAL SEGUROS	SEGUROS	FLETES	EMBALAJES	OTROS INCREMENTABLES			
ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION		CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO					
MARCAS NUMERO Y TOTAL DE BULTOS							
FECHAS		TASA A NIVEL DE PEDIMENTO					
ENTRADA		CONTRIB	CVE T TASA	TASA			
PAGO							
CUADRO DE LIQUIDACION							
CONCEPTO	FP	IMPORTE	CONCEPTO	FP	IMPORTE	TOTALES	
						EFFECTIVO	
						OTROS	
						TOTAL	
DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR							
ID FISCAL							VINCULACION
NOMBRE DENOMINACION O RAZON SOCIAL							
DOMICILIO							
NUM FACTURA	FECHA	INCOTERM	MONEDA FACT	VAL MON FACT	FACTOR MON FACT	VAL DOLARES	
NUMERO(GUIA/ORDEN EMBARQUE) / ID				M	H		
CLAVE/COMPL IDENTIFICADOR							
OBSERVACIONES							
PARTIDAS							
FRACCION	SUB	VINC	MET VAL	UMT	P/VIC	P/O/D	
DESCRIPCION (REGLONES VARIABLES SEGUN SE REQUIERA)							
CON	TABA	TT	FP	IMPORTE			
VAL ADU/USD	IMP	PRECIO/PAG	PRECIO UNIT	VALOR AGREG			
		VALOR COMERCIAL					
AGENTE ADUANAL APODERADO ADUANAL O ALMACEN				DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD			
NOMBRE O RAZON SOCIAL				EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL			
RF C				ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA PATENTE			
CURP				O AUTORIZACION			
				FIRMA AUTOGRAFA			

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ANEXO DE LA RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 102-95-ITINCI/VM

1. Exportador (nombre, dirección, país, fax) Exporter (name, address, country, fax)		N° CERTIFICADO DE ORIGEN (Declaración y Certificación) CERTIFICATE OF ORIGIN (Declaration and certification)			
2. Proveedor (nombre, dirección, país, fax) Producer (name, address, country, fax)		Expedido en issued in			
3. Destinataria (nombre, dirección, país, fax) Consignee (name, address, country, fax)					
4. Medio de transporte e itinerario Means of transport and route		5. Para uso oficial For official use			
6. N° de coteo Item Number	7. Subpartida Arancelaria Sub tariff Code	8. Descripción de las Mercancías Description of goods	9. Peso Bruto o en cantidad Gross Weight or other quantity	10. Número y fecha de la factura Number and date of invoice	
11. Certificación / Certification De acuerdo con la verificación efectuada, se certifica la veracidad de lo declarado por el exportador. According to the verification carried out the veracity of that declared by the exporter is certified		12. Declaración del Exportador / Exporter's Affidavit El abajo firmante declara que los detalles e indicaciones que preceden son exactos, todas las mercancías han sido producidas en y van a ser exportadas a Perú, según lo establecido en los artículos 2 y 3 de la Resolución Ministerial N° 102-95- ITINCI/UDM de la República del Perú. The signer declares that the details and indications that precede this text are exact, all merchandise has been produced in and will be exported to Peru, according to that established in articles 2 and 3 of Ministerial Resolution 102-95-ITINCI/UDM of the Republic of Peru			

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

13 SOLICITUD DE CONTROL, con destino a Se solicita la verificación de la autenticidad y de la regularidad del presente certificado En _____, a _____ (Firma)	14 RESULTADO DEL CONTROL El control efectuado ha demostrado que este certificado(1) <input type="checkbox"/> Ha sido efectivamente expedido por la aduana indicada y que la información que contiene es exacta <input type="checkbox"/> No cumple las condiciones de autenticidad y exactitud requeridas (véanse notas adjuntas) En _____ a _____ (Firma) (1) Márquese con una X el cuadro que corresponda
--	---

Notas

- (1) El certificado no deberá llevar raspaduras ni correcciones superpuestas. Cualquier modificación deberá hacerse tachando los datos erróneos y añadiendo, en su caso, los correctos. Tales rectificaciones deberán ser aprobadas por la persona que haya extendido el certificado y ser visadas por las autoridades aduaneras del país o territorio de expedición.
- (2) No deberán quedar renglones vacíos entre los distintos artículos indicados en el certificado y cada artículo irá precedido de un número de orden. Se trazará una línea horizontal inmediatamente después del último artículo. Los espacios no utilizados deberán rayarse de forma que resulte imposible cualquier añadido posterior.
- (3) Las mercancías deberán designarse de acuerdo con los usos comerciales y con el detalle suficiente para que puedan ser identificadas.



Logística de exportación, el procedimiento a seguir es colocar el producto en contenedores, realizar la lista de embarque y transportarlo vía terrestre de nuestra fábrica a la aduana del puerto de Veracruz y de la aduana de México se empleará transporte marítimo al puerto Norte de Europa.

5) Entrega del producto

Debemos supervisar que el producto se entregue con los términos acordados, así como en tiempo y forma, lo anterior nos permitirá tener un lugar en la lista de proveedores para el mercado alemán.

Plus Valia, verificar que el producto llegue en excelentes condiciones al consumidor final, además en caso de ser necesario se considera enviar dos personas que se encarguen de supervisar que el producto no presente ningún desperfecto además de realizar un cambio en los herrajes en caso de que el cliente así lo requiera, aunado a ello se ofrecerá una garantía del producto de seis meses, buscando un perfil más competitivo.

Con la planeación que se propone se busca en primer lugar mejorar la situación que vive actualmente nuestro sector, buscando alcanzar un nivel más



competitivo el cual nos permita penetrar al mercado alemán y formar parte de la gama de proveedores de muebles en este país.

Debemos inculcar a todas las personas que influyen en la elaboración del mueble en trabajar con calidad, para con el fin de elaborar un producto competitivo.

De acuerdo al análisis FODA de nuestro sector se sugiere que además de la propuesta de planeación se lleven a cabo las siguientes observaciones:

- ❖ Desarrollar una innovación tecnológica
- ❖ Emplear madera templada buscando disminuir costos
- ❖ Manejar una reingeniería del proceso de producción que nos permita fabricar muebles para ensamblar
- ❖ Capacitar al personal de manera continua en el tema de programas de calidad y normas ISO 9000
- ❖ Desarrollar una marca para cada línea de muebles para contrarrestar el contrabando y buscar un respaldo legal en caso de detectar una copia de nuestra línea de muebles o de nuestros diseños
- ❖ Analizar todo el proceso de producción buscando disminuir costos y mejorar el precio de exportación, para ser más competitivo



- ◊ Manejar presupuesto base cero
- ◊ Realizar un viaje de visita a cada distribuidor para manejar una formalidad en la negociación

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

El desarrollo del presente trabajo nos permite confirmar que sí es posible penetrar nuestro producto al mercado alemán, la demanda existe en dicho mercado, el principal punto que debemos trabajar a conciencia en nuestra industria es establecer un sistema de *Calidad* en el producto, disminuir una capacidad de producción ociosa; por tanto es necesario implementar un proceso de producción con calidad, bien sabemos que el éxito radica en ofrecer un producto que cumpla con los estándares de calidad demandados por el mercado además de la funcionalidad y seguridad.

La competencia internacional es fuerte principalmente en el costo del producto así como la promoción que se maneje para dar a conocer el artículo en un mercado internacional, además, se presentan dos variables económicas que no dependen directamente de la empresa, sino del gobierno en turno, dichas variables son: *inflación y devaluación*, que perjudican en demasía el precio de nuestro bien en el mercado objetivo, disminuyendo por mucho nuestra competitividad de precios a escala internacional.



La tarea es realizar un análisis de nuestras fuerzas y debilidades que nos permitan diseñar una planeación estratégica que nos facilite el objetivo de competir en un mercado tan desarrollado como lo es Alemania.

Todas las empresas mexicanas tienen la misma oportunidad de llevar sus artículos al mercado europeo. Las empresas que han logrado una permanencia en dicho mercado se debe gracias al tiempo y empeño que dedicaron a la planeación de su proceso de exportación. Elevar la calidad de su producto o servicio, abatiendo costos y lo principal es el servicio post venta que les ha generado una mayor aceptación en Europa.

El análisis FODA de la empresa puede incrementar las habilidades de la propia empresa, detectando en que punto se puede ser más competitivo y disminuyendo al máximo las debilidades que contrarresten nuestra actividad exportadora.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXOS

BALANZA COMERCIAL DE MÉXICO

País	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
TOTAL	-13 534 50	-18 528 70	7 087 50	6 535 00	428 60	-7 913 50	-5 583 60	-8 003 00	-9 953 60	-1 776 80
TLCÁN	-2 050 50	-3 283 20	13 057 40	13 466 40	12 370 60	8 894 30	14 568 00	19 487 60	25 364 40	7 489 30
ALADI	-564 20	-988 30	1 438 80	1 725 20	1 464 70	431 60	-662 20	-1 308 60	-1 866 30	-512 00
CENTROAMÉRICA	383 10	409 90	633 30	716 80	945 20	1 099 60	990 30	1 077 80	1 120 50	248 60
UNION EUROPEA	-5 010 10	-6 252 20	-3 378 70	-4 230 70	-5 929 70	-7 810 10	-7 540 10	-9 165 00	-10 832 90	-2 601 50
ASOC. EUROPEA DE LIBRE COM.	-378 90	-360 70	210 60	-85 00	-258 30	-372 70	-321 10	-265 00	-450 10	-103 60
NICS	-1 924 30	-2 509 90	-1 326 00	-1 672 70	-2 801 20	-3 397 10	-4 411 30	-6 195 10	-7 392 20	-1 937 50
JAPON	-3 242 30	-3 783 00	-2 972 80	-2 738 70	-3 177 30	-3 685 80	-4 307 00	-5 535 10	-7 465 10	-1 965 60
PANAMA	86 40	99 10	215 20	274 20	315 10	335 10	277 80	163 20	201 90	66 30
ISRAEL	-341 70	-457 50	-483 60	-721 40	-1 201 50	-1 510 50	-1 794 70	-2 676 00	-3 745 50	-1 104 30
REPÚBLICA DE CHINA										
PUPULAR	58 50	-81 60	-36 10	-69 60	-81 80	-119 50	-134 80	-241 90	-218 30	-54 10
Resid del Mundo	-550 60	-1 321 30	-270 60	-129 40	-1 217 30	-1 778 40	-2 238 50	-3 344 90	-4 669 80	-1 302 50

Fuente: SE con datos de Banco de México

EN MILLONES DE DOLARES

Nota 1: Las exportaciones incluyen fletes más seguros y las importaciones son valor aduanal.

Nota 2: Los datos incluyen cifras definitivas, temporales y maquila.

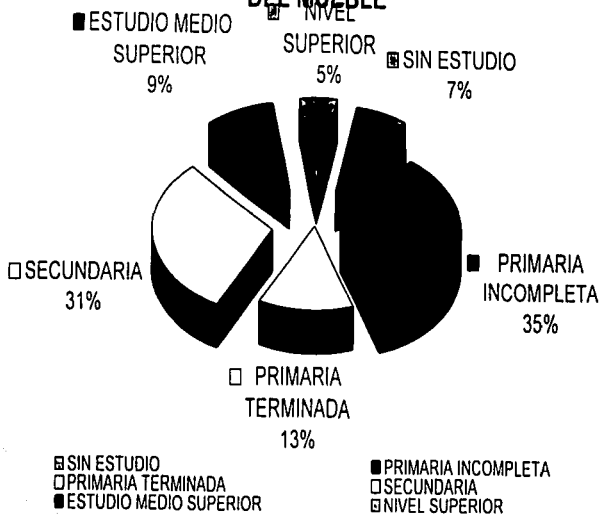
Nota 3: Las cifras por los procedimientos de elaboración, están sujetas a cambios ulteriores.

Nota 4: Millones de dólares

Anexo Número 1

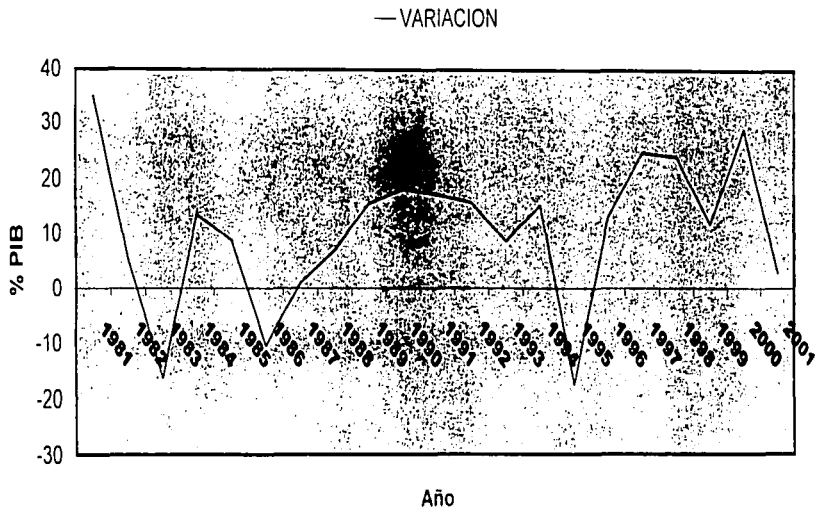
**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

NIVEL ACADÉMICO DE LA MANO DE OBRA EN LA INDUSTRIA DEL MUEBLE



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

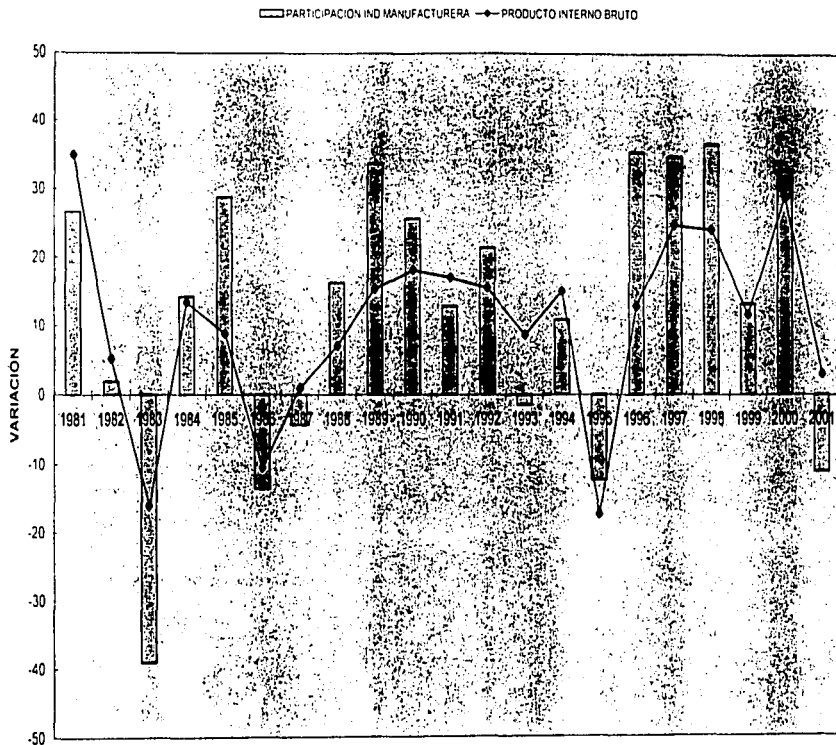
Producto Interno Bruto (Variación Anual)



Fuente INEGI Sistema de Cuentas Nacionales
Anexo Número 3

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO
(PRECIOS 1993)**



Fuente: INEGI Sistema de Cuentas Nacionales
Anexo Número 4

ANO

FALTA DE ORIGEN
TESIS CON

PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL PIB

A Precios de 1993
Valores Absolutos
Porcentaje

PERIODO	Total	Productos		Industria de Bienes de Consumo		Industria de Bienes de Capital		Industria de Servicios		Industria de Construcción	
		de Bienes de Consumo	de Bienes de Capital	de Bienes de Consumo	de Bienes de Capital	de Bienes de Consumo	de Bienes de Capital	de Bienes de Consumo	de Bienes de Capital	de Bienes de Consumo	de Bienes de Capital
1980	17.67	25.08	11.50	4.45	4.81	14.29	7.78	4.75	24.64	2.70	
1981	17.36	24.56	11.41	4.15	4.78	14.74	7.52	4.69	25.27	2.87	
1982	17.46	26.49	11.43	4.32	4.77	14.48	7.62	4.73	25.14	2.87	
1983	16.09	28.13	11.55	4.25	4.89	16.66	7.61	4.45	19.92	2.53	
1984	17.36	27.16	11.11	4.18	4.88	16.83	7.65	4.72	20.79	2.68	
1985	17.05	26.54	10.72	4.06	5.02	16.65	7.74	4.50	22.06	2.72	
1986	17.36	27.86	10.82	4.19	5.13	17.03	7.67	4.46	20.22	2.63	
1987	16.75	27.23	10.01	4.22	5.03	17.33	8.20	4.89	20.60	2.49	
1988	16.95	26.59	9.76	3.98	5.09	17.05	7.80	4.97	22.26	2.50	
1989	17.74	26.60	9.48	3.69	5.18	17.29	7.58	4.72	22.91	2.57	
1990	16.43	26.05	9.39	3.45	5.24	16.90	7.56	4.73	23.84	2.85	
1991	17.88	26.00	9.31	3.36	5.26	16.49	7.56	4.36	24.93	2.73	
1992	16.09	25.96	8.94	3.31	5.22	16.11	7.72	4.25	25.44	3.04	
1993	17.51	26.96	8.76	3.25	5.16	15.95	7.98	4.41	24.55	2.99	
1994	16.06	26.76	8.50	3.18	5.09	15.85	8.02	4.50	25.16	2.93	
1995	17.69	28.17	8.38	3.08	4.96	16.53	7.45	4.93	23.74	2.77	
1996	16.35	26.27	8.74	2.97	4.52	15.89	7.26	5.28	26.20	2.86	
1997	19.19	24.68	8.78	2.88	4.63	15.44	7.00	5.34	28.36	2.87	
1998	16.73	24.48	8.50	2.81	4.57	15.24	6.86	5.17	29.47	2.89	
1999	19.74	24.45	8.41	2.71	4.61	14.97	6.70	4.99	30.23	2.93	
2000	17.05	23.78	8.30	2.63	4.43	14.46	6.52	4.80	32.11	2.96	
2001(p)	19.06	25.18	7.76	2.62	4.43	14.40	6.50	4.71	31.34	3.06	

a/ Las cifras están referidas al año base de 1993 como nuevo periodo de referencia para los cálculos a precios constantes. Así la nueva base de ponderaciones (1993=100) sustituye a la que se venía utilizando y cuya referencia era el año de 1980.

p/ Cifras preliminares a partir de la fecha que se indica.

FUENTE: INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México.

Anexo Número 5

FALTA DE ORIGEN
TESIS CON

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

PRODUCTO INTERNO BRUTO DE LA INDUSTRIA DEL MUEBLE

(MILLONES DE PESOS A PRECIOS DE 1993)

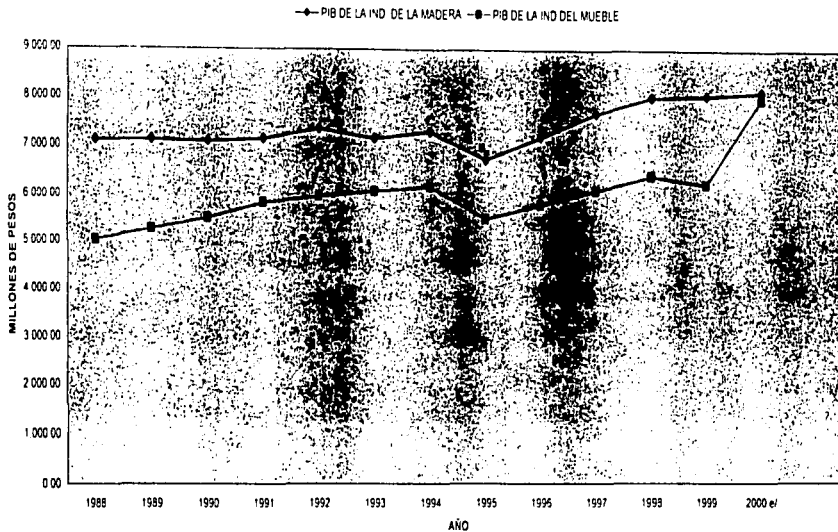
AÑO	TOTAL INDUSTRIA MANUFACTURERA	INDUSTRIA DE LA MADERA (A)*	MUEBLES DE MADERA (B)**	MUEBLES METALICOS (C)	INDUSTRIA DEL MUEBLE (B+C)	% DE PARTICIPACION CON RESPECTO AL TOTAL DE LA IND. MANUFACTURERA
1988	178,416 10	7,104 00	4,382 10	640 20	5,022 30	2 8
1989	192,500 90	7,110 50	4,485 50	758 70	5,254 20	2 7
1990	205,524 50	7,083 40	4,557 30	929 20	5,486 60	2 7
1991	212,576 00	7,131 70	4,869 40	944 30	5,813 80	2 7
1992	221,427 40	7,331 40	5,099 10	851 90	5,951 00	2 7
1993	219,934 10	7,145 00	5,272 90	788 30	6,061 20	2 8
1994	228,891 60	7,278 80	5,381 60	778 30	6,159 90	2 7
1995	217,581 70	6,710 10	4,824 90	637 20	5,462 10	2 5
1996	241,385 70	7,178 60	5,130 90	633 70	5,764 60	2 4
1997	265,113 42	7,658 68	5,449 90	627 60	6,077 50	2 3
1998	284,642 71	7,996 59	5,585 38	808 77	6,394 15	2 2
1999	296,528 44	8,033 11	5,560 10	650 70	6,210 80	2 1
2000 e/	317,482 09	8,117 52	6,909 20	1,050 80	7,960 00	2 5
TOTAL	3,082,006 66	95,879 40	67,518 28	10,099 67	77,618 15	2 5

NOTAS *Incluye Aserraderos, Triplay, Tableros y Otros Productos de Madera y Corcho
 **Incluye Muebles, Colchones, Puertas, Ventanas y Otros Productos de Madera Palma y Corcho
 e/= estimacion CANACO

Elaborado por la Oficina de Cooperación y Negociaciones Internacionales de CANACO con datos del INEGI

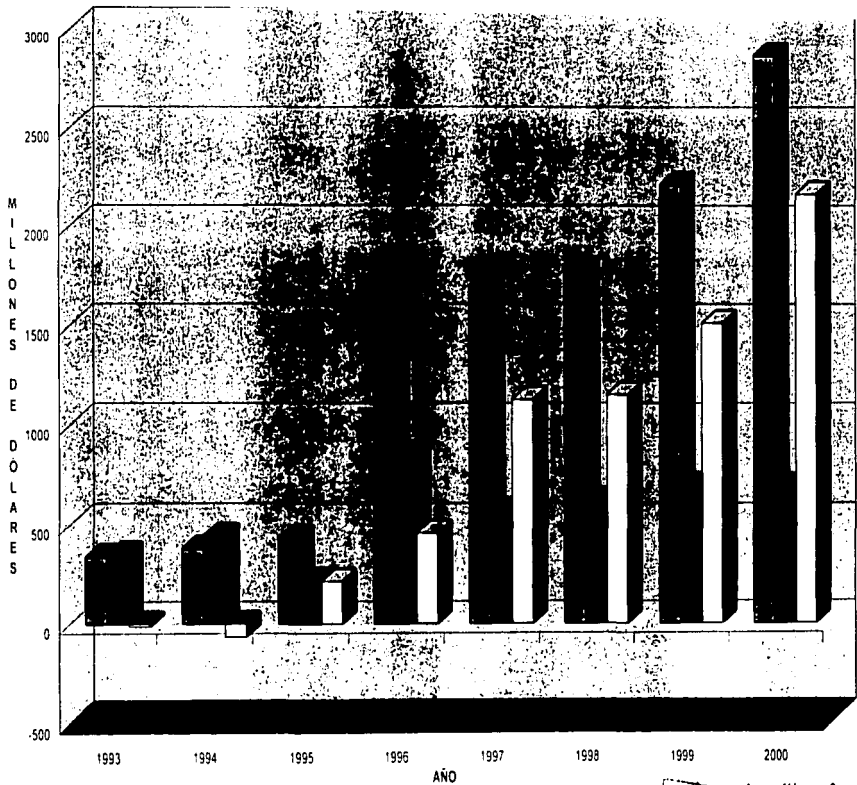
Anexo Número 6

COMPARATIVO DEL PIB DE LA INDUSTRIA DE LA MADERA Y LA INDUSTRIA DEL MUEBLE



Fuente: Banco de Comercio Exterior
Anexo Número 7

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



INCLUYE MAQUILA

FUENTE BANCO DE COMERCIO EXTERIOR

Anexo Número 8

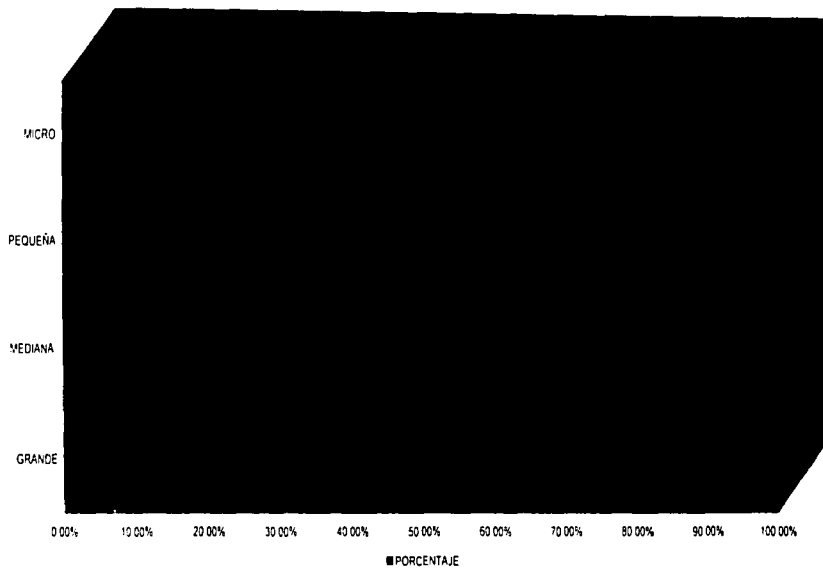
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA POR ESTABLECIMIENTOS Y PERSONAL

Muebles de Madera				
TAMANO / N. EMPLEADOS	Establecimientos		Personal Ocupado	
	NUMERO	%	NUMERO	%
MICRO (1-15)	17,480	92.00%	56,695	49.30%
PEQUENA (16-100)	1,064	5.60%	31,050	27.00%
MEDIANA (101-250)	380	2.00%	19,665	17.10%
GRANDE (251 Y MAS)	76	0.40%	7,590	6.60%
TOTAL	19,000	100.00%	115,000	100.00%
/1 Numero de empleados Datos referentes a 1993 Elaborado por la Oficina de Cooperación y Negociaciones Internacionales de CANACO con datos del INEGI Anexo Número 9				

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

ESTRUCTURA DE LAS EMPRESAS



FUENTE: BANCO DE MEXICO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Anexo Número 10

INTERCAMBIO COMERCIAL DE MÉXICO CON LA UNIÓN EUROPEA

MILLONES DE DOLARES

Periodo Anual /p enero-Marzo

CONCEPTO	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002 /p
EXPORTACIONES	2 788 60	2 805 90	3 353 50	3 509 80	3 987 60	3 889 20	5 202 70	5 610 10	5 332 60	1 092 60
IMPORTACIONES	7 798 70	9 058 20	6 732 20	7 740 60	9 917 30	11 699 30	12 742 80	14 775 10	16 165 50	3 694 10
COMERCIO TOTAL	10 587 40	11 864 10	10 085 70	11 250 40	13 904 90	15 588 50	17 945 50	20 385 20	21 498 10	4 786 70
BALANZA COMERCIAL	-5 010 10	-6 252 20	-3 378 70	-4 230 70	- 5 929 70	-7 810 10	-7 540 10	-9 165 00	-10 832 90	-2 601 50

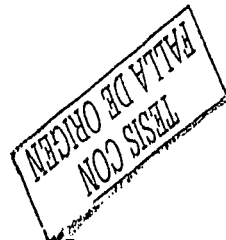
Fuente SE con datos de Banco de México

Nota 1. Las exportaciones incluyen fletes más seguros y las importaciones son valor aduanal

Nota 2. Los datos incluyen cifras definitivas, temporales y maquila

Nota 3. Las cifras por los procedimientos de elaboración, están sujetas a cambios ulteriores.

Anexo Número 11



PRODUCTOS CON NICHOS DE MERCADO EN LA UNIÓN EUROPEA

TIPO DE MUEBLE	PAIS DESTINO			SEGMENTO DE MERCADO
Mueble rustico de madera	España	Francia	Alemania	Ingreso medio alto
Hierro forjado combinado con madera	España	Francia	Alemania	Ingreso medio alto
Gabinete y puertas de cocina	España	Francia	Alemania	Ingreso medio alto
Librero con vidrio templado	España	Francia	Italia	Ingreso alto
Mesas de centro diagonal	España	Alemania	Italia	Ingreso medio alto
Muebles de hogar en madera clara	España	Francia	Italia	Ingreso medio alto

Fuente: Banco Nacional de Comercio

Anexo Número 12

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

IMPUESTOS VALIDOS A PARTIR DEL 1 RO DE MARZO 1999

PAIS	TASA SUPER REDUCIDA	TASA REDUCIDA	TASA NORMAL	TASA DE ESTACIONAMIENTO
ALEMANIA	0	7	16	0
AUSTRIA	0	11	20	0
BELGICA	1	6	21	12
DINAMARCA	0	0	25	0
ESPAÑA	4	7	16	0
FINLANDIA	0	12.5	22	0
FRANCIA	2.1	5.5	20.6	0
GRECIA	4	8	18	0
HOLANDA	0	6	17.5	0
IRLANDA	4	12.5	21	12.5
ITALIA	4	10	20	0
LUXEMBURGO	3	6	15	12
PORTUGAL	0	8.5	17	0
REINO UNIDO	0	5	17.5	0
SUECIA	0	9	25	0

FUENTE COMISION EUROPEA, www.uv.es/cde/euinter

Anexo Número 13

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE LA POBLACIÓN ALEMANA

<i>CONCEPTO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>RENTA, GASOLINA Y ENERGIA</i>	19%
<i>COMIDAS Y BEBIDAS</i>	16%
<i>TRANSPORTE</i>	16%
<i>SERVICIOS MEDICOS</i>	15%
<i>OTROS BIENES Y SERVICIOS</i>	10%
<i>MUEBLES Y UTENCILIOS</i>	9%
<i>ACTIVIDADES RECREATIVAS</i>	8%
<i>ROPA Y CALZADO</i>	7%

FUENTE BANCOMEXT

Anexo Número 14

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTERCAMBIO COMERCIAL MEXICO ALEMANIA

CIFRAS MILLONES DE DOLARES

CONCEPTO	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002 p
EXPORTACIONES	430 40	394 70	515 40	640 90	718 70	1,151 60	2,093 10	1,543 90	1,504 10	252.30
IMPORTACIONES	2,852 40	3,100 90	2,687 10	3,173 70	3,902 30	4,543 40	5,032 10	5,758 40	6,079 60	1,421 20
COMERCIO TOTAL	3,282 90	3,495 60	3,202 60	3,814 50	4,621 10	5,695 00	7,125 20	7,302 30	7,583 70	1,673 50
BALANZA COMERCIAL	-2,422 00	-2,706 20	-2,171 70	-2,532 80	-3,183 60	-3,391 80	-2,939 00	-4,214 50	-4,575 50	-1,168 90

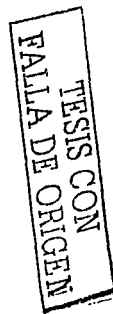
Fuente: SE con datos de Banco de México

Nota 1: Las exportaciones incluyen fletes más seguros y las importaciones son valor aduanal.

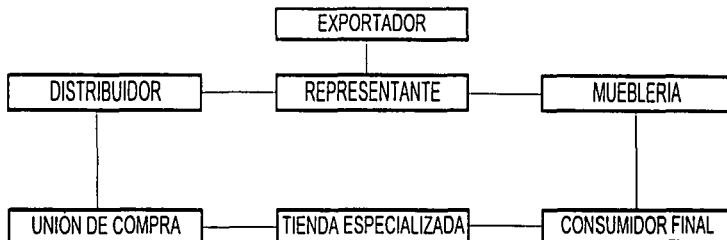
Nota 2: Los datos incluyen cifras definitivas, temporales y maquila.

Nota 3: Las cifras por los procedimientos de elaboración, están sujetas a cambios ulteriores

Anexo Número 15



CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO ALEMÁN



FUENTE BANCOMEXT

Anexo Número 16

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

BIBLIOGRAFÍA



BIBLIOGRAFÍA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1. Witker, Jorge, Comercio Exterior de México, Marco Jurídico y Operativo, México, Mc Graw Hill 1996
2. Zorrilla, Arena Santiago, Diccionario de Economía, Salvat, México 1990
3. Enciclopedia Microsoft Encarta 2000, Multimedia, Microsoft, 2000
4. Fisher, Laura Merchandotecnia, Mc Graw Hill, México 1992
5. Duddy, A. y Reusan A. Estudios de mercado, Editorial Omega, Barcelona 1961
6. Méndez Morales, J. Silvestre, Fundamentos de Economía, Mc Graw Hill, México 1997
7. Zamora, Francisco, Tratado de Teoría Económica, FCE, México, 1969
8. Reyes, Domínguez Guadalupe, Estructura Socioeconómica de México, Editorial Nueva Imagen, México 1997
9. Huerta, G. Arturo, La economía mexicana más allá del milagro, Editorial Diana, México 1991
10. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, Mayo 1989
11. Ortiz, Arturo Introducción al Comercio Exterior Mexicano, Ediciones Quinto Sol, México 1989
12. Programa para la Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana, 1991-1994
13. Blanco Mendoza, Herminio, Las Negociaciones Comerciales de México con el Mundo, México, FCE, 1994
14. Administrate Hoy, Número 59 México, 1999
15. GARZA, Villareal Gustavo, El proceso de la Industrialización en la Ciudad de México (1821-1970), Colegio de México 1985
16. Silvestre, Mendez José, Problemas Económicos de México, Mc. Graw Hill, México 1998
17. BANCOMENT-ITESM, Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea, México, 2000.



18. BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador. 9ª Edición, México, 2002 pagina 159
19. BANCOMEXT. Guía de Exportación Sectorial, Mueble y sus partes. México 1999
20. L. Harms, Pablo. La Nueva Europa Guía para Exportadores. Grupo Editorial Iberoamérica, S. A. De C. V., 2001 México

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN