

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
CAMPUS ARAGÓN

Seminario Curso-Taller para la obtención del título profesional en la
modalidad de trabajo periodístico escrito

"La Normalización en México, eslabón de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)". *Reportaje*

Que para obtener el título de Licenciada en Comunicación y
Periodismo presenta

Ma^l Luisa Romero Jáuregui

Asesora: Licenciada Ana Gloria Cardona Silva

2005

m. 342450



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.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico a través el contenido de mi trabajo (seleccionado).

NOMBRE: Ma. Leticia

Romero Pacheco

FECHA: 7 de Marzo - 2005

FIRMA: [Signature]

"La Normalización en México,

eslabón de las Pequeñas y

Medianas Empresas

(PYMES)". *Reportaje*

Trabajo dedicado a dos personas muy importantes en mi vida, Amando Anaya González y Diego Anaya Romero.

Agradecimientos:

A Juana Banana (mi Abuelita Juana Rivas †):

Por enseñarme el don de dar sin recibir nada a cambio.

A María y a Don Miguel

(Mi mamá Ma. Elena Jáuregui Rivas y mi papá Miguel Romero Delgado):

Por haber puesto tanto entusiasmo para que yo existiera y llegara hasta donde estoy, pero sobre todo por el apoyo incondicional que me brindaron, por lo que no me cansaré de decirles cuanto los quiero, aunque ya lo saben. Gracias.

A mis hermanos Rosario y Miguel:

Por haberme apoyado día a día, pero sobre todo a Rosario por enseñarme la fortaleza que se necesita para salir adelante aún en los momentos más difíciles.

A mis sobrinos Mauricio y Ángel:

Por llegar en el momento indicado a mi vida.

Por supuesto a ese ser tan maravilloso que es Nando (mi mareado):

Quien me apoya en cada momento y está a mi lado y por el cual tengo la dicha de contar con **Diego**, nuestro Hijo, quien estuvo presente en mis cursos de Seminario-Taller, por lo que los tres formamos parte de este gran logro.

Claro que a Diego (mi hijo):

Por enseñarme que la perseverancia es algo esencial en la vida,
debido a que le ganaste aún sin fin de espermas; gracias por elegirme
como tu mamá

No podía pasar por alto a mi Jefa (Licenciada Irma Anaya González)

Por haber creído en mi capacidad para trabajar a su lado
lo cual siempre fue un reto, debido a que me impulsaba no sólo para ser una
empleada más, sino una mejor profesional día a día, Gracias.

A la Familia Anaya González:

Quienes me permitieron formar parte de ella y por supuesto
a la Señora Irma González Nuño ☿ y al Señor Benjamín Anaya Padilla por
haber traído al mundo a una persona tan valiosa para mi vida
a Armando Anaya González.

A mis compañeros inseparables de recreación codera:

Chela, Mayita, Sandra, Marchela, Miguelitos, Danielitos y por su puesto
a la Señora Aidé Moreno Luna por alimentar a una tragona más.

**A todos ellos muchas Gracias por ser parte del cierre
de un ciclo más en mi vida.**

Índice

Introducción	7
I. Normalización... ¿una necesidad?	12
Surge una pieza clave del comercio	14
Comisión Nacional de Normalización ¿un órgano más o un apoyo para promover la normalización en México?	17
Y las normas ¿quién las elabora?	21
II. Requisitos a considerar por las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) para la competitividad de sus productos	24
Una forma para mantener un producto en el mercado la certificación	29
Las unidades de verificación pendientes del cumplimiento de las NOM's de información comercial	34
La importancia de contar con productos certificados	38
III. El sello NOM... ¿eslabón de las PYMES?	42
El sello NOM, beneficio o un trámite más	43
Quién es el más afortunado, el pequeño y mediano empresario o el público consumidor en materia de NOM	47
El cumplimiento del sello NOM en beneficio de la economía mexicana	50

IV. ¿Y la calidad?...	55
Dónde queda la Calidad Suprema	57
<i>A manera de conclusión</i>	61
<i>Fuentes de consulta</i>	64

Introducción

En la actualidad, una gran cantidad de Pequeñas y Medianas Empresas pretenden colocar en tiendas y establecimientos los artículos que producen o comercializan, sin considerar que deben cumplir con lo que dicta alguna norma oficial mexicana, lo cual les traería el beneficio de poder contar con el sello NOM en sus productos; en parte porque desconocen su existencia, en ocasiones las autoridades no se los exigen o, simplemente, aún a sabiendas de que deben cumplir con ello, no lo hacen debido a que creen que es un trámite engorroso que no traerá beneficios a su actividad.

Por esas razones, este trabajo tiene como finalidad informar y dar a conocer entre los pequeños y medianos empresarios que incursionan en el mercado de bienes o servicios, la importancia del cumplimiento de estas siglas, que en términos o estándares normativos de seguridad constituyen la base principal de validez de las reglas que rigen las leyes de comercio en el país.

Por ello, con el fin de adentrar al empresario en este tema, empezaré retomando en el primer apartado, los inicios de la normalización, la cual surgió como una necesidad del gobierno para estar a la par con países desarrollados, por lo que fue necesario crear instancias competentes que coadyuvaran en la política de normalización nacional y que coordinaran las actividades gubernamentales en esta materia.

Derivado de ello, desde la propuesta que hace México en la Conferencia General de Pesas y Medidas de 1927 hasta la actualidad, el gobierno mexicano ha hecho diferentes ordenamientos jurídicos como es la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y su Reglamento, dentro de los cuales se establece que la Comisión Nacional de Normalización y los Comités Consultivos Nacionales de Normalización, organizaciones que además de contar con actividades precisas también tienen la tarea de difundir el establecimiento de normas oficiales mexicanas (NOM's).

Ahora bien, así como la normalización juega un papel importante en la economía mexicana, al igual se encuentran las Pequeñas y Medianas Empresas, las cuales generan el 69.1% de empleos en el sector productivo, por lo que considero conveniente mantener informados a los empresarios sobre los requisitos que deben tener en cuenta para que sus productos puedan contar con características similares a cualquiera, derivado de ello les traería una mayor retribución en sus ingresos reactivando la economía y de esta forma generar más fuentes de trabajo.

En ese sentido, debe existir la certeza de que los productos pasaron por los agentes que intervienen en el proceso del cumplimiento con el sello NOM, que avala su calidad para comercializarse en el mercado, los cuales se abordarán en el segundo apartado.

Uno de esos agentes es la certificación, que de acuerdo con la *Ley Federal sobre Metrología y Normalización (LFMN)*, es la manera de comprobar los atributos con los cuales cuenta el producto, es decir: lugar de procedencia, material con el que fue elaborado, tipos de conexiones, entre otros, a los cuales les aplica las normas oficiales mexicanas de seguridad de producto, como son: eléctricos, electrónicos,

electrodomésticos, instrumentos de medición, utensilios domésticos, industria huleira, productos infantiles.

Otro agente que se tratará son las unidades de verificación creadas por el gobierno, cuyo propósito es –como su nombre lo indica– verificar la información comercial de algunos productos (bebidas alcohólicas, pieles curtidas, productos de belleza, alimentos preenvasados, juguetes, textiles, entre otros.), es decir, el etiquetado de los mismos; dichas unidades en la actualidad se encuentran en manos de organismos privados.

Por lo anterior no creo conveniente que el empresario deba considerar que el hecho de colocar productos en el mercado y entrar al juego de la competitividad le garantizará una retribución del 100 por ciento si no cumple con las debidas reglas y normas que marcan las leyes, como lo es el cumplimiento del sello NOM, el cual surgió el 16 de marzo de 1997, con el fin de hacer la diferencia entre los artículos o servicios que no contaban con las instrucciones específicas que el consumidor debía tener en cuenta para adquirir un producto, punto que se desarrolla en el apartado tres.

Cabe señalar que en caso de no cumplir con ello se puede hacer acreedor a multas considerables e incluso a la inmovilización de su producto, aún en el punto de venta. Recordemos que México ha sido desde hace varios años víctima de la creciente incursión de mercancía de contrabando, proveniente de diversos países.

Ejemplo de ello es el término “fayuca”, empleado para identificar artículos que ingresan a México sin autorización, sin que se avale su lugar de procedencia, evadiendo el pago de impuestos y sin cumplir con los requisitos establecidos en las NOM's, lo cual puede causar algún daño en la seguridad del consumidor, como lo son algunos juguetes que se comercializan en el país, que en ocasiones no cuentan con un instructivo en español, o no especifican el material con que fueron hechos, a partir de que edad pueden ser usados y si son inflamables o tóxicos.

Por ello es que la normalización en conjunto con algunas dependencias continúan con su tarea de mejorar la calidad en los productos, hoy en día con el proyecto “México Calidad Suprema”, el cual por el momento sólo es aplicable a productos agroalimentarios y pesqueros, pero se pretende que en un futuro sea extensivo a todos los artículos, con el propósito de segmentar mercados mediante su diferenciación, con el fin de promover y obtener mejores precios para los productos de calidad superior, tema que se abordará en el último de los apartados.

Elo daría como resultado el mantenimiento y recuperación del mercado interno, mediante la homologación de las características que deben cumplir los productos y servicios en beneficio de los pequeños y medianos empresarios, que desean mantenerse en el mercado, y del propio consumidor al exigir artículos o servicios que avalen su seguridad mediante un sello de conformidad NOM.

En este reportaje se cita a la empresa Normalización y Certificación Electrónica, A.C. (NYCE), organismo que brinda servicios en normalización y evaluación de la conformidad, en la cual llevo 5 años trabajando y donde he desarrollado escritos periodísticos dentro de la *Gaceta NYCE Nueva Época*, todos enfocados hacia la normalización, por lo que creo conveniente que dicho tema lo deben conocer las Pequeñas y Medianas Empresas todo ello enfocado en México, con el fin de

obtener beneficios que se verán reflejados en el crecimiento tanto de las empresas como del país.

Durante la investigación de campo se obtuvo información, mediante entrevistas a colaboradores de distintas áreas de NYCE, para hacer entendibles algunos de los términos, así como a medianos y pequeños empresarios, para conocer su punto de vista sobre el cumplimiento de las normas oficiales mexicanas, además de una entrevista a dos funcionarios públicos, uno de la Dirección General de Normas y otro de la Procuraduría Federal del Consumidor, para conocer las acciones que desarrollan las instancias que representan en esta materia, y finalmente al consumidor.

Así pues, presentaré un panorama completo de la normalización en México, a través de los testimonios de las partes involucradas en el tema: autoridad, organismos de certificación, empresas y consumidor.

I. Normalización... ¿una necesidad?

La mencionada economía global es, hoy por hoy, una realidad. El desarrollo de la tecnología en las comunicaciones y en el transporte, hace que tengamos ante nuestros ojos un crecimiento del comercio sin precedentes.

Las expectativas que genera esta nueva dimensión pueden constituir un escenario donde los países menos desarrollados tengan la oportunidad de consolidar su crecimiento hacia una sociedad más rica y, en consecuencia, más esperanzadora.

El nuevo contexto de economía global invita a las Pequeñas y Medianas Empresas a expandir sus mercados. La Secretaría de Economía (SE), al igual que la normalización, ayudan a estas industrias a encontrar puntos en común que puedan ser reconocidos en diversos países.

La normalización surge como resultado del crecimiento que se dio en las primeras décadas del siglo XX, el cual trajo consigo la necesidad de crear en México, en corto tiempo, muchos de los elementos que otros países más organizados habían desarrollado de manera normal, esto es: mano de obra especializada, técnicos profesionales, organización racional y, por supuesto, la normalización.

De acuerdo con la *Gaceta NYCE Nueva Época*, revista especializada en materia de normalización y elaborada por el organismo Normalización y Certificación Electrónica, A.C. (NYCE), "en 1927 la Secretaría de Industria y Comercio (SIC), hoy Secretaría de Economía (SE), fijó el cumplimiento obligatorio de las normas industriales tanto para materiales, procedimientos o productos que afectaran la vida, la seguridad o la integridad corporal de las personas, así como para las

mercancías de exportación, además de las normas que se establecieron para materiales, productos, artículos o mercancías de consumo en el mercado nacional, requeridos por la economía del país o el interés público”.

Además de esto, el gobierno tomó medidas para impulsar el desarrollo de la normalización en el ámbito internacional con el propósito de facilitar un intercambio de mercancías y servicios, para lograr un mutuo entendimiento entre las naciones en los aspectos intelectual, científico, técnico y económico, con el fin de promover la normalización nacional como parte de la entrada de México a una etapa de superación nacional.

En entrevista, el Ingeniero Carlos Martínez Nava, Subdirector de Dictaminación Técnica de la Dirección General de Normas, mencionó que de acuerdo con las reglas del comercio, “es importante destacar que si la normalización se orienta y planea adecuadamente, es posible evaluar sus beneficios para así cumplir con uno de los objetivos que se plantea, que es otorgar un amplio y total apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas, que comienzan a incursionar en la competencia del mercado nacional e internacional y qué mejor que contribuyendo a la optimización que el mercado global exige, con el fin de contar con una mejor competitividad, tanto en el ámbito nacional como en el mundial”.

De acuerdo al *documento de R. Frontard*, “la normalización fue lenta en tomar cuerpo, enfrentándose a las siguientes dificultades:

- Divergencia de las terminologías técnicas y de las unidades de medidas
- Rivalidades comerciales
- Formas en que se debe llevar a cabo la normalización”

A pesar de esos inconvenientes, “hoy en día la naturaleza de la normalización tiende a facilitar, en una proporción considerable, los intercambios económicos e industriales en el plan internacional”, menciona R. Frontard.

Por lo que la normalización es ahora reconocida como un elemento indispensable en materia de comercio, fruto de una larga y paciente inversión, tal y como se refleja a través de los años.

Surge una pieza clave del comercio

La normalización es una actividad que está despertando, día con día, un mayor interés en el mundo, ya que se considera como un paso indispensable para que las Pequeñas y Medianas Empresas, alcancen mejores condiciones de desarrollo y crecimiento dentro del comercio.

En ese sentido, el Ingeniero Carlos Martínez Nava considera a la normalización “como una herramienta técnica que permite alentar el desarrollo tecnológico, fortalecer la estructura productiva de la industria y proporcionar orden en el comercio”.

Para que todo esto se reflejara en la economía mexicana, la normalización ha ido evolucionando a través del tiempo y, al igual que todo, también tuvo un origen.

De acuerdo a la *Gaceta NYCE Nueva Época*, en su edición 0, correspondiente a enero-febrero de 2002, los inicios de la normalización en México “se dieron en 1927, año en el que el Gobierno Federal hace una propuesta en la Conferencia General de Pesas y Medidas, celebrada en París, donde hace notar la preocupación de nuestro país por el establecimiento de normas mexicanas que coadyuven a mejorar la calidad de los productos manufacturados”.

“Posteriormente en 1933, se formularon los primeros anteproyectos de normas industriales para productos de consumo en general. En 1942, se creó la Dirección General de Normas (DGN) la cual comenzó sus funciones el 1 de enero de 1943. Asimismo, el 31 de diciembre de 1945, se expidió la *Ley de Normas Industriales* y el 7 de abril de 1961, la *Ley General de Normas, Pesas y Medidas*”.

En dicha *Gaceta NYCE* se menciona que “el 1° de julio de 1992, se publica la *Ley Federal sobre Metrología y Normalización*, la cual comprende seis títulos: disposiciones generales, metrología, normalización, acreditación y determinación del cumplimiento, verificación, incentivos, sanciones y recursos, todos ellos planeados para un mejor entendimiento de la misma”.

“Teniendo ésta como principal fin aportar beneficios en diversas materias como son metrología y normalización, certificación, acreditamiento y verificación.

En materia de metrología y normalización:

- a) Establece el sistema general de unidades de medida;
- b) Precisa los conceptos fundamentales sobre metrología;
- c) Establece los requisitos para la fabricación, importación, reparación, venta, verificación y uso de los instrumentos para medir los patrones de medida;

- d) Establece la obligatoriedad de la medición en transacciones comerciales y de indicar el contenido neto en los productos envasados;
- e) Instruye el sistema nacional de calibración;
- f) Crea el Centro Nacional de Metrología, como organismo de alto nivel técnico en la materia; y
- g) Regula, en lo general, las demás materias relativas a la metrología.

Y en materia de certificación, acreditamiento y verificación:

- a) Fomenta la transparencia y eficiencia en la elaboración y observancia de normas oficiales mexicanas;
- b) Instruye la Comisión Nacional de Normalización para que coadyuve en las actividades que sobre normalización corresponde realizar a las distintas dependencias de la administración pública federal;
- c) Establece un procedimiento uniforme para la elaboración de normas oficiales mexicanas por las dependencias de la administración pública federal;
- d) Promueve la concurrencia de los sectores público, privado, científico y de consumidores en la elaboración y observancia de normas oficiales mexicanas y normas mexicanas;
- e) Coordina las actividades de normalización, certificación, verificación y laboratorios de prueba de las dependencias de la administración pública federal;
- f) Establece el sistema nacional de acreditamiento de organismos de normalización y de certificación, unidades de verificación y de laboratorios de prueba y de calibración; y

- g) En general, divulga las acciones de normalización y demás actividades relacionadas con la materia”.

Posteriormente esta ley sufre modificaciones a través de diversos decretos, publicados en el *Diario Oficial de la Federación* del 24 de diciembre de 1996, 20 de mayo de 1997 y 19 de mayo de 1999.

Así mismo, “en enero de 1999, luego de un arduo trabajo de redacción y consensos, la Dirección General de Normas y la Secretaría de Economía y Fomento Industrial publicaron el *Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización*, el cual tiene como objetivo principal apoyar las disposiciones que establece la LFMN en materia de metrología, normalización, certificación, acreditamiento y verificación”, texto recabado de la *Gaceta NYCE Nueva Época*.

En este punto, cabe destacar el acierto del gobierno por querer estar a la par con los países desarrollados, al menos en el ámbito de la normalización, claro también existe la contraparte en la que el propio gobierno da a conocer los requisitos para implementarla como se debe.

Comisión Nacional de Normalización ¿un órgano más o un apoyo para promover la normalización en México?

Hacer normas no es una tarea fácil, implica la participación voluntaria de una gran cantidad de personas representantes de los intereses de todos los sectores

involucrados: industria, comercio, servicios, consumidor, educación superior y gobierno; expertas además, en los temas que se normalizan.

De acuerdo a *Gaceta NYCE Nueva Época*, en su edición 3, correspondiente a julio-agosto de 2002, "la normalización implica todo un proceso que va desde la detección de la necesidad de que exista una norma, hasta la publicación de la misma, proceso que de acuerdo con la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, que es el ordenamiento que rige estas actividades en nuestro país, exige contar con cuatro elementos básicos: representatividad de los sectores, consenso en las decisiones de todos los posibles afectados, revisión de las mismas y finalmente su actualización, todo ello a fin de garantizar que se trata de un proceso transparente y justo, que no pretende emitir una norma sólo para promover un determinado interés".

En entrevista, el Ingeniero Carlos Martínez Nava, afirmó que "no se debe olvidar que las normas establecen las características que tiene que reunir un producto o servicio y pueden ser de cumplimiento obligatorio o voluntario, factor que deben considerar los pequeños y medianos empresarios, para mantener sus artículos en el ámbito competitivo en el mercado".

En este contexto resulta de vital importancia que exista un órgano encargado de coordinar los esfuerzos de normalización del país, con el fin de que se trabaje de manera ordenada mediante un programa nacional de normalización, ese órgano es justamente la Comisión Nacional de Normalización (CNN).

De acuerdo con la información que presenta la Dirección General de Normas (DGN) en su página en Internet, "la Comisión surgió dada la necesidad de contar con un órgano que coadyuvara en la política de normalización en el ámbito

nacional y coordinara las actividades gubernamentales en esta materia de normalización”.

“En 1988 a través de la expedición de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, se constituyó la CNN, la cual en esa época quedó integrada por los Subsecretarios correspondientes de las Secretarías de Comercio y Fomento Industrial (como Presidente de la misma); de Energía, Minas e Industria Paraestatal (SEMIP); de Agricultura y Recursos Hidráulicos (SARH); de Comunicaciones y Transportes (SCT); de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE); de Educación Pública (SEP); de Salud (SSA); del Trabajo y Previsión Social (STPS) y de Pesca (Sepesca); así como por un representante de la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena), además de los representantes de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior (ANUIES); de la Confederación Nacional de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (Concamín); de Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra); y de los Directores Generales del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt); de los Laboratorios Nacionales de Fomento Industrial (Lanfi), del Centro Nacional de Metrología (Cenam); del Instituto Nacional del Consumidor (Inco); del Instituto Nacional de Pesca (Inpesca) y de los institutos de investigación que se consideraran pertinentes”.

Asimismo, en ese inicio la Ley Federal sobre Metrología y Normalización (LFMN) estableció como principales funciones de la comisión, entre otras, las de opinar sobre el programa nacional de normalización, vigilar y procurar su cumplimiento, proponer mecanismos de coordinación entre las dependencias y entidades de la administración pública federal y organizaciones privadas para la elaboración y difusión de normas oficiales mexicanas y su cumplimiento; recomendar la elaboración de las mismas que se consideraran convenientes; proponer las

medidas que se estimaran oportunas para el fomento de la normalización; y todas aquellas tareas que fueran necesarias para la realización de sus funciones.

Si bien estas actividades sufrieron algunas modificaciones en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización de 1992, y sus actualizaciones de 1997 y 1999, en la actualidad, la CNN continúa siendo el órgano de control y vigilancia en materia de normalización, y ha logrado una excelente coordinación de esfuerzos en este rubro entre las autoridades y el sector privado, con el fin de dar seguimiento a los objetivos que al respecto persigue nuestro país, como son el brindar transparencia y equidad en el proceso de elaboración de las normas para buscar el desarrollo de la actividad productiva en nuestro país.

Actualmente la CNN está integrada por 36 miembros, entre dependencias y entidades de la administración pública federal y organismos privados que se encuentran vinculados a la normalización, tal y como lo señala el artículo 59 de la LFMN vigente.

En ese sentido, la comisión es el foro que promueve la normalización, fomenta el conocimiento de la misma y asegura el cumplimiento del marco jurídico aplicable; sentando con ello las bases sobre el rumbo que debe tomar la normalización en nuestro país, para fomentar el desarrollo y crecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas que permita el fortalecimiento de la economía nacional, a través del impulso de esa actividad.

Y las normas ¿quién las elabora?

Como se ha mencionado, la normalización juega un papel fundamental en el desarrollo de nuestro país. Mediante ella el gobierno federal se allega de herramientas que le permiten preservar o proteger la seguridad de las personas, la salud humana y animal, el medio ambiente general y laboral, los recursos naturales, las vías generales de comunicación y la información al consumidor, mientras que el sector privado, en el ámbito industrial comercial y de servicios, obtiene elementos que permiten mejorar su producción y ofrecer bienes y servicios seguros y de calidad.

En particular, las actividades de normalización realizadas por las dependencias gubernamentales recaen plenamente en los Comités Consultivos Nacionales de Normalización (CCNN).

De acuerdo con la *Ley Federal sobre Metrología y Normalización*, "la Comisión Nacional de Normalización (CNN), es la instancia encargada de dictar los lineamientos para la organización de los CCNN, los cuales son los órganos encargados de elaborar normas oficiales mexicanas y promover su cumplimiento, éstos están constituidos por las dependencias normalizadoras y están presididos por una de ellas de manera rotativa, según la materia de que se trate".

Dichos lineamientos, establecidos en el artículo 60 del *Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización* son los siguientes:

- Contribuir en la integración del programa nacional de normalización con temas a normalizar durante el año que corresponda para las normas oficiales mexicanas;
- Elaborar, revisar y aprobar las normas oficiales mexicanas que les correspondan, de acuerdo a su competencia;
- Coordinar su actividad con otros comités consultivos nacionales de normalización;
- Proponer representantes ante la Secretaría, para participar en eventos o asuntos internacionales;
- Participar en la homologación y armonización de normas con sus similares extranjeras e internacionales; y
- Cualquier otra actividad relacionada con sus funciones que les sea encomendada por la dependencia que lo presida o por la comisión nacional de normalización⁷.

Los Comités Consultivos Nacionales de Normalización, además de contar con tareas precisas, están integrados por personal técnico de las propias dependencias, así como por las organizaciones de industriales, prestadores de servicios, comerciantes, productores agropecuarios, forestales o pesqueros, centros de investigación científica o tecnológica, colegios de profesionales y consumidores que se requieran.

Esto nos da la certeza de que la normalización no es una traba más para las Pequeñas y Medianas Empresas, puesto que existen bases que sustentan el establecimiento de la misma, como lo son: la Dirección General de Normas, la Comisión Nacional de Normalización y los Comités Consultivos Nacionales de Normalización; instancias que fueron instituidas para la creación, difusión y establecimiento de normas oficiales mexicanas.

II. Requisitos a considerar por las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) para la competitividad de sus productos

Sin lugar a dudas, en la actualidad las Pequeñas y Medianas Empresas constituyen un factor importante para el crecimiento y desarrollo económico de nuestro país; según datos recabados de la página en Internet del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), y de acuerdo con el censo económico de 1999, existen en México 2'899,196 microempresas, 101,003 pequeñas y 27,319 medianas empresas, en comparación con las 19, 996 grandes empresas registradas.

En estos casos se destaca que las microempresas generan 6'347,278 de empleos, las empresas pequeñas 2'058,867 y las medianas 2'317,328 empleos, contra 4'318,374 que generan las grandes compañías; es decir, las PYMES generan el 69.1% de los empleos en el sector productivo, sin considerar otras fuentes de empleos.

Debido al crecimiento sin precedentes en dichos sectores, el mercado se ha ampliado a pasos agigantados, por lo que cada vez hay una mayor cantidad de productos procedentes de diversos países, lo cual genera una fuerte competencia con los artículos de fabricación nacional, y que desafortunadamente ha repercutido en una disminución de nuestra economía.

Para México, al igual que para otros países en vías de desarrollo, esto trae la invasión masiva de mercancías, que pueden convertirse en una competencia desleal, ya que algunos artículos que incursionan no cuentan con una norma de

conformidad que dé la certeza de que los artículos o servicios cumplieron con los requisitos que establece la norma y que garanticen seguridad al consumidor y calidad en el producto.

Por ello, es importante reconocer que nuestro país ha sido desde hace varios años víctima de la creciente introducción de mercancía de contrabando proveniente de diversos países, principalmente asiáticos, como lo es la “fayuca”, término empleado para diferenciar artículos que ingresan a México sin autorización alguna, sin que se avale su lugar de procedencia, evadiendo el pago de sus impuestos y sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas oficiales mexicanas (NOM's) ya sean de seguridad de producto o de información comercial.

Al respecto, el Licenciado Marco Vinicio García de Alva, Jefe del Departamento Legal del organismo Normalización y Certificación Electrónica A.C. (NYCE), mencionó en entrevista que “la normalización pretende mejorar la seguridad, la calidad y la competitividad de productos y servicios, además de facilitar a la industria la conquista de posiciones en el mercado exterior, así como el mantenimiento y recuperación del mercado interno, mediante la homologación de las características que deben cumplir los productos y servicios, en beneficio de los pequeños y medianos empresarios que desean mantenerse en el mercado y del propio consumidor al exigir artículos o servicios que avalen su seguridad mediante un sello de conformidad NOM”.

Asimismo, enfatizó que “el empresario debe tener en cuenta que el hecho de colocar productos en el mercado y entrar al juego de la competitividad, no le garantizará una retribución del 100 por ciento si no cumple con las debidas reglas y normas que marcan las leyes”.

Para que todo esto pueda ser viable existe la certificación, que de acuerdo con la *Ley Federal sobre Metrología y Normalización (LFMN)*, es la manera de comprobar los atributos con los cuales cuenta un producto, ejemplo de ello es una computadora, la cual debe contar con instructivo de operación en español, un folleto o fotografía del producto, o tan simple como una descripción funcional del mismo.

Cabe destacar que a este tipo de producto al igual que a los aparatos eléctricos, electrónicos, electrodomésticos, procesadores de datos, así como a los elevadores eléctricos, artículos derivados de la industria huleira e instrumentos de medición, les aplican las normas oficiales mexicanas de seguridad de producto.

“La certificación ocupa en la actualidad un lugar importante en el mercado global, debido al valor agregado que adquieren los productos al contar con ella, esto deriva en la generación de oportunidades y ventajas que se hacen viables con estrategias comerciales adecuadas”, aseguró el Licenciado García de Alva.

Además de ello se encuentran las unidades de verificación, instancias privadas creadas por la Dirección General de Normas (DGN) con el fin de constatar que las etiquetas, manuales y garantías de los productos que se comercializan en el territorio nacional, importados o nacionales, contengan la información comercial necesaria en español para ser comprados, usados y disfrutados plenamente por los consumidores.

Lo anterior se verifica con base en las normas oficiales mexicanas de etiquetado e información comercial, las cuales abarcan a una infinidad de productos, por ejemplo: bebidas alcohólicas, pieles curtidas, productos de belleza, alimentos preenvasados, juguetes y textiles, entre otros, cada uno con una norma específica.

Cabe señalar que de acuerdo a la LFMN, las normas oficiales mexicanas de información comercial son de carácter obligatorio y se aplican a los productos, métodos, instalaciones, servicios, actividades o procesos que se comercializan en territorio nacional, ya sea fabricados en México o de importación.

Las NOM's tienen como finalidad básica establecer las características y/o especificaciones que deben reunir los productos, procesos y servicios cuando éstos pueden constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana o animal, vegetal, el medio ambiente general y laboral, o para la preservación de recursos naturales, la protección de las vías generales de comunicación y la seguridad de los usuarios, así como la determinación de la información comercial, sanitaria, ecológica, de calidad, seguridad e higiene, además de los requisitos que deben cumplir las etiquetas, envases, embalajes y la publicidad de los productos y servicios para dar información al consumidor o usuario, entre otras, lo cual está establecido por la misma *Ley Federal sobre Metrología y Normalización*.

De acuerdo con dicho documento, en su artículo 52 se establece que “todos los productos, procesos, métodos, instalaciones, servicios o actividades deberán cumplir con las normas oficiales mexicanas”, y señala en el artículo 53 del mismo ordenamiento, “cuando un producto o servicio deba cumplir una determinada norma oficial mexicana, sus similares a importarse también deberán cumplir las especificaciones establecidas en dicha norma”.

“Cabe destacar que en la actualidad existen más de 787 normas oficiales mexicanas todas con el único propósito de proteger la seguridad del consumidor” mencionó en entrevista el Licenciado Marco Vinicio García de Alva.

Por lo anterior, el cumplimiento del sello NOM fomenta una competencia leal entre los pequeños y medianos empresarios evitando problemas al momento de comercializar sus productos en territorio nacional, así como para exportarlos, por lo que éstos se hacen partícipes de las leyes en materia de comercio y también da la certeza al consumidor de que el producto o servicio es seguro.

Sin embargo, aún existen empresas en las que no consideran necesario que los productos que fabrican ostenten el sello NOM. Tal es el caso del Señor Antonio Morales, Jefe de producción de la empresa Básculas Rivera, S.A. de C.V., quien mencionó en entrevista: “a nosotros ni nos beneficia ni perjudica el que nuestro producto cumpla con la certificación del sello NOM, puesto que aún así lo vendemos, claro que no podemos exportarlo porque para eso sí nos exigen el sello en el producto, pero mientras que en México se venda nos damos por bien servidos”.

En ese sentido el Señor Morales expone una falta de visión para su empresa “ya que el hecho de que no pueda exportar su producto por no contar con el sello NOM, implica que sus competidores sí lo puedan hacer, además con el riesgo de perder clientes y por ende, no sólo no crecer, sino incluso, en un futuro próximo desaparecer”, aseguró en entrevista el Ingeniero Abraham Sánchez Fuentes, Jefe del Departamento de Verificación de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco).

Dada la importancia del punto es necesario informar a los pequeños y medianos empresarios, sobre los agentes que deben considerar en caso de que quieran tener una posición destacada en el comercio, por ello a continuación los presentó de una manera más específica.

Una forma para mantener un producto en el mercado... la certificación

El tema de la globalización en los mercados forma parte de nuestra cotidianidad. Cada vez es más frecuente que en nuestra vida nos encontremos con productos provenientes de diversos países, o bien nos enteremos de que existen Pequeñas y Medianas Empresas nacionales, ya sea de manera natural o con algunas complicaciones, están exportando sus productos a otras naciones. Empresas que deben cumplir con la normatividad y esquemas de clasificación establecidos por los países a los cuales se destinan.

Por ello, hoy en día como mencionan los expertos, la certificación es parte fundamental en el mercado global, debido al valor agregado que adquieren los productos al estar certificados con el sello NOM, es decir que cumplieron con los requisitos que establece la norma oficial mexicana de seguridad de producto.

Esto deriva en la generación de oportunidades y ventajas que se hacen viables con estrategias comerciales adecuadas; sin embargo, algunos pequeños y medianos empresarios no están preocupados por cumplir con lo que establecen las leyes en materia de comercio, tal y como lo señala el Señor Morales, jefe de producción de la empresa Básculas Rivera, S.A. de C.V.:

"A lo mejor la certificación sí es algo importante, pero si nosotros como pequeños empresarios, que apenas estamos empezando, y que tenemos que cumplir con un sin fin de permisos para poder vender, agréguele pagar más por obtener la certificación para contar con el sello NOM, pues no sería negocio. Para que se dé

una idea, nos sale más barato pagar una multa ante Profeco que cumplir con todo lo anterior“.

Aspirar a la calidad en los productos y la seguridad contra riesgos a los usuarios, es un acto que nace de la propia necesidad de hacerlo, acto que puede significar su consolidación en el mercado, o por el contrario, su desaparición, debido a las consecuencias que implica el que los productos no cumplan con lo establecido en la norma oficial mexicana que les corresponda.

De acuerdo con la *Ley Federal sobre Metrología y Normalización*, como ya se mencionó, la certificación es la manera de comprobar los atributos del producto. Esta actividad la llevan a cabo las autoridades de los países importadores en el ejercicio de sus facultades reglamentarias ya sea en forma directa o delegada a organismos que realizan la certificación de “tercera parte” los cuales son organizaciones imparciales e independientes que se encargan de evaluar el aseguramiento de la calidad y la seguridad del producto.

Es importante señalar que existe también la “certificación de primera parte”, la cual es la que en la práctica el fabricante asegura que su producto es bueno y seguro; ésta es seguida por la “certificación de segunda parte” mediante la cual el comprador se satisface por sí mismo acerca de la calidad y seguridad del producto del fabricante.

“Ante el enfoque global de los mercados, la certificación en todos los ámbitos viene a ser el *salvoconducto o pasaporte*, que permitirá a las Pequeñas y Medianas Empresas su acceso y posición competitiva en los mismos; con ésta los clientes en cualquier parte del mundo pueden estar seguros de que el proveedor habrá de satisfacer y cumplir los requisitos y compromisos contraídos con ellos, ya que el organismo certificador, a través de una supervisión periódica, verifica que el

proveedor cumpla con los requisitos que establece la norma bajo la cual certificó el producto”, indicó en entrevista el Ingeniero Miguel Castillo Castelán, Gerente de Certificación de la Industria Electrónica de NYCE, A.C.

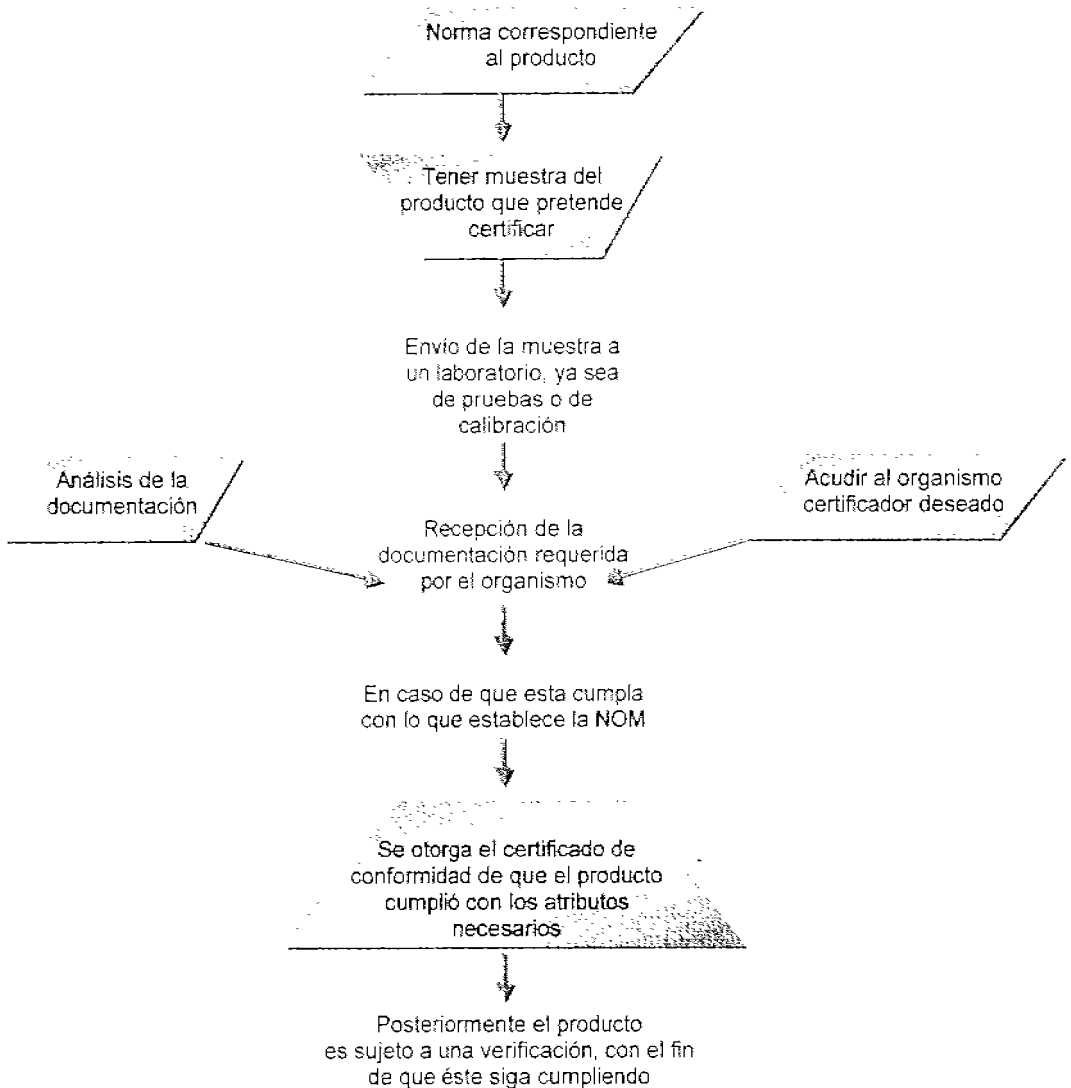
Asimismo, agregó que “los organismos de certificación concebidos para realizar actividades de certificación en el sector electrónico, de telecomunicaciones e informática –entre otros diversos sectores–, se encuentran hoy en día preparados para afrontar las demandas que la industria exige en la importación y exportación de productos”.

El Ingeniero Castillo mencionó, que “es de suma importancia difundir la certificación en sectores de la población cada vez más amplios y diversos, como elemento imprescindible para elevar la seguridad y competitividad de los productos nacionales, ya que aún no existe una cultura de certificación entre los pequeños y medianos empresarios, ni por lo tanto entre el público consumidor, pues no hay conciencia plena sobre el significado y la ventaja que representa la marca de conformidad NOM”.

Por lo anterior, no cabe duda que el ideal de la economía es aterrizar en un esquema de cero aranceles que permita el libre intercambio de mercancías. “Cuando eso suceda, los requisitos de importación no arancelarios, como es el cumplimiento de normas, será justamente el único control que las autoridades de cada país puedan tener sobre los productos, de ahí la importancia de apoyar en todo lo posible a los pequeños y medianos empresarios en su tarea de cumplir con un certificado de conformidad, al igual que tratarlos de hacer entender que al ostentar los productos el sello NOM les permitirá alcanzar pronto lo que la globalización demanda en materia de certificación de productos: prueba en el país de origen, válida en el país de destino”, enfatizó el Ingeniero Castillo Castelán.

Con el fin de hacer entendible el proceso de certificación de un producto, a continuación se presenta un esquema que engloba los pasos necesarios para que los pequeños y medianos empresarios puedan ostentar el sello NOM en sus productos.

Proceso para la obtención de un certificado (NOM)



Fuente: Ma. Luisa Romero Jáuregui con base en la información del Ing. Miguel Castillo Castelán, Gerente de Certificación de la Industria Electrónica de NYCE, A.C.

Las unidades de verificación pendientes del cumplimiento de las NOM's de información comercial

La apertura de las fronteras de nuestro país a finales de la década de los 80's, trajo consigo el ingreso de productos provenientes de diversas naciones, cuyas etiquetas al estar en otros idiomas no eran entendibles para el consumidor mexicano y por lo tanto éste no sabía con certeza lo que estaba adquiriendo.

Esa situación, así como la obligación del gobierno federal de velar por el consumidor, llevó a las autoridades a instrumentar la verificación de información comercial con base en normas oficiales mexicanas. De acuerdo con la *Gaceta NYCE Nueva Época 2* en su artículo *Papel que juegan las Unidades de Verificación en el cumplimiento de las NOM's de Información Comercial* "el Gobierno se vio en la necesidad de instrumentar esta actividad lo más rápido posible, en 1996 la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía), invitó a organismos de certificación de productos ya existentes, que demostraron tener una buena observancia en sus servicios, así como a los almacenes generales de depósito, a ocuparse de esta actividad solicitándoles acreditarse como unidades de verificación".

Posteriormente, a partir de 1997, en el marco de la *Ley Federal sobre Metrología y Normalización LFMN*, la Dirección General de Normas (DGN) delegó a organismos privados dicha actividad.

De conformidad con la LFMN, la cual también establece su aplicación, en nuestro país existen dos tipos de normas: las Normas oficiales mexicanas (NOM's) consideradas como obligatorias, y las Normas Mexicanas (NMX) como voluntarias.

De acuerdo con dicha Ley "las normas de carácter obligatorio, se aplican a los productos, métodos, instalaciones, servicios, actividades o procesos que se comercializan en territorio nacional, ya sean fabricados en México o de importación. Cuando los productos o servicios deban cumplir con una determinada Norma oficial mexicana, sus similares a importarse también deberán cumplir con las especificaciones establecidas en dicha norma".

En ese sentido, el Licenciado Marco Vinicio García de Alva, Jefe del Departamento Legal de NYCE, A.C., apuntó que "para tal efecto, antes de su internación al país, se debe contar con el certificado o autorización de la dependencia competente o el organismo de certificación acreditado, de lo cual deben estar conscientes los pequeños y medianos empresarios".

Tal y como lo establece la *Ley Federal sobre Metrología y Normalización*, las normas mexicanas son de carácter voluntario y constituyen una referencia para determinar la calidad de los productos y servicios de que se trate, particularmente para la protección y orientación de los consumidores.

Las normas oficiales mexicanas de información comercial, como tales, "son de observancia obligatoria en el punto de venta, así como al momento de la internación al país de los artículos a los que se aplican, por lo que deben cumplir con ellas tanto los fabricantes nacionales como los importadores, al igual que los comerciantes o comercializadores", de acuerdo a la LFMN.

En entrevista, la Ingeniería Leticia Olvera Casillas, Gerente de Verificación de NYCE mencionó que "es importante destacar que en particular, estos últimos tienen la obligación de someter los productos a una verificación antes de ofrecerlos al público, puesto que en la legislación respectiva se les considera

como responsables solidarios de los fabricantes nacionales e importadores en este tema, lo cual deben tener presente los pequeños y medianos empresarios, con el fin de mantener sus productos en el mercado”.

Y aseguró, “es tarea de las unidades de verificación constatar que las etiquetas, manuales y garantías de los productos que se comercializan en el territorio nacional -ya sean importados o nacionales- y que los solicitantes someten a su consideración, contengan la información comercial necesaria en español para ser comprados, usados y disfrutados plenamente por los consumidores que los adquieren”.

“El cumplimiento de un producto con las normas oficiales mexicanas de información comercial, se demuestra a través de una constancia o dictamen emitido por una unidad de verificación”, enfatizó.

La Ingeniera Olvera mencionó la diferencia que existe entre un dictamen y una constancia: “el dictamen sirve para los importadores cuyos productos deben cumplir con las NOM's de información comercial, que no tienen posibilidad de etiquetarlos antes de su entrada a territorio nacional, y por lo tanto optan por etiquetar el producto en los almacenes generales de depósito o en su domicilio; mientras que las constancias son para los fabricantes, importadores, comercializadores o proveedores que desean verificar si la información comercial de sus productos cumple con la NOM de información comercial aplicable”.

“El dictamen es el documento emitido por la unidad de verificación que, de acuerdo con su sistema de verificación, demuestra que el importador internó a territorio nacional un lote de productos con el fin de etiquetarlo, dando así cumplimiento con la norma correspondiente”, apuntó.

Además, enfatizó que “la vigencia de la constancia es indefinida siempre y cuando la etiqueta del producto verificado no se modifique o la norma bajo la cual se emitió el documento no cambie”.

“Documentos que son de suma importancia que sean identificados entre los pequeños y medianos empresarios, puesto que al obtenerlos, con ellos pueden hacer la diferencia en sus productos”, afirmó.

En entrevista, el Ingeniero Abraham Sánchez Fuentes, Jefe del Departamento de Verificación de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), mencionó: “es importante que exista una unión entre las dependencias de gobierno encargadas de la elaboración de normas oficiales mexicanas, así como de las que se encargan de vigilar su cumplimiento; en este caso Profeco y de los organismos que emiten certificados, con el fin de crear una conciencia entre los pequeños y medianos empresarios sobre lo importante que es cumplir con las reglamentaciones necesarias para vender o distribuir un producto, como lo es el sello NOM”.

Asimismo, agregó “tal vez anteriormente eran trámites engorrosos pero hoy en día es rápido de obtener, quizá lo vean como un gasto más que al momento les generará una pérdida, pero pueden estar seguros que a la larga será un beneficio puesto que sus productos tendrán un sello que garantizará que el producto se encuentra al más alto nivel competitivo de cualquier otro país, puesto que cumplió con lo que establece la norma que le corresponde”.

Además, aseguró “es importante destacar que al momento de que acude el personal de Profeco a algún establecimiento, no informa al productor de su presencia, sino que lo hace de manera aleatoria, por ello es importante que se

preparen los empresarios ya que en caso de no cumplir el producto éste puede ser incluso inmovilizado, sin importar que se encuentre en el punto de venta”.

Lo antes mencionado, nos permite observar la importancia que continúan siendo las normas para la industria en México, en este caso para las Pequeñas y Medianas Empresas, ya que el hecho de importar o exportar no cambiará su entorno general, sólo en sus procesos productivos, debido a que a final de cuentas deberán cumplir con lo que establecen las unidades de verificación en materia de las normas oficiales mexicanas de etiquetado e información comercial.

La importancia de contar con productos certificados

Los Tratados de Libre Comercio suscritos por México, así como el proceso de apertura comercial al que ha estado expuesto, han llevado a nuestro país a establecer, entre otros aspectos, un conjunto de reglas en materia de comercio de bienes y servicios para ser cumplidos tanto por los exportadores como por los importadores pequeños o medianos, con el fin de permitirles un acceso seguro a nuevos mercados.

En ese sentido, los artículos 52 y 53 de la *Ley Federal sobre Metrología y Normalización (LFMN)*, los cuales fueron citados en un apartado anterior, establecen la importancia de que cualquier producto o servicio cumpla con una norma oficial mexicana, ya sea de seguridad de producto o de información

comercial, al igual que sus similares a importarse, también deberán cumplir con las especificaciones establecidas en dicha norma.

“Para tal efecto, los productos o servicios a importarse deberán contar con el certificado o autorización de la dependencia competente para regular el producto o servicio correspondiente, o de las personas acreditadas y aprobadas por las dependencias competentes para tal fin” conforme a lo dispuesto en dicha Ley.

Asimismo, “cuando no exista una norma oficial mexicana, las dependencias competentes podrán requerir que los productos o servicios a importarse ostenten las especificaciones internacionales con que cumplen las del país de origen o a falta de éstas, las de fabricante”.

Sin embargo, son las aduanas del país, que dependen de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, las que tienen la facultad de exigir, al momento de la entrada de las mercancías a territorio nacional, que éstas cumplan, entre otros requisitos, con una determinada norma oficial mexicana (NOM).

Ejemplo de ello es la NOM-015-SCFI-1997- “Juguetes, Información comercial”, la cual establece que el producto debe cumplir con un instructivo en español en el que se especifique entre otras características, a partir de que edad puede ser usado, si es inflamable o tóxico, etc.

Por lo que se debe considerar que, “antes de su internación al país, el importador ya sea pequeño o mediano debe contar con el certificado o autorización del producto, emitido por la dependencia u organismo competente con base en la NOM que le sea aplicable”, aseguró en entrevista el Licenciado Marco Vinicio García de Alva, Jefe del Departamento Legal de NYCE, A.C.

Al respecto recalcó que, tal y como lo establece la *Ley de Comercio Exterior* en su artículo 26, "la importación, circulación o tránsito de mercancías está sujeta a las normas oficiales mexicanas de conformidad con la LFMN. No podrán establecerse disposiciones de importación, circulación o tránsito de mercancías diferentes a las normas oficiales mexicanas, así mismo las mercancías se identificarán en términos de sus fracciones arancelarias y de la nomenclatura que les corresponda conforme a la tarifa respectiva".

Asimismo, aseguró que "la Secretaría de Economía, por su parte, tiene la obligación de determinar las normas oficiales mexicanas que las autoridades aduaneras deban hacer cumplir en el punto de entrada de la mercancía al país según el producto de que se trate, determinación que se someterá previamente a la opinión de la comisión de comercio exterior y se publicará en el *Diario Oficial de la Federación*".

Adicionalmente, comentó que la *Ley Aduanera*, en su artículo 36, establece que "quienes importen o exporten mercancías, obligatoriamente deben presentar ante la aduana, por conducto de agente o apoderado aduanal, un pedimento en la forma oficial aprobado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público".

El Licenciado Marco Vinicio García de Alva, mencionó que "en los casos de las mercancías sujetas a regulaciones y restricciones no arancelarias cuyo cumplimiento se demuestre a través de medios electrónicos, el pedimento deberá incluir la firma electrónica que demuestre el descargo total o parcial de esas regulaciones o restricciones".

"En caso de que no se cumpla con lo que establece dicha Ley, ésta contempla el Título Octavo de infracciones y sanciones, las cuales son totalmente

independientes de las que marca la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y el Código Penal”.

Dicho Título señala que “comete infracciones relacionadas con la importación o exportación, quien introduzca al país o extraiga mercancías, sin permiso de las autoridades competentes o sin cumplir cualesquiera otras regulaciones o restricciones no arancelarias emitidas conforme a la *Ley de Comercio Exterior*, relativas a normas oficiales mexicanas”, enfatizó.

Por lo que se refiere a las multas contempladas en la *Ley Aduanera*, éstas pueden ir del 70% al 100% del valor comercial de las mercancías, “siempre y cuando no se compruebe el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias, dichas sanciones se aplicarán a quien enajene, comercie, adquiera o tenga en su poder por cualquier título, mercancías extranjeras sin comprobar su legal estancia en el país”, aseguró el Licenciado García de Alva.

Por todo lo anterior, él recomienda que para evitar cualquier problema con aduanas, “es necesario que quien desee importar, ya sea pequeño o mediano empresario, cumpla cabalmente con todos los requisitos para la debida importación de sus productos”.

III. El sello NOM... ¿eslabón de las PYMES?

Como ya se mencionó, a lo largo de los años el gobierno ha creado regulaciones técnicas o normas oficiales mexicanas (NOM's) que establecen especificaciones para los productos y servicios que se comercializan en territorio nacional, a fin de garantizar al consumidor que los artículos que adquiere son seguros y que no le causarán daño alguno.

Al respecto, el Ingeniero Miguel Castillo Castelán, gerente de certificación de NYCE, A.C, comentó que “para contar con productos y servicios más seguros es indispensable que existan regulaciones técnicas por parte de las autoridades competentes en la materia”.

“Estas regulaciones –certificación y verificación, entre otros (los cuales ya han sido descritos a lo largo del reportaje)–, son los que crean la confianza entre el público consumidor y el pequeño y mediano empresario, la cual en la actualidad es de suma importancia que exista, puesto que se está perdiendo”.

Asimismo, comentó que “la certificación le puede representar al productor un medio de control para su propia producción, por lo que para el proveedor es la certeza de que está adquiriendo un producto que podrá distribuir sin duda alguna, pues no causará ningún daño, así bien para el consumidor final es la garantía de que el producto le brindará seguridad”.

En ese tenor, el Señor Andrés Gómez, comerciante del Centro Histórico, mencionó en entrevista: “en mi caso como *comerciante informal* –como nos

llaman- no sé lo que es el sello NOM, pero por lo que alcanzo a entender, es un requisito que tendría que pagar por los productos que vendo, algo así como una garantía, pero como estos artículos me los traen de una bodega, la verdad no nos afecta, ya que de cualquier forma la clientela la compra porque vendemos más barato, y le puedo asegurar que tampoco ellos saben lo que es el NOM”.

“Por lo que respecta a Profeco, ellos solo revisan a los comerciantes establecidos, si acaso, tenemos que pagar una cuota al gobierno, derecho de piso le dicen, para que nos deje poner”, aseguró.

En efecto, el sello NOM no es muy reconocido entre el público consumidor y por supuesto ni por algunos empresarios mal posicionados en el mercado, puesto que no existe una cultura de normalización, “por lo que creo prudente crear conciencia, tanto en los productores como entre los consumidores, puesto que puede ser un eslabón o plataforma para que los productos de los empresarios, ya sean pequeños o medianos, se mantengan entre el mercado nacional y por qué no, a la altura de los productos internacionales”, concluyó el Ingeniero Castillo.

El sello NOM, beneficio o un trámite más

Sin lugar a dudas, la normalización es una actividad voluntaria que surge como respuesta a las necesidades de las partes interesadas en elaborar especificaciones técnicas (manuales, garantías) con el fin de que sean aplicadas de forma continua.

Ahora bien, se ha hablado de lo importante que deriva el que los productos o servicios que brindan los pequeños y medianos empresarios al consumidor deban tener el sello de conformidad NOM, el cual da la certeza de que el producto que se está adquiriendo cumple con ciertas características, como son el país de origen, el material con el que fue elaborado o, saber si es tóxico, etc.

Pero, ¿cómo surgió el sello NOM?

El origen de dicho sello se dio mediante la resolución publicada en *el Diario Oficial de la Federación* del 16 de marzo de 1977, donde se aprobó el dibujo del *Sello Oficial de Garantía y Sello de Norma Obligatoria*, cuya figura consistía en un monograma representado por la iniciales *DGN* (de la Dirección General de Normas) dependiente en esos años de la Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial (Sepafin), hoy en día Secretaría de Economía, dichas iniciales tenían como fin hacer la diferencia entre los artículos o servicios que no contaban con las instrucciones específicas que el consumidor debía tener en cuenta para adquirir un producto.

Posteriormente el 28 de octubre de 1978, fue publicado en el mismo medio de información un aviso, el cual iba dirigido a los industriales, comerciantes y público en general en el que se les daba a conocer el cambio de las siglas *DGN* por el símbolo *NOM*, iniciales que corresponden al concepto *norma oficial mexicana* e indica la conformidad con la norma oficial mexicana que deben ostentar los productos que queden sujetos al cumplimiento de las especificaciones fijadas en la misma.

Esta identificación se hizo constatar en la norma oficial mexicana, NOM-R-50-1977 "Guía para la estructuración, redacción y presentación de las normas oficiales mexicanas".

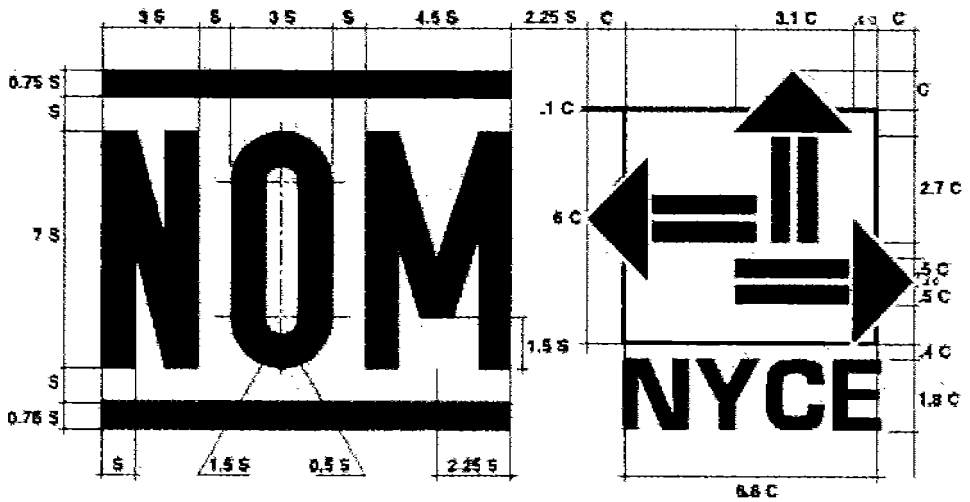
Al respecto, el organismo Normalización y Certificación Electrónica, A.C. (NYCE) acordó con las instancias y organismos competentes en la materia, que dicho símbolo NOM debe tener ciertas características y medidas tal y como se muestra en el anexo al final del apartado.

En entrevista, el Ingeniero Carlos Martínez Nava, Subdirector de Dictaminación Técnica de la Dirección General de Normas, mencionó que "la contraseña NOM, está regulada por la NOM-106-SCFI-1987, la cual establece que las empresas que cumplan con las normas oficiales mexicanas que les sean aplicables y tengan los certificados correspondientes para demostrarlo, podrán usar la contraseña sin más requisitos".

"Por lo que éste debe ser considerado como una forma de brindar la certeza de que el producto que se está adquiriendo cumple con ciertas características que son específicas en la norma oficial mexicana que debe cumplir", enfatizó el Ingeniero Martínez Nava.

Por su parte, en entrevista el Ingeniero Deify Vásquez, representante de la empresa Isatel de México, S.A. de C.V., aseguró que "lo más importante sería, en primer lugar, establecer un criterio entre los pequeños y medianos empresarios en el cual se comprometan a ostentar el sello NOM como estándar de calidad para vender un producto que pueda competir con cualquier otro, en primera instancia con lo nacional y posteriormente con los internacionales, y de esta forma podrían constatar de que no es sólo un trámite sino un beneficio para su producción".

Logo NOM



NOTA: LAS PROPORCIONES DEL SIMBOLO ESTARAN EN FUNCIÓN DEL VALOR ASIGNADO A LA LETRA "S" Y A LA LETRA "C".

TIPOGRAFIA DE NYCE: EUROSTILE BOLD

Fuente: <http://www.nyce.org.mx>

Quién es el más afortunado, el pequeño y mediano empresario o el público consumidor en materia de NOM

El escenario económico actual necesita de empresas que no solamente se adapten a las condiciones que la competitividad demanda, sino que las Pequeñas y Medianas Empresas, –nuestro caso de análisis–, cumplan con los requerimientos necesarios para poder comercializar con éxito sus productos.

Los aspectos relevantes que deben considerar los pequeños y medianos empresarios para un mejor desenvolvimiento en la venta de sus productos en el mercado, así como difundir en el público consumidor la importancia del cumplimiento de las normas en los artículos que adquiere para su propio beneficio.

Al respecto el Ingeniero Deify Vásquez, representante de la empresa Isatel de México, S.A. de C.V. aseguró en entrevista, “no es posible que mientras nosotros cumplimos con todas las especificaciones que nos exigen las reglas en materia de comercio, como es pagar impuestos por estar en un lugar establecido y cumplir con ciertos requisitos necesarios para mantener nuestros productos en el mercado incluso internacional ¡ánde el sello NOM y con eso de que ya también está lo de la Calidad Suprema!, el cual debería de ser más difundido, para que el consumidor sepa cuáles son las ventajas al momento de adquirir un producto con dicho sello; también represente un problema para nosotros como empresarios, puesto que el consumidor prefiere en muchas ocasiones comprar un producto más barato que uno que cumpla con la NOM, aunque a la larga le traerá consecuencias”.

Por su parte, Señor Jesús Corro Plata, consumidor, mencionó en entrevista: “...sí he visto las letras NOM impresas en las computadoras principalmente, creo que es

norma oficial, pero no sé a que se refiera, tal vez sí alguna empresa que se encarga de ello o el propio gobierno realizara una campaña para difundirlo sería más fácil, y nosotros como compradores tendríamos más opciones a elegir, tal vez como lo está haciendo ahorita con lo de Calidad Suprema que ya aparece en la televisión, lo cual no es muy claro, pero es una buena idea”.

Al respecto, el Ingeniero Carlos Martínez Nava, Subdirector de Dictaminación Técnica de la Dirección General de Normas, comentó en entrevista “además de las actividades de difusión de normas que realiza día con día la DGN, existe un Foro encargado de dar a conocer la normalización en nuestro país y en todo el mundo, muestra de ello es el “Día Mundial de Normalización”, evento que es realizado por la DGN desde 1995 y cada año con un tema en específico, para 2004 se llevó a cabo en León, Guanajuato, con el tema *“Las normas conectan al mundo”*, cuyos objetivos precisos, en esta ocasión fueron: promover y difundir la cultura de la normalización y la evaluación de la conformidad en los distintos sectores económico, industrial, comercial, académico, estudiantil y público en general, así como fomentar entre los distintos sectores una mayor competitividad de la industria y del comercio; además de conocer de viva voz las experiencias de industriales locales sobre los beneficios de cumplir con las normas, tanto en el ámbito nacional como internacional”.

“Este evento es dirigido principalmente a productores, comercializadores, distribuidores y directivos de empresas e industrias (Pequeñas, Medianas y Grandes), académicos y estudiantes de universidades e institutos de investigación superior, a organismos de normalización, certificación, acreditación, así como empresas de consultoría, laboratorios de prueba o de calibración y unidades de verificación”, afirmó.

Al respecto, el Ingeniero Miguel Castillo Castelán, Gerente de Certificación de NYCE, A.C., apuntó: "es de suma importancia que tanto los pequeños y medianos empresarios, al igual que el consumidor, entren en el juego de la información ya que los primeros alcanzarán un mercado más amplio y los consumidores podrán estar tranquilos al adquirir un producto que ostente el sello de conformidad NOM, toda vez que no desperdiciarán su dinero".

Asimismo mencionó, "tal vez el consumidor tendrá que desembolsar un poco más para adquirir un producto en un lugar legalmente establecido y que cuente con todos los requisitos para vender ciertos artículos, pero podrá estar seguro que no le causará daño alguno, puesto que cumplió con toda una serie de requisitos para estar en el lugar que le corresponde".

Como se puede apreciar sí existen los foros para tratar los temas de normalización, pero tal vez sea necesario hacer campañas de publicidad masivas para dar a conocer a los pequeños y medianos empresarios, así como al público consumidor, los beneficios que se pueden alcanzar con la normalización, por ello es que con este reportaje pretendo poner un granito de arena para hacer más entendible el papel que desempeña la normalización dentro de las Pequeñas y Medianas Empresas, además da constancia de que sí existe la información necesaria, solamente se requiere de una mayor difusión y que los productores, comercializadores e importadores cumplan con su parte para beneficio de todos.

El cumplimiento del sello NOM en beneficio de la economía mexicana

Para Sergio H. Kauffman González, en su escrito *El desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas: un reto para la economía mexicana*, "las PYMES representan el eslabón más débil de la cadena productiva y de servicios, debido principalmente a que carecen, por lo general, de sistemas de planeación, organización, administración y control eficientes, así como de tecnologías propias para la gestión y desarrollo de sus actividades productivas".

"Este núcleo importante en la economía mexicana está formado por la más amplia gama de giros productivos, comercializadores y de servicios que uno pueda imaginar; y en gran medida, los empresarios son personas que realizan actividades económicas al nivel de subsistencia, que se caracterizan por integrar empresas eminentemente familiares, producto de la necesidad, más que de un esfuerzo planificado, presentando problemas para su desarrollo y posicionamiento", señala.

Tal vez el concepto con el que describe Kauffman a los pequeños y medianos empresarios es consecuencia de la falta de cumplimiento de algunos de éstos con los requisitos que establece la Secretaría de Economía para mantener sus productos en el mercado, como es el sello NOM.

Al respecto el Ingeniero Carlos Martínez Nava, Subdirector de Dictaminación Técnica de la Dirección General de Normas da a conocer tres grupos de empresarios definidos por la Dirección General de Normas, instancia que él representa:

- El primero lo conforman aquellos que no cumplen con las normas. Por lo general son los empresarios que no tienen ninguna otra finalidad que el lucro inmediato.
- El segundo, son los empresarios que cumplen con las normas, pero sin hacerlas constatar, esto es, sin la certificación oficial de seguridad de sus productos. Los empresarios de este grupo, que es el mayor, menosprecian el sello NOM porque, por falta de competidores, venden sus productos sin necesidad de garantizar la seguridad, pero sin reflexionar en que un buen producto gana al afirmar su seguridad con el sello NOM y que sin él la pone en duda.
- El tercer grupo lo forman los empresarios que cumplen con las normas oficiales mexicanas, cuentan con la certificación que ampara la seguridad del producto y, por lo tanto, con la autorización para el uso del sello NOM. A este tercer grupo pertenecen los empresarios serios y honestos que demuestran de este modo la madurez y propósitos a largo plazo, así como un mayor respeto y consideración a su clientela.

Derivado de lo anterior creo importante señalar que en el documento *“La importancia de las PYMES en México y para el Mundo”* del Licenciado Juan Pablo Zorrilla Salgado, da a conocer de manera muy general las características de las Pequeñas y Medianas Empresas que a continuación enlista

- El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad;

- Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa, su administración es empírica;
- Su número de trabajadores empleados en el negocio crece y va de 16 hasta 250 personas;
- Utilizan más maquinaria y equipo, aunque se sigan basando más en el trabajo que en el capital;
- Dominan y establecen un mercado más amplio, aunque no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que muchas veces llegan a producir para el mercado internacional;
- Está en proceso de crecimiento, la pequeña tiende a ser mediana y ésta aspira a ser grande;
- Obtienen algunas ventajas fiscales por parte del Estado que algunas veces las considera causantes menores dependiendo de sus ventas y utilidades;
- Su tamaño es pequeño o mediano en relación con las otras empresas que operan en el ramo.

Características que sin duda nos dejan entrever lo importante que es para México el poder contar con Pequeñas y Medianas Empresas, puesto que son parte fundamental de la economía tanto nacional como global.

Asimismo, da a conocer algunas desventajas por las que se caracterizan las Pequeñas y Medianas Empresas, “la inflación y devaluación; viven al día de sus

ingresos, le temen al fisco, falta de recursos y en ocasiones no cumplen con normas para poder exportar sus productos, por lo que ponen en peligro su existencia ya que la competencia se las come”.

Por lo que considera que “el problema fundamental de las Pequeñas y Medianas Empresas en México es la falta de apoyo y financiamiento por parte de las instituciones bancarias nacionales y más aún internacionales, ejemplificando algunos de los problemas a los que se enfrentan estas empresas”, los cuales son:

- Que un empresario decida abrir un negocio y, en promedio, las autoridades tardan 52 días para llevar a cabo gestiones y trámites y aunado a eso el desequilibrio que existe en la inversión extranjera;
- El mercado nacional no cuenta con una difusión sobre los requisitos con los que deben cumplir los productos en materia de mercado libre para incentivar a las PYMES, para así poderse enganchar al tren de producción y/o exportación de una empresa grande.

A pesar de las grandes desventajas con las que cuentan las Pequeñas y Medianas Empresas, existen empresarios que desean formar parte de este último avance que menciona el Licenciado Juan Pablo Zorrilla Salgado.

El Ingeniero Deyfy Vásquez empresario, aseguró en entrevista que “es de suma importancia para la economía mexicana contar con productos que ostenten el sello NOM, puesto que con la apertura comercial con la que cuenta actualmente México es necesario que éstos cumplan con todas las reglamentaciones en materia de comercio y qué mejor que sea el que los productos ostenten el sello NOM con el

fin de poder ofrecer productos seguros y aptos para ser usados tanto en territorio nacional como internacional”.

De acuerdo a las disposiciones legales vigentes, la protección que brinda el Estado al consumidor anónimo de los productos elaborados en territorio nacional, se limita a los producidos por los empresarios que se agrupan en la tercera clasificación.

Asimismo, enfatizó el Ingeniero Carlos Martínez Nava, “es importante persuadir al mayor número de pequeños y medianos empresarios a acatar las normas, la cual es una función de la Secretaría de Economía, y el mejor argumento está en manos de los consumidores, que consiste en preferir los productos que ostenten el sello de conformidad NOM, por lo que es de suma importancia para la dependencia que represento darle todo el empuje y apoyo al proyecto Calidad Suprema, puesto que a los empresarios los hará más competitivos y a los consumidores más exigentes, en la actualidad el sello “México Calidad Suprema” se está iniciando en el sector agroalimentario, pero el proyecto tiene como finalidad ser aplicado en un futuro próximo a todos los artículos y servicios.”

Hay que recordar que las oportunidades de expansión en los mercados se están dando día a día en México, lo cual genera para las Pequeñas y Medianas Empresas una mayor diversificación de la demanda y el cambio acelerado de los productos con otros países industrializados, lo que traerá nichos de mercado para ellas.

Por lo cual no cabe duda que las normas están presentes en todas partes, ya sea en los productos o en los servicios que adquirimos o contratamos, así como en cada uno de los sectores de la vida económica de un país.

IV ¿Y la calidad?...

Muchos países cuentan con algún tipo de marca oficial de certificación, conocidas también como sellos de calidad, mismas, que promueven sus productos nacional e internacionalmente.

En nuestro país tenemos en antecedente del símbolo águila acompañado por la leyenda "Hecho en México". Este sello tenía como objetivo identificar los productos de origen mexicano, sin implicar calidad certificada.

Ahora bien la contraseña NOM es la encargada de salvaguardar la seguridad y bienestar del consumidor, pero qué pasa con la calidad del producto, quién es la encargada de constar que un producto cumple con ella.

En entrevista con el Ingeniero Carlos Martínez Nava, Subdirector de Dictaminación Técnica de la Dirección General de Normas, mencionó que "con la publicación de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización en 1992, la contraseña NOM quedó reservada para las normas oficiales mexicanas, las cuales tienen como objetivo el asegurar a los consumidores y usuarios que las mercancías sean seguras, sanas, por lo que el NOM no tiene nada que ver con calidad, sino con los requisitos que deben cumplir los productos para no dañar al usuario".

"Con el fin de apoyar a las industrias ya sean grandes pequeñas o medianas, de conformidad con los lineamientos establecidos en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, la Dirección General de Normas (DGN) está desarrollando marcas de Calidad como se le denominó en un principio "México Calidad Selecta"

hoy en día “México Calidad Suprema”, lo cual apenas se está tratando de implementar en el sector agroalimentario y pesca”, puntualizó.

Asimismo, agregó “es importante ir familiarizando al empresario con dicho término, puesto que el sello “México Calidad Suprema” le abrirá aún más puertas en el mercado y le permitirá competir con empresarios de distintos países, ya que si sus productos llegan a cumplir con dicha calidad podrán estar al más alto nivel que cualquier otro”.

De acuerdo con información publicada en trípticos de la marca México Calidad Suprema, “la marca oficial México Calidad Suprema, está respaldada por el Gobierno Federal y garantiza que los productos agroalimentarios y pesqueros han sido certificados y que cumplen con las más estrictas normas y exigencias de sanidad, inocuidad y calidad por atributos”.

El propósito de la marca oficial es segmentar mercados mediante su diferenciación, con el fin de promover y obtener mejores precios para los productos de calidad superior.

Cabe mencionar que la base legal de la marca oficial de certificación es la *Ley Federal sobre Metrología y Normalización y su Reglamento*, así como la *Ley Federal de la Propiedad Industrial*, las cuales establecen que el esquema de la marca oficial es de carácter voluntario para los particulares, pero una vez que éstos decidan utilizarlo, están obligados a ajustarse a sus reglas.

Por lo anterior no cabe duda de lo importante que continúa siendo la normalización para nuestro país, ya que al paso del tiempo se están implementando reglas para

que los productos cuenten tanto con una mayor seguridad como con una calidad suprema.

Dónde queda la Calidad Suprema

De acuerdo a la página en Internet de la DGN la Calidad Suprema se verá reflejada en una marca, pero qué es una marca...

“A través de la historia, se ha practicado quemar la piel del ganado con un sello para identificar quién es su propietario, aquí se identifica el origen del esfuerzo actual de las grandes empresas por grabar sus marcas en la mente de los consumidores con el fin de diferenciar sus bienes y servicios de los que ofrecen sus competidores”.

Para el Señor Román Pérez-Miranda, presidente de Interbrand Latinoamérica, una marca es más que un nombre, un logotipo, un eslogan y cierta publicidad, ya que implica un significado para los compradores, distribuidores y consumidores, representando una cadena de experiencia generada a través del tiempo. Para el empresario, es la relación que crea y asegura las ganancias futuras de la compañía al mantener la preferencia de los clientes.

En este sentido, el Ingeniero Carlos Martínez Nava Subdirector de Dictaminación Técnica de la Dirección General de Normas, mencionó “una marca representa un

símbolo con el que el cliente se identifica y del que puede llegar a sentirse parte, lo que significa una gran importancia, ya que el cliente da por hecho que detrás de ella hay atributos de calidad, además de otros elementos que tienen que ver más con la emoción que con la razón, no es sólo una imagen, el símbolo o el logotipo de un producto, representa la experiencia y el compromiso con un objetivo de calidad perfectamente definido”.

Ahora bien, dicha marca se está promoviendo debido a que según autoridades de la Dirección General de Normas traerá un sin fin de beneficios al igual que el sello NOM en la economía mexicana, ya que de acuerdo a lo publicado por dicha dependencia.

“En el marco de la problemática del campo mexicano existen las condiciones que hacen del Sello de México Calidad Suprema una oportunidad ideal para México, a fin de trabajar en manera conjunta y con un objetivo bien definido en beneficio del sector rural con visión de mediano y largo plazo permitiendo de manera paulatina el establecimiento de reglas claras en la comercialización de productos agroalimentarios y la reorientación de los apoyos federales, estatales y municipales, con el propósito de que en un futuro no muy lejano podamos hablar de un campo fuerte en México y de una cultura de calidad con base en el premio al esfuerzo, en el que el gobierno apoye a sus productores a alcanzar la eficiencia y la competitividad de frente a los retos actuales y en busca de los siguientes beneficios:

- Diferenciar en el punto de venta los productos sanos, inocuos y de calidad superior.
- Aumentar las ventas de este tipo de productos y negociar con los compradores y distribuidores mejores precios.

- Ofrecer a compradores y distribuidores productos con calidad constante, frescos, sanos y seguros.
- Responder al incremento de la demanda de productos de Calidad Suprema por parte de consumidores cada vez más exigentes.

Es un esquema voluntario que promueve la cultura de calidad con base en el premio al esfuerzo, generando demanda y promoviendo la congruencia entre lo que se ofrece y lo que se recibe generando una relación ganar–ganar”.

Ahora bien, para certificar un producto, de acuerdo a información publicada por la DGN, “se debe cumplir con los requerimientos y especificaciones que establece el Pliego de Condiciones, en el que se define la zona de producción o transformación del producto, sus especificaciones técnicas, las modalidades y periodicidad de los controles y verificaciones al producto y las líneas de producción”.

Asimismo, “se requiere de una certificación independiente otorgada por un organismo privado, imparcial y técnicamente calificado, que ha sido acreditado y ha obtenido una licencia del uso de la marca oficial”

“Por lo tanto, los pequeños y medianos empresarios pueden estar seguros que al ostentar sus productos el sello “México Calidad Suprema” tendrán una mayor demanda, ya que están avalando la calidad con la que cuenta el producto, lo que generará una mayor confianza en el consumidor puesto que el producto no le afectara en lo más mínimo y ahora bien, si le agregamos que ya existen dos modalidades para constatar tanto la seguridad como la calidad que ofrecen los productos, el sello NOM y la Calidad Suprema, no podrá existir duda alguna de

que los productos hechos en México están bien hechos”, aseguró el Ingeniero Martínez Nava.

A manera de conclusión

Como se puede observar, con el paso del tiempo la normalización ha evolucionado y se ha perfeccionado, además de que genera en nuestro país reformas político-económicas, así como innovaciones en tecnología y administración de empresas que han tenido consecuencias de gran envergadura para la producción nacional.

Estas innovaciones repercuten también en las perspectivas de futuro de las Pequeñas y Medianas Empresas en nuestro país y en otras economías emergentes, e implican nuevas tareas para la política de fomento.

A pesar de los problemas por los que atraviesan las Pequeñas y Medianas empresas de México, constituyen la base fundamental de la economía, puesto que en su conjunto, representan casi el 70% de la fuente de empleo en nuestro país y constituyen el 99.34% del total de empresas.

Por lo anterior, queda constancia de que las Pequeñas y Medianas Empresas necesitan de un eslabón para posicionar con mayor fuerza sus productos en el mercado nacional e internacional, a fin de desbancar a la tan mal intencionada "fayuca" que a pesar de ser más barata y fácil de adquirir no cumple con los atributos necesarios para poder ofrecer seguridad y por qué no, calidad a los consumidores.

Si bien el surgimiento de la normalización en nuestro país trajo consigo un intercambio comercial con otros países, también le permitió, sin lugar a dudas, coadyuvar a hacer competitivos y aceptables los productos y servicios, que se comercializan en nuestro país, permitiendo que las transacciones comerciales que

lleven a cabo los pequeños y medianos empresarios se realicen bajo condiciones equitativas.

Por ello la normalización juega un papel fundamental en el desarrollo de México. Mediante la cual el gobierno federal se allega de herramientas que le permiten preservar o proteger la seguridad de las personas, la salud humana y animal, el medio ambiente general y laboral, los recursos naturales, entre otros, además de que obtiene elementos que permiten mejorar la producción y ofrecer bienes y servicios seguros y de calidad.

Por lo cual, los pequeños y medianos empresarios pueden estar seguros que si sus productos cumplen con los requisitos que establecen las normas oficiales mexicanas, contarán con un mejor posicionamiento en el mercado y fomentarán entre el público consumidor el que exijan artículos que ostenten el sello NOM, todo en beneficio de su propia seguridad.

Desafortunadamente se le ha dado muy poca difusión a la normalización y lo que deriva de ella, agregándose a la realidad del actual escenario en donde se manifiesta una gran incertidumbre, por la inestabilidad política, económica, social que ha repercutido seriamente en las Pequeñas y Medianas Empresas del país, colapsándose y cerrándose muchas de ellas.

Lo anterior, como consecuencia del poco apoyo económico que les brinda el gobierno, aún a sabiendas de que son un sector muy fuerte para la economía mexicana; y del incumplimiento de sus productos con los requisitos establecidos en las normas oficiales mexicanas, tal vez por desconocimiento o por querer evitar trámites engorrosos.

Es por ello que no pretendo convencer a ningún empresario a que sus productos ostenten el sello NOM, ni tampoco al consumidor para que adquiriera artículos que cumplan con una norma oficial mexicana, simplemente les doy a conocer lo importante que es la normalización para las empresas llámense pequeñas medianas o grandes, si es que desean mantenerse en el mercado nacional y en un futuro no muy lejano internacionalizarse y formar parte del mercado global.

También el objetivo de este trabajo es poner sobre la mesa las ventajas que adquieren los productos cuando éstos cumplen con los requisitos en materia de certificación, la cual les otorgará un valor agregado, lo que derivará en la generación de oportunidades y ventajas que se hacen viables con estrategias comerciales adecuadas.

Por ello es de enorme relevancia que los productos cuenten con el sello NOM y si además les agregamos la Calidad Suprema para productos agroalimentarios y pesqueros, tal vez éstos serán de mayor costo para el consumidor pero a la larga le beneficiará, puesto que el artículo que adquirirá sí cumplirá con todas las reglamentaciones necesarias y si le aunamos que para el empresario será un eslabón para posicionar sus productos en un mejor mercado, tanto nacional como internacional, qué mejor que sea cumpliendo con lo que dicta la normalización.

Fuentes de consulta

Bibliográficas

- Documento de R. Frontard traducción al español. 1982.
- Documento “El desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas: un reto para la economía mexicana”. Sergio H. Kauffman González. 2000.
- Documento “La importancia de las PYMES en México y para el Mundo”. Licenciado Juan Pablo Zorrilla Salgador. 2002.

Hemerográficas

- **Diario Oficial de la Federación.** 16 de marzo de 1977 y 28 de octubre de 1978.
- **Ley Federal sobre Metrología y Normalización.** *Diario Oficial de la Federación.* México, D.F. 19 de mayo de 1999.
- **Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.** *Diario Oficial de la Federación.* México, D.F. 14 de enero de 1999.
- **Gacetas NYCE 0, 1 y 2.** Normalización y Certificación Electrónica, A.C., México, D.F., 2002-2003.
- **Ley de Comercio Exterior.** *Diario Oficial de la Federación.* México, D.F. 27 de julio de 1993.

Fuentes vivas

- **Ingeniero Miguel Castillo Castelán**, Gerente de Certificación de NYCE, A.C. Entrevista el miércoles 4 de febrero de 2004.
- **Ingeniera Leticia Olvera Casillas**, Subgerente de Verificación de NYCE, A.C. Entrevista en febrero de 2004.
- **Licenciado Marco Vinicio García de Alva**, Jefe del Departamento Legal de NYCE, A.C. Entrevista entre marzo y abril de 2004.
- **Señor Andrés Gómez**, Comerciante del Zócalo. Entrevista el sábado 17 de abril 2004.
- **Ingeniero Carlos Martínez Nava**, Subdirector de Dictaminación Técnica de DGN. Entrevista el 20 de abril de 2004
- **Señor Román Pérez-Miranda**, Presidente de Interbrand Latinoamérica. Entrevista recabada de la página de Internet de la Dirección General de Normas en abril de 2004.
- **Ingeniero Abraham Sánchez Fuentes**, Jefe del Departamento de Verificación de la Procuraduría Federal del Consumidor. Entrevista el 29 de abril de 2004.
- **Ingeniero Deyfy Vásquez**, Representante de la empresa Isatel de México, S.A. de C.V. Entrevista el 29 de abril de 2004.
- **Señor Jesús Corro Plata**, Consumidor. Entrevista el sábado 01 de mayo de 2004.

Internet

- **Normalización y Certificación Electrónica, A.C.**
<http://www.nyce.org.mx>. Consultada en marzo de 2003.
- **Secretaría de Economía.**
<http://www.economia.gob.mx>. Consultada en abril de 2003 y durante el 2004.
- **Dirección General de Normas.**
<http://www.economia.gob.mx/?P=85>. Consultada en abril de 2003 y durante el 2004.
- **Marca México Calidad Suprema.**
<http://www.mexicocalidadsuprema.com>. Consultada en junio de 2003 y durante el 2004.
- **Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.**
<http://www.inegi.gob.mx>. Consultada en noviembre de 2003 y durante el 2004.