



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

RELACIONES INTERNACIONALES

“El Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM) y las oportunidades de desarrollo para los pequeños y medianos empresarios mexicanos”.

***Tesis que presenta:
Mónica Palacios Flores***

Para obtener el título de Licenciado en Relaciones Internacionales

Director: Dr. Francisco Dávila Aldás

México, Distrito Federal. Octubre 2010



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.

***Gracias a Dios por la vida.
A mi madre, por su apoyo incondicional y su gran amor.
A mis amigos por ser y estar y por ayudarme a realizar este proyecto.
A mi director por su tiempo, dedicación y por compartir conmigo parte de su
vasta experiencia y conocimientos.***

“El Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM) y las oportunidades de desarrollo para los pequeños y medianos empresarios mexicanos”.

Pág.

Introducción.....	4
1. El Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México: una oportunidad para la diversificación.....	7
1.1 Evolución de las relaciones entre México y la Unión Europea.....	7
1.2 Surgimiento del TLCUEM.....	13
1.3 El comercio.....	24
1.4. Las inversiones.....	30
2. El Programa Integral de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas (PIAPYME), como impulso al desarrollo.....	35
2.2 Surgimiento del PIAPYME.....	38
2.3 Objetivos.....	39
2.4 Estructura interna.....	41
2.5 Actividades generales.....	43
2.6 Algunos resultados parciales.....	51
3. Las empresas que venden exitosamente sus productos en el mercado de la UE y los proyectos en puerta.....	57
4. Balance de los retos a enfrentar por las empresas mexicanas en el mercado europeo y las perspectivas de desarrollo en el mercado del TLCUE para México.....	75
4.1 Los avances de México.....	75
4.2 Los avances europeos.....	80

4.3 Los esfuerzos de México, balances.....	83
4.3.1 El sexenio foxista.....	84
4.3.2 El primer año de Felipe Calderón (2007-2008).....	87
4.3.3 Nuestros competidores europeos.....	90
4.3.4 La economía mundial.....	91
4.4 Los retos que México debe afrontar sobre su crecimiento interno y el desarrollo.....	92
Conclusiones.....	103
Glosario de términos.....	106
Bibliografía y hemerografía.....	111

Introducción

La globalización, así como la formación de bloques regionales, han creado en el quehacer de la política exterior mexicana, la necesidad de llevar a nuestro país al centro de la dinámica mundial. El reflejo de este hecho es perceptible en los ajustes significativos que ha experimentado en los últimos años.

Los acontecimientos que han marcado la escena mundial desde los años noventa y, aún antes, con el inicio de los procesos de integración política y económica de muchas naciones, el tema de la democracia, los derechos humanos, así como el medio ambiente, se han colocado entre los más importantes de nuestra agenda.

En este contexto, México adoptó la estrategia de crear y fortalecer sus lazos con el exterior, a través de la firma de acuerdos que crearan condiciones de seguridad y legalidad tanto en asuntos políticos como económicos. Procuramos con ellos asegurarnos la entrada a los mercados más sólidos y más importantes del mundo. La firma del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre México y la Unión Europea, conocido como Acuerdo Global que precedió a la Firma del Tratado de Libre Comercio, forma parte de dicha estrategia para incursionar en otros mercados y atraer mayores flujos de inversión¹.

Es por eso que resulta importante hasta ahora, conocer cuáles han sido los resultados para nuestro país de ese esfuerzo por estrechar sus relaciones políticas y comerciales con los bloques más importantes del mundo, como lo es la Unión Europea.

Es bien sabido que nos hemos concentrado en la relación que existe con América del Norte, particularmente con Estados Unidos a través del Tratado de Libre Comercio que tenemos con esta región. Dadas las circunstancias y nuestro real rezago en lo que a productividad y competitividad se refiere, es preciso que

¹ Chanona Alejandro, “**La política exterior de México hacia la Unión Europea**”, en Carlos Uscanga (coordinador), *Los nuevos desafíos de la política exterior de México en los escenarios regionales*, México, Paradigma, 2000, p. 2.

presentemos alternativas para generar un plan nacional de desarrollo que considere el alcance de logros económicos para el país que, finalmente, se derramen hacia el grueso de nuestra población.

Los pequeños y medianos empresarios mexicanos con sus empresas son una alternativa prometedora. Actualmente, grandes empresas mexicanas están compitiendo exitosamente en los mercados internacionales más exigentes, sin embargo, aún son muy pocas las que lo han logrado, por lo que sigue quedando pendiente el asunto de apoyarlas, ya que muchas están intentando emprender ese camino, pero aún tienen pocas posibilidades de hacerlo debido a sus difíciles circunstancias.

Es preciso por tanto, que aprovechemos realmente los acuerdos de libre comercio que hemos entablado con otros países o bloques de países, como lo es el que firmamos con la Unión Europea. Debemos fomentar a través de ellos el desarrollo de nuestra nación, hacer que éstos atiendan realmente a los intereses nacionales. Uno muy importante es el de crecer económicamente, pues contamos con todas las herramientas, lo que hace falta es que sean usadas adecuadamente para poder alcanzar el éxito.

Más que criticar nuestra situación y el entorno que nos rodea, debemos presentar soluciones para avanzar aún en medio de la adversidad. El enlace con el sistema internacional se impone; no podemos permanecer estáticos, necesitamos buscar alternativas para el desarrollo interno y para nuestra posición internacional.

Con esto, lo que pretendemos lograr con este trabajo, es incluir a los pequeños y medianos empresarios en la cadena productiva aprovechando los beneficios que nos otorga el tener un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, un mercado muy grande, pero a la vez muy exigente. El conocer la situación del intercambio comercial actual de nuestro país con esa región es el primer paso para conocer el papel que podrían jugar nuestros productores en el mercado europeo.

Uno de los beneficios tangibles que hemos adquirido de la relación con la Unión Europea, es el acceso a diversos programas para promover el desarrollo de

nuestro país. En este caso, estudiaremos el caso particular del Programa Integral de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas (PIAPYME), creado en mayo de 2004 para apoyar a las empresas mexicanas, precisamente para conocer la viabilidad de crecer a través de este sector que promete mucho y, a la vez, proponer la creación de programas similares que nos permitan competir en mejores condiciones en los mercados internacionales.

Lo anterior, teniendo presente que a pesar de que el Acuerdo de Libre Comercio concertado en el año 2000 con la Unión Europea aumentó las expectativas comerciales mexicanas, la relación bilateral no ha tenido el despegue esperado. Los empresarios mexicanos no han aprovechado del todo este marco para aumentar sus exportaciones a Europa. Los más beneficiados de esta relación, han sido las empresas europeas que importan sus productos en México.

El Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM) no sólo garantiza la entrada de productos mexicanos a 25 países europeos, con un mercado de 455 millones de consumidores, sino que abre la posibilidad de beneficiarse de los diversos programas de cooperación que tiene la Unión, como antes mencionábamos.

El PIAPYME es un importante medio para propiciar el incremento de nuestra competitividad y de nuestra capacidad exportadora frente a la Unión Europea, por lo que nuestro gobierno debe impulsarlo y fortalecerlo, así como buscar la manera de mejorarlo y, en todo caso, hacerlo permanente, pues hasta ahora opera con vigencia.

Sin duda, es urgente que México genere una estrategia de desarrollo que considere el fomento a la pequeña y mediana empresa respecto al aumento de su productividad y por ende, su desarrollo tecnológico.

A lo largo de este trabajo presentaremos razones de peso para considerar a las PYMES como el principal motor de nuestra economía y la importancia que tiene el que el gobierno Mexicano considere serias reformas en el apoyo que hasta ahora les ha brindado.

CAPITULO I

El Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México: una oportunidad para la diversificación.

1.2 Evolución de las relaciones entre México y la Unión Europea.

Nuestro país y la Unión Europea han estrechado sus relaciones desde que la segunda inició su proceso de integración a partir de 1957. Después de la Segunda Guerra Mundial, Europa apareció en la escena mundial destrozada, subordinada y vencida entre los dos bloques de poder que se erigieron, a saber, Estados Unidos y la Unión Soviética. Sin embargo, mostró que no estaba del todo derrotada cuando sus hombres se encargaron de iniciar su reconstrucción. Fue así como idearon la creación de una fuerte solidaridad grupal y una conciencia de unidad en la diversidad, una integración supranacional que llegara a ser llamada y conocida por todos como “Los Estados Unidos de Europa”. Empezaron con una estrategia de integración económica por sectores, la cual se concretó con la firma del Tratado de Roma en 1957. Tres años después de estos acontecimientos, o sea en 1960, México oficializó sus relaciones con la Comunidad de los Seis, con el fin de atraer inversiones para avanzar en la tarea de estabilizar el desarrollo del país².

Pero, debido a que la situación para la Comunidad Europea aún era compleja por su proceso de integración, fue hasta 1975 cuando pudo ser establecido el primer Acuerdo en materia económica con México para intentar crear relaciones más sólidas. Dicho acuerdo era de largo alcance, estaría en vigor durante quince años, pero ya en la práctica, tuvo pocos efectos en beneficio de las exportaciones mexicanas, ya que desde 1975 hasta 1980, alcanzaron un promedio de 7% con respecto al total de exportaciones de los demás países latinoamericanos, casi lo mismo que se consiguió en 1963³.

A la par de dichos acontecimientos, México entró en un periodo de crisis caracterizado por el déficit en la balanza de pagos e inflación, debido

² Dávila Aldás Francisco, “Una integración exitosa, la Unión Europea una historia regional y nacional” Fontamara, México, 2001, p. 147.

³ *Ibid.* p. 149

principalmente a la instauración de un nuevo modelo económico, basado en el Consenso de Washington, que no se adecuó a nuestra situación real. Hasta que dio inicio el proceso de estabilización económica se abrieron las pautas para firmar un Segundo Acuerdo que diera solvencia al primero y retomara los intentos de un acercamiento más significativo con la Comunidad Económica Europea (CEE).

Después de un periodo de intensas negociaciones, el 26 de abril de 1991 en Luxemburgo se suscribió un nuevo Acuerdo Marco de Cooperación, considerado como el más extenso que la CEE hubiera acordado con país alguno de América Latina y Asia, hasta entonces. Dicho acuerdo incluyó una cláusula evolutiva con el fin de incrementar los niveles de cooperación en sectores específicos. Se trató de un acuerdo de tercera generación que incluyó aspectos comerciales y de cooperación como la transferencia tecnológica, el desarrollo de la agroindustria, las telecomunicaciones, la protección al medio ambiente, entre otros aspectos. Fue firmado por cinco años (1991-1996), renovable año por año⁴.

Asimismo, este acuerdo, de carácter preferencial, abarcó otros sectores como el de las finanzas, comercio, desarrollo industrial, agricultura, pesca, propiedad intelectual, normalización y certificación de la calidad, minería, tecnología de la información y telecomunicaciones, informática, transportes, salud pública, narcotráfico y farmacodependencia, energía, medio ambiente y protección de los recursos naturales, turismo, planificación del desarrollo, administración pública, información, comunicaciones y cultura, capacitación y cooperación regional⁵.

El resultado de este acuerdo dejó ver a diferencia del pasado, mayor interés por parte de la Comunidad Europea sobre nuestro país, ya que con él se abrieron amplios canales de negociación que facilitaron la toma de decisiones en varios aspectos para llegar a entendimientos, especialmente favorables para México y su comercio. Así entonces, se presentaba la oportunidad de alcanzar un trato diferenciado y un buen nivel de desarrollo en cuanto a negocios se refiere, a la vez

⁴ González Gálvez Sergio, “Aspectos políticos del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación México-UE, posibilidades y eventuales problemas” en “Las relaciones de México y la Unión Europea, retos y oportunidades”, Colegio Mexiquense, México 2003, p. 140

⁵ *Ibid.* p. 140

que nos brindó la oportunidad de relacionarnos con otros socios europeos y finalmente, se ampliarán las posibilidades de poder ser el destino de nuevas inversiones y propiciar la transferencia de tecnología que se nos ofrecía.

Sin duda, la fuerte presencia de Estados Unidos en México, fue lo que propició que la CEE turnara sus intereses hacia nuestro país y buscara relacionarse en el ámbito comercial con este, a pesar de sus problemas internos. La Comunidad se dio cuenta que México sería el medio para lograr un acercamiento con su contraparte, pero más importante aún, con los países latinoamericanos lo cual incrementaría su influencia en la zona.

Estando así las cosas, el 25 de julio de 1992 se acordó la suscripción de un Acuerdo que fuera más allá del trato preferencial pues incluiría la desgravación y la eliminación de aranceles y otros obstáculos para facilitar los intercambios entre México y los países que integraban a la CE, que propiciara el diálogo político e impulsara la cooperación económica, financiera y científico-técnica⁶.

Esta decisión trajo consigo las visitas de diversos mandatarios europeos con el fin de impulsar programas y actividades conjuntas que dieran prioridad a la creación de vínculos empresariales en diversos sectores. Éstos permitieron visualizar con mayor claridad las deficiencias existentes en cooperación que anteriormente habían dificultado los avances en la negociación y se tomaran medidas para revertir sus efectos.

Para 1994 y a la par de la firma de nuestro Tratado de Libre Comercio con América del Norte, como era de esperarse, se intensificaron aún más nuestras relaciones con la Comunidad Europea en nuevos ámbitos de interés mutuo. Instancias comunitarias y algunos socios en particular expresaron su apoyo al acercamiento con México, perfilando diversas posiciones que fueron desde el reforzamiento del Acuerdo existente, a la firma de un Acuerdo de Cuarta Generación que incluyera el diálogo político, hasta un Tratado de Libre Comercio que tomara en cuenta plazos para apertura y los sectores sensibles que identificaran ambas partes⁷.

⁶ *Ibid.* P. 141

⁷ *Ibid.* P. 142

Todo lo anterior, fue apoyado sin reservas por el presidente en turno, Ernesto Zedillo, quien en favor de reforzar los trabajos que el anterior presidente realizó en materia de apertura comercial, consideró prioritario nuestro acercamiento a la Comunidad Europea así como la creación de relaciones con diversas partes del globo para diversificar el comercio, de ahí que México firmara tratados de libre comercio y complementación económica con un número importante de países.

La UE por su parte, siguió trabajando por consolidar su proyecto de integración para concretar la formación de un Mercado Único y firmar el tratado de Maastrich, para la creación de la Unión Económica y Monetaria, entre otras metas importantes.

De este modo podemos ver que, mientras se gestaban las relaciones en diversos ámbitos entre nuestro país y la UE, la situación de ambos fue cambiando de manera importante, lo mismo que su posición en el sistema internacional.

Fue el 10 de abril de 1995 cuando el Consejo de Ministros de la UE aprobó por unanimidad el texto de un Proyecto denominado Declaración Conjunta Solemne entre México y ésta para estrechar sus relaciones dentro de una perspectiva de largo plazo, la misma que fue firmada el 2 de mayo de 1995 en París.

Dentro de los objetivos comunes que se acordaron están el de cumplir y respetar los objetivos y principios de la Carta de las Naciones Unidas, en especial, los relativos al mantenimiento de la democracia, el respeto de los derechos humanos, la salvaguarda de la paz y la seguridad internacionales, el logro de una economía mundial sana y la consolidación del multilateralismo.

En el ámbito político, ambas partes se comprometieron a impulsar la comunicación a través de la creación de temas de interés común y una consulta estrecha en el seno de los organismos internacionales y encuentros periódicos a nivel de Jefes de Estado, secretarios y funcionarios de más alto nivel.

En materia económica se planteó la necesidad de crear un marco normativo que favoreciera el desarrollo continuo de los intercambios de mercancías, servicios e inversiones. En este contexto, lo más importante para México era

lograr un incremento efectivo y equilibrado de los intercambios entre ambas partes, así como la atracción de inversión productiva europea a nuestro país.

En cooperación se buscó poner en marcha proyectos que permitieran incrementar los contactos y negocios entre empresas europeas y mexicanas, así como desarrollar la cooperación en sectores específicos de mutuo interés como lo son la protección al medio ambiente, el desarrollo industrial, las telecomunicaciones y la transferencia tecnológica y de conocimientos, entre otros.

Finalmente, la Declaración hizo un llamado al Banco Europeo de Inversiones (BEI) para que intensificara sus actividades en México. Cabe recordar que el 7 de marzo de 1995 México firmó un Convenio de financiamiento con el BEI, lo cual permite a nuestro país acceder a los recursos de esta importante institución financiera europea para el desarrollo de proyectos de infraestructura de gran envergadura.

Ya para 1999, en Bruselas el 8 de diciembre, se llevó a cabo la firma de los documentos que integran el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre México y la Unión Europea. Estos documentos comprenden:

- El acuerdo global, el cual incluye los capítulos relativos al diálogo político y a la cooperación y los ámbitos generales que cubrirá la negociación comercial.
- El acuerdo interino, que forma parte del acuerdo global y establece el mecanismo y ámbitos de la negociación para la liberalización comercial.
- El acta final, que incluye una serie de declaraciones entre las que destaca la declaración de servicios. Ésta establece los principios que orientarán los trabajos para la liberalización de los servicios en el marco de las negociaciones comerciales⁸.

En cuanto al contenido de los textos firmados, en lo que se refiere al Título I “Naturaleza y ámbito de la aplicación”, en su Artículo I, se incluyó la denominada “cláusula democrática”, la cual constituye una cláusula estándar presente en todos

⁸ *Ibid.* P. 155-159

los acuerdos suscritos por la UE con terceros Estados. Este tema resultó muy espinoso para nuestro país debido a que con dicha cláusula, la UE buscaba algo más que simplemente sostener tratos con un país verdaderamente democrático, en realidad buscaba tener mayor injerencia no sólo en el campo económico y comercial, sino también en el político, lo cual, significó para nuestro país una forma de entrometerse en sus asuntos políticos, así como de los del resto que la aceptaran. Lamentablemente, la UE quiso copiar el modelo de Estados Unidos, quien mediante diversos organismos internacionales y mediante acciones muy similares, ha implantado su hegemonía al condicionar a los países latinoamericanos a que se dirijan políticamente como mejor conviene a sus intereses.

Es por eso que México incluyó a este respecto un anexo con una declaración unilateral en donde especifica cuáles son los principios constitucionales que sustentan la política externa del país. Con ello lo que se pretende, es poner de manifiesto el sentido limitado que la “cláusula democrática” tiene para nuestro país.

En lo que se refiere al Título II, “Diálogo Político”, cabe destacar que la fluidez para negociarlo, demostró la firme voluntad de México y la UE por mejorar las interacciones políticas entre ellos.

En lo que se refiere al Título III “Comercio”, resulta interesante el que se añadieran los términos “preferencial” y “bilateral” como adjetivos calificativos del tipo de liberalización comercial que se acordó llevar a cabo. El término “preferencial” le otorga al Acuerdo un carácter especial que lo diferencia de otros acuerdos que la UE ha firmado con terceros países en donde no se establece tan claramente el compromiso de la liberalización bilateral plena.

Es importante tener en cuenta que la parte de comercio no se limita a la liberalización de los intercambios de bienes y servicios, sino que también incluye otros temas de gran relevancia en el contexto económico global como los movimientos de capital y pagos, contratación pública y políticas de competencia.

Por otro lado, el Acuerdo prevé expresamente el desarrollo de la cooperación en ámbitos como el industrial, fomento de inversiones, servicios

financieros, pequeñas y medianas empresas, aduanas, sociedad de la información, sector agropecuario, pesca, minería, energía, transportes, turismo, estadísticas, administración pública, lucha contra drogas, lavado de dinero, control de precursores, ciencia y tecnología, formación y educación, cultura, sector audiovisual, información y comunicación, medio ambiente y recursos naturales, asuntos sociales y cooperación contra la pobreza, cooperación regional, en materia de refugiados, derechos humanos y democracia, protección al consumidor, protección de datos, salud. Asimismo deja claramente establecida la posibilidad de incluir nuevos ámbitos y formas de cooperación a través de la cláusula evolutiva.

En este título se incluyeron además algunos sectores novedosos. En todos ellos se abrió la posibilidad de profundizar la cooperación y, en algunos, de llegar a acuerdos sectoriales. De esta manera se avanzó con respecto al Acuerdo Marco de 1991 y se abrió la posibilidad de participar en programas exclusivos para los europeos.

Respecto al cumplimiento de las obligaciones, se establece la mecánica para solucionar diferencias o para suspender la aplicación de las partes del Acuerdo en caso extremo de incumplimiento de algún compromiso esencial, a través de un proceso de discusión en el seno del Consejo Conjunto. En éste, las partes se obligan a un periodo de reflexión y consulta que contribuye a darle certidumbre a la relación y a suavizar los efectos que una medida de este tipo pudiera tener sobre el conjunto del acuerdo⁹.

1.2 Surgimiento del TLCUEM.

En la ciudad de Lisboa, el 23 de marzo de 2000, tuvo lugar la firma de la Declaración de Lisboa, así como la aprobación de los resultados de las negociaciones comerciales. En esa ocasión se reunió el Consejo Conjunto que vigilará la aplicación del acuerdo, el cual adoptó su propio reglamento (decisión 1/2000) y aprobó los de conformidad al Acuerdo Interino (decisión 2/2000). Con

⁹ *Ibid.* P. 162

estas decisiones se cumplieron los requisitos para la entrada en vigor del 1º de julio de 2000 del TLCUEM, en lo que concierne al comercio de bienes¹⁰.

El contenido del acuerdo se divide en once capítulos:

1. Acceso a mercados (incluye productos industriales, agropecuarios y pesqueros).
2. Reglas de origen
3. Normas técnicas
4. Normas sanitarias y fitosanitarias
5. Salvaguardas
6. Inversión y pagos relacionados
7. Comercio de servicios
8. Compras del sector público
9. Competencia
10. Propiedad intelectual
11. Solución de controversias

En este acuerdo se negociaron asuntos importantes, por ejemplo, respecto al acceso a mercados, se eliminarán gradual y recíprocamente los aranceles a la importación, reconociendo la asimetría entre México y la Unión Europea a través de plazos de desgravación diferenciados para los distintos sectores.

Se eliminarán asimismo las prohibiciones y las restricciones para permisos de importación o exportación, pero ambas seguirán influyendo en la forma de tomar medidas necesarias para proteger la vida o la salud humana, animal o vegetal del medio ambiente o la moral pública.

En cuanto al comercio de bienes, para acordar los plazos y condiciones en los que se daría la liberalización comercial, el total de las tarifas arancelarias fue clasificado en tres grupos:

- a) productos industriales
- b) productos agropecuarios

¹⁰ Armendáriz Etchegaray Manuel, “**Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación, México-UE**” en “**Las relaciones de México y la Unión Europea, retos y oportunidades**”, Colegio Mexiquense, México 2003, p.168

c) productos pesqueros

En el planteamiento europeo inicial se ofreció y se pidió una apertura inmediata del 82% para las importaciones de productos industriales y el 18% restante en el 2003.

Por su parte, la posición mexicana manifestó desde el principio de la negociación, la necesidad de contar con plazos de desgravación más largos para algunos sectores sensibles. En el resultado final de la negociación se logró este objetivo, acordando que la desgravación de nuestro sector industrial se realice en cuatro plazos.

- 47.6% del valor de las importaciones procedentes de la UE se liberalizarían a la entrada en vigor del tratado;
- 5.1% en 2003;
- 5.6% en 2005; y
- 41.7% completaría la desgravación en 2007.

Desde la sexta ronda, la UE aceptó la posibilidad de que la desgravación europea concluyese en el año 2003, mientras la desgravación mexicana se extendiese hasta el año 2007. Al cierre de la negociación se logró mantener la asimetría planteada.

En el caso de México, las tasas base para la liberalización arancelaria serían las aplicadas en julio de 1998. La UE por su parte, utilizaría las tasas de su sistema generalizado de preferencias (SGP) aplicables en esa misma fecha, o bien, las consideradas en su SGP para el año 2000, si éstas resultasen ser más favorables para México.

En el grupo de acceso a mercados se acordaron otros temas tales como la posibilidad de que en el futuro se decidiera sobre la aceleración conjunta de los plazos de desgravación. En materia de restricciones se acordó eliminar recíprocamente toda prohibición y restricción a la importación y a la exportación (licencias de importación, de exportación, cuotas, etc). Se acordó no otorgar un trato menos favorable que el otorgado a los productos nacionales. Y finalmente en cuanto a las excepciones generales, se concluyó el mantener el derecho de imponer medidas que contravengan las disciplinas establecidas en el acuerdo,

siempre que éstas sean necesarias para la protección de la salud humana, vegetal, y para la conservación de los recursos naturales, entre otras. Estas excepciones están previstas en el artículo XX del GATT de 1994¹¹.

En el capítulo sobre la Agricultura, los apoyos a la producción y a las exportaciones agrícolas contenidos en la Política Agrícola Común (PAC) de la UE hicieron difíciles y complejas las negociaciones porque la UE exigía la apertura total del mercado mexicano para los productos agrícolas europeos, cuando ésta protege a los productores agrícolas con subsidios y barreras arancelarias. Por ello, México insistió en la necesidad de encontrar fórmulas para evitar que éstos afectaran al sector agrícola mexicano. Así, se convino que la desgravación arancelaria considerase plazos más largos a los productos agrícolas que los correspondientes a los productos industriales y que existiera una categoría especial para los productos sensibles en los que la UE otorga apoyos importantes. Finalmente, los productos agropecuarios se clasificaron en cinco categorías:

- 1) desgravación total a la entrada en vigor;
- 2) año 2003;
- 3) año 2008;
- 4) año 2010; y
- 5) una lista de productos considerados sensibles la cual sería revisada en 2003.

Además, en el acuerdo se incluyó un capítulo sobre medidas sanitarias y fitosanitarias, lo cual evitaría que nuestros productores enfrentaran este tipo de barreras.

El resultado de la negociación arancelaria fue el siguiente:

- eliminación de aranceles a la entrada en vigor: Europa liberaliza 58.16% de las importaciones provenientes de México, México lo hace para el 27.64% de las importaciones provenientes de Europa.

¹¹ *Ibid* p. 169.

- Desgravación en 2003: Europa eliminará los aranceles para el 10.04% de las importaciones provenientes de México; México lo hará para el 10.26% de las importaciones provenientes de Europa.
- Desgravación en 2008: Europa eliminará sus aranceles al 5.3% de las importaciones provenientes de México; México lo hará para el 7.85% de las importaciones provenientes de Europa.
- Desgravación en 2010: Europa eliminará los aranceles al 0.64% de las importaciones provenientes de México, México lo hará para el 3.8% de las importaciones provenientes de Europa.
- El resto del comercio bilateral fue ubicado en la lista de espera, en la cual se encuentran los productos sensibles para México y aquellos en los que la UE otorga importantes apoyos a la producción y a la exportación, tales como cereales, lácteos y cárnicos¹².

Así, las demandas mexicanas fueron satisfechas. En el caso de las frutas y hortalizas, incluidos el aguacate, el jitomate, el limón, la toronja, el café (verde, tostado y molido), el garbanzo, el mango y la guayaba, se acordó que entraran libres de aranceles. También se liberalizan, mediante cuotas arancelarias productos tan importantes para México como las flores cortadas y los jugos de frutas (incluido el jugo de naranja, con una cuota de 30 000 toneladas). También, desde la entrada en vigor, se elimina el arancel al tequila y a la cerveza, lo cual resulta significativo para nuestro país.

Como resultado, el 95% de nuestra oferta agropecuaria y agroindustrial exportable podría enviarse a la UE en condiciones preferenciales. La excepción más notable a la apertura es el caso del plátano, cuya negociación se complicó debido al proceso de solución de controversias que la UE está enfrentando en el seno de la Organización Mundial del Comercio (OMC)¹³.

¹² *Ibid.* P. 170, 171

¹³ La Organización Mundial del Comercio (OMC) considera que la tarifa de 176 euros por tonelada que la Unión Europea (UE) aplica principalmente a las bananas latinoamericanas es incompatible con el acuerdo general sobre los aranceles. Motivo por el cual, solicita a la UE que modifique esta tarifa para que sea conforme con las obligaciones comerciales.

En cuanto a los productos pesqueros, los plazos de eliminación de aranceles acordados son similares a los del sector agropecuario: a) desgravación total a la entrada en vigor del acuerdo; b) en 2003; c) en 2008; d) en 2010; e) una última categoría para productos sensibles, entre los que se encuentran los lomos de atún.

México liberalizó el comercio de productos pesqueros en un 71.3% del volumen del comercio para el 2003; mientras que la UE lo hizo para el 88% de estos productos en el mismo año. Para el año 2010 la mayor parte del comercio bilateral quedará totalmente liberalizado. En particular, para el atún procesado México obtuvo una cuota de 2000 toneladas con incrementos anuales de 5000 toneladas; dicho acuerdo fue revisado en el año 2003¹⁴.

El capítulo de normas sanitarias y fitosanitarias establece el compromiso de cooperar para facilitar el comercio y cumplir con las obligaciones obtenidas en el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC. Este acuerdo reconoce el derecho de adoptar las medidas necesarias para proteger la salud de la población, la fauna y la flora, siempre y cuando estas medidas sean justificadas científicamente.

También el capítulo establece un subcomité que se reunirá, en principio, una vez al año. Entre las principales funciones de subcomité están fungir como un foro para identificar y resolver oportunamente cualquier problema en materia de acceso al mercado relacionado con normas sanitarias y fitosanitarias y, de considerarse necesario, desarrollar acuerdos en materia de equivalencia de normas y fitosanitarias y de reconocimiento de zonas libres de enfermedades.

En cuanto a las reglas de origen, éstas definen los requisitos que deberían cumplir los productos para gozar del régimen arancelario preferencial.

Desde el principio de las negociaciones, se indicó que era fundamental contar con reglas de origen que nos permitieran exportar nuestros productos evitando, al mismo tiempo, que dichas reglas permitieran al mínimo las exportaciones de terceros países en condiciones preferenciales.

¹⁴ *Ibid.* P. 172.

Como resultado de la negociación, más del 95% de las exportaciones mexicanas obtuvieron regla de origen que beneficia al sector productivo nacional. Al respecto, se alcanzó un buen acuerdo en sectores tan importantes para el país como la cadena textil, el sector automotor, autopartes, electrodomésticos, calzado y múltiples productos electrónicos y químicos.

En las disciplinas generales del capítulo correspondiente se definieron los conceptos utilizados para determinar el origen de los productos así como la metodología para calcular el valor agregado conjunto requerido. También se acordaron los procedimientos de verificación para, en su caso, detectar los productos que no cumplen con las reglas de origen y que no deben beneficiarse del trato preferencial establecido por el acuerdo.

Así la totalidad de las reglas de origen específicas del acuerdo está compuesta por más de 1200 reglas (incluidos los sectores agrícola e industrial).

En el capítulo de normas técnicas se acordaron los principios y criterios relacionados con normas y regulaciones técnicas que pudieran tener efecto en el comercio de bienes; se utilizó el Acuerdo sobre Barreras Técnicas al Comercio de la OMC como base para la negociación.

Se mantendrá el derecho de establecer los niveles de protección necesarios para salvaguardar nuestros intereses, por motivos de seguridad nacional, de salud, o de seguridad humana, por la vida o la salud de animales o vegetales, o para la protección del medio ambiente. Sin embargo también se estableció el compromiso de facilitar el comercio y de evitar obstáculos injustificados al mismo, a través de la cooperación para el entendimiento de los respectivos sistemas de normalización y la creación de un comité que permitirá resolver oportunamente cualquier problema de acceso a mercados relacionado con la aplicación de normas técnicas.

En el punto de las salvaguardas el acuerdo estableció que, en caso de que se presente un aumento significativo de las importaciones el cual cause o amenace dañar a un sector productivo nacional, se podrá dar protección excepcional a dicho sector, por lo general mediante la elevación temporal de aranceles.

Para poder invocar esta salvaguarda no sólo se deberá demostrar el daño o la amenaza de daño, sino también la relación causal existente entre el daño y el incremento de las importaciones.

Además, para evitar cualquier abuso de este mecanismo, en el caso de que la Unión Europea utilizara una salvaguarda, deberá compensar a México mediante concesiones comerciales equivalentes; de lo contrario, podríamos retirar concesiones como medida de represalia. Estas disciplinas se aplican recíprocamente.

Cabe señalar que en otros acuerdos comerciales de la Unión Europea, se permite invocar medidas de salvaguarda sin la obligación de compensar. En cambio, si la Unión Europea decidiera utilizar este mecanismo, tendría que compensarnos debido a la disparidad mencionada al principio de este capítulo.

En comercio de servicios se establecieron disposiciones legales que otorgan certidumbre a los prestadores de servicios respetando el marco jurídico vigente. Con base en estas disposiciones, los prestadores mexicanos de servicios podrán entrar al vasto mercado de la UE en condiciones mejores que las actuales.

Así los principios fundamentales que se aplicarán al comercio de servicios son similares a los contenidos en otros tratados de libre comercio que México ha negociado: trato nacional y trato de la nación más favorecida, entre otros.

Cabe mencionar que las disposiciones en este capítulo se aplicarán a las diferentes formas de prestación de servicios. Además todas las actividades del sector, han quedado cubiertas, salvo los servicios audiovisuales, el transporte aéreo y el cabotaje marítimo.

Se estableció el compromiso de mantener por lo menos el grado de apertura actual. Al tercer año de entrada en vigor las partes presentaron listas de compromisos, incluyendo la posibilidad de negociar una mayor liberalización del sector.

Asimismo, se negoció un anexo sobre servicios financieros. México otorgará una apertura en las mismas condiciones que a sus socios del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Por último, las obligaciones establecidas en este capítulo no implicarán modificación alguna a nuestra legislación en materia de servicios.

Las disposiciones del capítulo sobre inversión y pagos relacionados se aplicarán a la inversión extranjera directa, la inversión inmobiliaria y las operaciones en valores, de conformidad con las definiciones y nuestras obligaciones en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Se acordó, sin establecer un calendario definido, la abolición progresiva de las restricciones a los pagos derivados de inversión extranjera directa, inversión inmobiliaria y operaciones de valores.

Asimismo, México preservó el derecho de adoptar medidas de salvaguarda para resolver problemas relacionados con la política cambiaria y monetaria o de balanza de pagos.

Por otro lado, se convino implementar un mecanismo para promover la inversión recíproca a través del intercambio de información para identificar y difundir las oportunidades de negocios y la legislación correspondiente. En este sentido, se buscará desarrollar un marco legal favorable para la inversión con base en la negociación de acuerdos de promoción y protección recíproca de las inversiones y de acuerdos para evitar la doble tributación con los Estados miembros de la UE.

De igual modo, se diseñaron esquemas para llevar a cabo inversiones conjuntas, con especial énfasis en las pequeñas y medianas empresas (PYME), de ahí que surgieran proyectos como el que estudiaremos más adelante.

A tres años después de la entrada en vigor del acuerdo se revisó el marco legal aplicable a la inversión, de conformidad con los compromisos adoptados con base en acuerdos internacionales sobre la materia.

No se estableció ningún compromiso de modificar la legislación nacional en esta materia.

En cuanto a las compras del sector público, México y la UE respectivamente, cuentan con compromisos internacionales sobre los procedimientos de compras del sector público.

En el caso de México, se cuenta con los capítulos correspondientes en los tratados de libre comercio con América del Norte, el Grupo de los Tres, Costa Rica, Bolivia, Nicaragua, Israel y el Triángulo del Norte. Por su parte, la UE es miembro del Acuerdo de Contratación Pública de la OMC.

Entre los criterios que se definieron para dar transparencia a las compras que realicen las entidades cubiertas por este capítulo, se establecen el trato nacional, los requisitos de información que deben contener las invitaciones a participar y las bases de licitación, así como los principios que se aplicarán en la evaluación de las ofertas y la adjudicación de los respectivos contratos.

Asimismo, en el ámbito de aplicación de este capítulo cubre las adquisiciones de bienes y servicios o servicios de construcción cuyo valor exceda ciertos umbrales, y que realicen las entidades del gobierno central o federal y empresas gubernamentales que se encuentran dentro de los supuestos establecidos. México tendrá una reserva transitoria durante siete años para el caso de las compras que realicen Petróleos Mexicanos (PEMEX), la Comisión Federal de Electricidad (CFE) y la construcción del sector no energético, así como la adquisición de medicamentos no patentados. Adicionalmente, México conservará una reserva permanente al final del periodo de transición.

Respecto al capítulo de competencia, en este se establece un mecanismo de cooperación, el cual persigue los siguientes objetivos:

- Impulsar la cooperación y coordinación técnica entre las autoridades a cargo de las políticas de competencia de México y de la UE, así como proveer asistencia mutua en cualquier área de competencia en que sea necesaria.
- Eliminar las actividades contrarias a la competencia, recurriendo a la legislación apropiada, con objeto de evitar efectos negativos en el desarrollo económico y comercial de la relación bilateral.
- Resolver cualquier diferencia sobre la aplicación de las respectivas legislaciones en la materia.
- Evitar o prevenir restricciones de competencia que puedan afectar el desarrollo del acuerdo.

En cuanto al capítulo de propiedad intelectual se establecen disciplinas en lo referente a la adquisición, conservación y ejecución de los derechos de propiedad intelectual.

Se estableció un mecanismo de consulta. Asimismo, se previó la creación de un comité especial para atender los asuntos relativos a esta materia que diera solución satisfactoria a las dificultades que en el camino surgieran. En caso de que el comité no lograra este objetivo, se conservaría el derecho de apelar al mecanismo de solución de controversias previsto en el acuerdo. Adicionalmente, como parte del acuerdo se establecieron las obligaciones que ya hemos contraído en distintas convenciones multilaterales sobre la materia. A la entrada en vigor del acuerdo, México y algunos estados miembros se adhieren al acuerdo de Niza sobre la Clasificación Internacional de Bienes y Servicios para el registro de marcas y, tres años después lo harán para el Tratado de Budapest para el Reconocimiento Internacional de Depósito de Microorganismos.

Por otra parte, la UE debe completar los procedimientos necesarios para su adhesión a los tratados de la OMPI sobre Derechos de Autor y sobre Interpretación o Ejecución de Fonogramas. Ambos instrumentos ya han sido aprobados por el Senado de la República. Cabe señalar que estas obligaciones no implican compromisos adicionales para México.

Respecto a la solución de controversias, finalmente podemos decir que el acuerdo también en este campo establece un mecanismo similar al contemplado en otros tratados de libre comercio antes celebrados. En el caso de una controversia, el procedimiento acordado constará de dos etapas. La primera no contenciosa, será la de consultas ante el Comité Conjunto (órgano administrador del acuerdo formado por funcionarios de alto nivel de México y de la Unión Europea). La segunda, contenciosa, consistirá en el establecimiento de un grupo arbitral para determinar si existe alguna violación a las disposiciones establecidas en el acuerdo.

Se acordaron plazos para llevar a cabo consultas ante el Comité Conjunto, el procedimiento para la selección de árbitros, los plazos para que el grupo arbitral rinda sus informes, los procedimientos a seguir para el cumplimiento de la decisión

del grupo arbitral y los procedimientos para suspender beneficios cuando no se cumpla con la decisión del grupo arbitral.

Después de visualizar a detalle lo que abarca e implica el Tratado de Libre Comercio entre nuestro país y la Unión Europea, analicemos sus alcances.

1.3 El comercio

A pesar de lo acordado en el TLCUEM y su visión sobre las grandes diferencias que existen entre México y la UE y las intensas negociaciones que se llevaron a cabo para disminuir estos rasgos, las cifras muestran que la relación entre éstos continúa siendo muy asimétrica en la parte comercial. Las exportaciones de México hacia la UE siguen representando una parte diminuta del Producto Interno Bruto (PIB) de ésta última. Tan solo en 2005, las exportaciones mexicanas contabilizaron 0.07% del PIB de la UE, sin considerar a los países que se adhirieron en 2004. Sólo las exportaciones mexicanas a España, Irlanda, los Países Bajos, Bélgica y Portugal superaron 0.1% del PIB respectivo de cada país. En 2004, las importaciones mexicanas desde la UE contabilizaron 3% del PIB de México. En 2005, las exportaciones mexicanas a la UE representaron 4.2% del total de exportaciones de México. Esta participación, si miramos hacia atrás, no cambió mucho de 1995 al 2005. En este último año, las importaciones a México desde la UE, representaron 11.2% del total de sus adquisiciones. La participación de las importaciones creció 20%. En consecuencia, México acumuló en 10 años (1995-2005), un déficit comercial con la UE de 102 000 millones de dólares, con una ventaja comercial negativa de -46% ¹⁵.

El trasfondo de todo lo anterior es que nuestras exportaciones y nuestras importaciones se siguen concentrando en un solo país, en un solo destino, a saber, los Estados Unidos de América a través del Tratado de Libre Comercio que tenemos con él. En la actualidad el 86% de nuestras exportaciones van a ese país. Y aunque sigue manteniendo la parte más grande en cuanto a importaciones se refiere, las procedentes de China, han crecido de manera exponencial del 2005

¹⁵ Anima Puentes, Santiago, “**Las relaciones comerciales de México y la Unión Europea a seis años del Tratado de Libre Comercio**”, Comercio Exterior, Vol. 57, Núm. 4, Abril, 2007. p. 330

a la fecha. Alemania, cubre solo el 4% de las importaciones mexicanas seguida por Italia, España y Francia, cada uno con menos del 2%, lo cual demuestra que aunque los europeos capturaron parte de la participación perdida por Estados Unidos, se quedaron muy atrás de lo logrado por los asiáticos¹⁶.

En exportaciones, Alemania continúa siendo el mayor mercado para los productos mexicanos con un 34.1%, seguida por España con 25%, Reino Unido que absorbe el 10% y Holanda con el 9.2%. Los principales productos de exportación de México hacia los mercados europeos son el petróleo, vehículos automotores (partes y motores), instrumentos y aparatos de óptica y fotografía, productos farmacéuticos, bebidas alcohólicas, máquinas y material eléctrico y productos de la industria química.

Las siguientes tablas muestran la poca evolución en las cifras que ha tenido nuestro comercio con la UE desde la firma del TLCUEM hasta el primer semestre del año 2006. En la mayoría de los casos podemos observar incluso que ha decrecido, a pesar de que en 2003 y 2004 presentan un alza significativa.

¹⁶ *Ibid.* p. 328

EXPORTACIONES DE MÉXICO A LA UE
(Valor en millones de dólares)¹⁷

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
UNIÓN EUROPEA	5,646.9	5,626.2	6,211.9	6,818.2	9,141.8	10,966.8	13,943.5	17,079.9	11,352.8	5,414.3
Alemania	1,501.3	1,159.1	1,715.2	1,689.1	2,289.4	2,972.6	4,104.8	5,013.1	3,217.2	1,449.8
Austria 1/	88.5	61.1	15.8	34.4	52.5	51.2	59.9	45.5	35.7	13.5
Bélgica	458.9	482.4	343.8	442.3	534.4	686.8	841.9	794.1	703.3	332.8
Dinamarca	46.8	37.0	44.2	47.8	71.1	100.4	126.0	97.3	64.7	66.9
España	1,287.6	1,393.7	1,512.4	2,026.9	2,954.1	3,270.1	3,583.7	4,447.3	2,392.9	1,449.5
Finlandia 1/	12.3	12.0	16.7	24.7	69.0	139.2	106.8	580.6	530.2	26.2
Francia	329.8	310.0	336.7	334.8	372.7	555.9	696.9	533.3	500.8	233.9
Grecia	13.9	14.1	17.9	19.8	22.2	25.5	34.0	31.0	28.1	7.9
Holanda	424.9	796.6	700.7	606.4	801.4	1,285.9	1,570.2	2,188.7	1,494.2	671.7
Irlanda	194.6	213.0	184.4	161.9	129.4	109.4	147.6	227.6	189.8	93.2
Italia	269.8	195.6	276.1	235.5	194.7	266.7	482.2	588.3	518.6	218.8
Luxemburgo	5.1	1.7	4.0	1.6	5.0	5.0	4.6	26.3	1.1	3.8
Portugal	110.6	140.8	186.6	153.7	269.6	281.7	278.7	126.0	34.7	139.7
Reino Unido	787.1	664.0	733.5	840.2	1,188.3	924.9	1,563.2	1,753.9	1,254.2	511.2
Suecia 1/	35.6	43.4	28.5	80.2	52.8	59.2	80.6	113.7	61.5	25.3
Chipre	2.6	2.5	2.3	1.7	3.6	5.8	7.4	11.8	7.9	5.4
Estonia	1.9	0.6	0.1	0.7	0.9	2.9	9.2	7.0	2.1	1.9
Hungría	38.6	62.3	57.3	57.6	40.1	54.0	87.2	221.0	116.7	66.3
Lituania	0.3	0.9	1.2	1.6	2.7	2.3	5.5	6.6	36.6	22.3
Malta	1.2	0.5	0.7	0.4	1.6	0.7	17.4	2.2	2.0	0.3
Polonia	19.2	18.2	14.5	15.3	41.3	89.6	51.6	132.8	69.7	38.5
Eslovenia	5.4	9.6	5.2	6.7	11.4	2.8	9.2	9.4	6.1	2.8
Letonia	0.4	0.3	0.6	1.1	2.3	3.2	4.1	3.9	3.6	1.8
República Checa	9.1	6.6	8.8	30.3	29.1	67.4	64.9	111.4	73.3	27.2
República Eslovaca	1.4	0.1	4.7	3.8	2.3	3.6	5.9	7.3	7.9	3.7

Fuente: SE con datos de Banco de México

Nota 1: Las exportaciones incluyen fletes más seguros

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

¹⁷ Secretaría de Economía: www.economia.gob.mx

IMPORTACIONES DE MÉXICO PROCEDENTES DE LA UNIÓN EUROPEA
(Valor en millones de dólares)¹⁸

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
UNIÓN EUROPEA	15,056.7	16,681.0	16,950.1	18,443.2	21,656.6	25,775.6	28,938.1	33,839.5	39,160.1	27,204.3
Alemania	5,758.4	6,079.6	6,065.8	6,218.2	7,143.6	8,670.4	9,437.0	10,699.3	12,623.3	9,727.3
Austria 1/	176.8	219.6	186.6	254.8	362.8	439.0	528.2	638.9	795.6	464.4
Bélgica	465.6	630.5	556.9	572.9	715.1	838.8	804.9	761.3	884.9	612.6
Dinamarca	142.0	169.2	177.4	198.8	201.6	220.0	271.2	320.8	369.7	371.6
España	1,430.0	1,827.4	2,223.9	2,288.0	2,852.6	3,324.6	3,638.2	3,833.4	4,056.9	3,004.0
Finlandia 1/	211.7	249.5	150.9	277.0	242.0	306.1	323.6	537.0	445.9	285.7
Francia	1,466.6	1,577.0	1,806.8	2,015.4	2,395.2	2,564.6	2,661.5	3,100.9	3,512.9	2,502.5
Grecia	29.8	22.7	29.4	22.9	25.8	31.5	42.9	105.3	277.8	52.7
Holanda	363.1	470.9	546.6	555.6	700.7	924.6	1,546.8	2,466.3	4,184.4	2,170.9
Irlanda	403.6	550.9	614.4	794.6	700.2	773.7	893.2	954.0	1,015.9	812.9
Italia	1,849.4	2,100.3	2,171.1	2,473.9	2,817.1	3,498.2	4,108.5	5,560.5	5,221.9	3,146.7
Luxemburgo	17.3	17.0	17.0	29.9	39.9	67.2	64.1	108.3	81.9	66.3
Portugal	51.4	100.7	94.3	126.5	250.0	305.4	344.5	325.5	439.2	296.6
Reino Unido	1,091.3	1,344.0	1,349.8	1,242.2	1,458.2	1,866.1	2,140.3	2,300.9	2,598.7	1,837.8
Suecia 1/	1,318.0	806.1	450.9	733.2	866.9	971.9	966.5	913.2	1,086.9	695.7
Chipre	3.1	0.3	0.2	0.2	0.3	1.5	1.1	0.6	0.4	0.3
Estonia	5.1	5.8	2.3	9.6	10.0	28.5	22.4	26.3	159.4	33.8
Hungría	98.3	107.5	150.0	106.6	176.6	253.5	315.2	295.6	355.1	275.6
Lituania	6.6	1.6	12.6	2.2	8.9	10.7	11.8	14.5	87.2	57.3
Malta	22.1	147.6	154.9	293.9	326.1	207.6	158.9	143.4	107.9	108.9
Polonia	72.3	160.4	86.5	78.6	94.1	126.8	210.8	251.9	293.4	244.7
Eslovenia	9.4	12.9	14.2	22.6	42.0	40.7	53.9	61.7	75.5	54.5
Letonia	0.2	1.0	0.4	4.8	0.2	1.2	16.6	2.4	1.5	4.6
República Checa	37.0	60.2	70.7	84.6	172.3	243.8	295.0	338.7	391.1	318.5
República Eslovaca	27.5	18.3	16.6	36.0	54.2	59.2	80.9	78.9	92.8	58.2

Fuente: SE con datos de Banco de México

Nota 1: Las importaciones son a valor aduanal

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

Por otra parte, la estructura de las importaciones que México adquiere en la UE no ha cambiado significativamente como consecuencia del TLCUEM, fundamentalmente están compuestas de bienes manufacturados ya sean de capital o insumos industriales. Son tres sectores los que acumulan un porcentaje significativo de las importaciones con más del 50% del total: el automotriz,

¹⁸ Secretaría de Economía: www.economia.gob.mx

maquinaria y aparatos para el sector eléctrico. Asimismo, la importación de productos farmacéuticos y de materiales plásticos se ha incrementado considerablemente.

Los principales socios de México con relación a su nivel de importaciones son Alemania (35.9%), Italia (13.7%), España (13.0%) y Francia (11.2%), seguidos por Reino Unido (6.6%), Suecia (4.1%), Holanda (3.4%), Irlanda (3.4%) y Bélgica (3.2%).

Para 2007 las cosas se han tornado más favorecedoras pues se puede decir que el comercio bilateral alcanzó un nivel histórico de más de 50 mil millones de dólares (mmd), considerando cifras de importación de cada parte¹⁹, lo cual representa un crecimiento de casi 172% con respecto a 1999, año previo a la puesta en marcha del TLCUEM. Este extraordinario crecimiento destaca aún más si se toma en cuenta que el comercio de la UE con el resto del mundo aumentó 93% en el mismo período.

Por su parte, las exportaciones mexicanas a la UE se han incrementado en 209% en ese periodo, sumando 16 mmd en 2007. Así, el mercado de la UE se ha consolidado como el segundo destino de las exportaciones mexicanas. Por otro lado, las importaciones (por 34 mmd), crecieron 157% y tres cuartas partes corresponden a bienes intermedios y maquinaria y equipo.

A octubre de 2008, según cifras combinadas²⁰ el comercio total fue de 49.5 mmd, (19% en comparación con octubre de 2007). Las exportaciones mexicanas crecieron en un 20%, ubicándose en 16.3 mmd, y las importaciones originarias de la UE lo hicieron en un 18%, para situarse en 33.2 mmd, con respecto al mismo período del año anterior.

Todo lo anterior nos deja ver de manera muy clara que si bien los objetivos de la firma del TLCUEM tienen que ver con alcanzar un mayor intercambio comercial, así como la búsqueda de beneficios para nuestro país con el fin diversificar nuestro comercio, la realidad dista mucho de siquiera estar un poco

¹⁹ “México y la UE, una década de relaciones” Mario Chacón, embajador de México en Venezuela, Reunión regional de evaluación de los resultados de la V Cumbre ALC-UE, Caracas, Venezuela, febrero 2009 S P/RR-ERVCALC-UE/Di N°7-09 P. 2

²⁰ *Ibidem*.

cerca de esto con todo y que el comercio ha crecido. Nuestro apego a Estados Unidos, en muchos aspectos, sigue limitando e inclusive obstaculizando el alcance de ellos.

Queda claro que el TLCUEM, contempla muchos aspectos que muy bien podríamos aprovechar para que, en efecto, aumentáramos nuestra oferta exportable al grueso de países que componen la UE. Pero hay algo que lo impide y que desde nuestra perspectiva, va mucho más allá del interés que hemos depositado en Estados Unidos. Esto tiene que ver con un problema interno a nivel de autoridades e incluso del sector privado, que impide el conocimiento generalizado de los beneficios que podría atraernos el incrementar nuestros envíos de los diversos productos que comercializa nuestro país. Diversos productores nacionales ávidos de vender sus productos, no conocen las oportunidades derivadas de otros acuerdos más, que lo que saben sobre el TLCAN y los supuestos beneficios que éste nos ofrece. Si analizamos con detenimiento las ofertas que presenta el TLCUEM, podemos ver que son en realidad bastante favorables para nuestro país, con todo y que existen muchas diferencias a nivel de recursos, entre nosotros y el conjunto de países europeos. También es cierto que debido a esta misma razón, y al poder económico que tienen, éstos han podido beneficiarse en mejores condiciones de la firma del tratado, pues tienen los recursos para llegar con buenos productos a nuestro país, y sus empresas, grandes empresas, que pueden salir de sus fronteras y formar grandes conglomerados económicos que absorben a las nacionales.

Sin embargo, el punto es ver cómo podemos, en medio de las desventajas y de las condiciones actuales en las que nos encontramos, hallar salidas próximas a nuestro estancamiento en cuanto al comercio se refiere. El asunto es buscar la manera de impulsar a nuestros productores nacionales para que busquen alternativas y puedan competir con los productos que elaboran países altamente industrializados. Aunque de entrada esto parece bastante difícil, muchas empresas mexicanas han mostrado ser muy eficientes en lo que a procesos productivos se refiere. Lo que se necesita es que estén orientadas y apoyadas adecuadamente para que logren hallar el financiamiento o la ayuda económica

necesaria para presentarse bien equipadas en los mercados internacionales que actualmente son particularmente exigentes por todas las opciones que existen.

En los siguientes capítulos de este trabajo, analizaremos algunas propuestas para reactivar nuestra cadena productiva y ver cómo podemos hacer efectivo este trabajo para diversificar nuestro comercio.

1.4. Las inversiones.

1.- Empresas con inversión de la Unión Europea.

Al mes de septiembre de 2006 se contaba con el registro de 7,629 sociedades con participación de la Unión Europea en su capital social, esto es, el 22.1% del total de sociedades con inversión extranjera directa (IED) registradas en México (34,535) ²¹. Las empresas con inversión de la Unión Europea se dedican principalmente a las actividades del sector servicios (44.0% del total) y de la industria manufacturera (24.6%), y se localizan en mayor medida en el Distrito Federal, Quintana Roo, Estado de México y Jalisco.

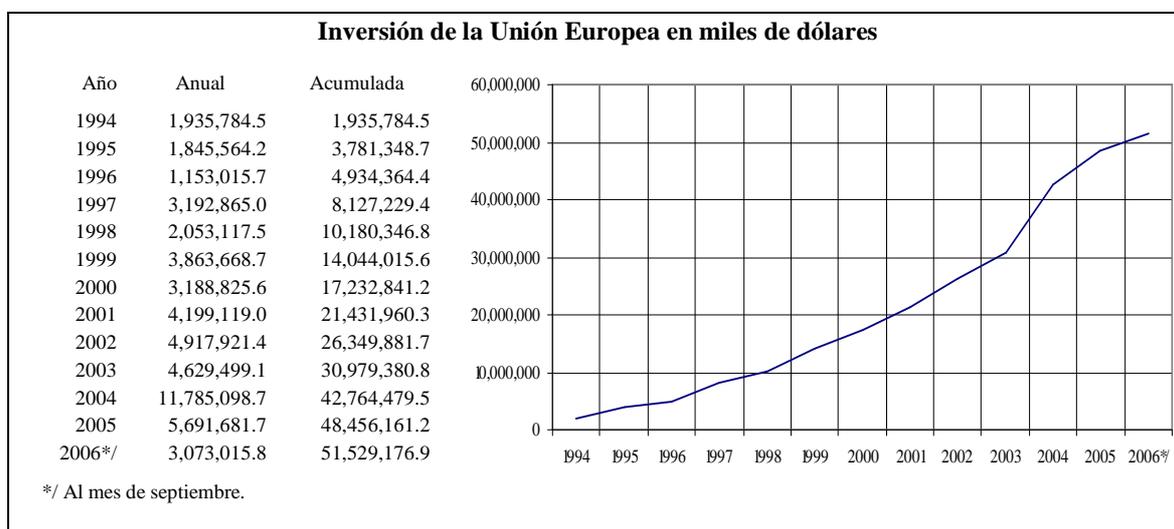
2.- Inversión de la Unión Europea realizada entre 1999-2006.

Entre enero de 1999 y septiembre de 2006, las empresas con capital de la Unión Europea realizaron inversiones por 41,348.8 millones de dólares (md), cantidad que representa el 28.4% de la IED total que ingresó al país en ese lapso (145,763.5 md). Con ello, la Unión Europea ocupó la segunda posición como fuente de inversión en México. Los principales países inversionistas de la Unión Europea son: España, que aportó el 38.3%, Holanda, con 36.1%; Reino Unido, con 10.3%; y Alemania, con 7.0.

3.- Inversión de la Unión Europea acumulada en México.

²¹ En el mes de diciembre de 2005 el Registro Nacional de inversiones Extranjeras (RNIE) llevó a cabo una depuración del padrón de empresas con IED, al excluir del padrón tanto a las empresas canceladas como a las empresas que no han reportado actividad durante los últimos diez años. Cabe señalar que dicha depuración se reflejó únicamente en el número de empresas registradas, pues los montos de inversión no se afectan debido a que éstos se integran con los flujos netos de IED (entradas y salidas de inversión para un periodo) y por tanto ya incluyen los cambios operativos de las empresas

La inversión de la Unión Europea acumulada a partir de 1994 asciende a 51,529.2 md y equivale al 26.7% de la IED total destinada al país entre enero de 1994 y septiembre de 2006.



4.- Distribución sectorial de la inversión de la Unión Europea entre enero de 1999 y septiembre de 2006.

La inversión de la Unión Europea canalizada al país entre enero de 1999 y septiembre de 2006 se destinó a la industria manufacturera, que recibió 43.4% del total; el sector servicios captó 42.3%; el comercio, 4.8%; y otros sectores, el 9.5%.

Principales ramas económicas receptoras de inversión de la Unión Europea

	Ramas	Monto (miles de dólares)	Part. %
1	Servicios de instituciones crediticias, bancarias y auxiliares de crédito.	7,668,159.7	18.5
2	Prestación de servicios profesionales, técnicos y especializados	3,937,146.9	9.5
3	Elaboración de otros productos alimenticios para el consumo humano	3,548,418.5	8.6
4	Industria automotriz.	2,017,825.7	4.9

5	Comercio de productos no alimenticios al por mayor	1,887,551.3	4.6
6	Electricidad.	1,645,802.6	4.0
7	Fabricación de otras sustancias y productos químicos.	1,639,178.4	4.0
8	Servicios de instituciones de seguros y fianzas.	1,527,891.7	3.7
9	Servicios de instituciones financieras del mercado de valores.	1,470,792.0	3.6
10	Comunicaciones.	1,414,527.5	3.4
	Otras	14,591,535.8	35.2
	Total	41,348,830.1	100.0

5.- Destino geográfico de la inversión de la Unión Europea en México entre enero de 1999 y septiembre de 2006.

Asimismo, de acuerdo al destino geográfico de la inversión de la Unión Europea, ésta se dirigió principalmente a las siguientes entidades federativas²²:

	Estado	Monto (miles de dólares)	Part. %
1	Distrito Federal	23,859,242.9	57.7
2	Estado de México	6,059,827.9	14.7
3	Nuevo León	5,064,628.0	12.2
4	Jalisco	1,649,168.3	4.0
5	Puebla	1,361,480.6	3.3
6	San Luis Potosí	669,805.4	1.6
7	Veracruz	504,390.6	1.2
8	Querétaro	328,455.1	0.8
9	Quintana Roo	228,518.0	0.6
10	Baja California	217,416.0	0.5
	Otros	1,405,897.3	3.4
	Total	41,348,830.1	100.0

²² Estudio de la Secretaría de Economía www.economia.gob.mx/pics/p/p1246/UESEP06.doc

Datos más recientes nos dejan ver que México ha recibido 70.8 mmd de inversión productiva de la UE entre 1999 y septiembre de 2008. En 2007 los flujos de inversión europea en México por primera vez superaron a las provenientes de EE.UU.; no obstante, siendo la UE la principal fuente de inversión extranjera directa (IED) en el mundo, es la segunda para México, por lo que se tiene un amplio margen para atraer mayor inversión comunitaria hacia el país. El peso relativo de la inversión europea en México ha aumentado progresivamente, representando ahora el 34% del total de la IED en México; la mayor parte de las inversiones de la UE se ha orientado a las actividades manufactureras (38% y sobre todo a los sectores de alimentos procesados, químicos y automotriz), servicios financieros y otros servicios. Los principales Estados miembros de la UE en México concentran el 92% de la IED de la UE entre 1999 y septiembre 2008 y son: España (46%), Países Bajos (31%), Reino Unido (10%) y Alemania (5%). Los principales destinos geográficos de la IED de la UE para el mismo período son: Distrito Federal (64 % de la IED), Nuevo León (11%) y Estado de México (10%)²³.

La siguiente tabla muestra valores en millones de dólares.

Países	Años										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
4 Alemania	347.8	-108.2	599.4	446	405.8	334.8	628.8	555.7	389.9	-16.9	227.8
14 Austria	1.8	15.8	0.7	-8	1	-0.3	42.5	55.5	31.9	-12.2	-7.9
19 Bélgica	39.6	71.3	108.6	225.7	46	-17.4	202	229.9	89.3	307.2	-0.4
47 República Checa	0	0	0	0.2	0	0.2	0.2	4.1	5.5	0	0
50 Chipre	0	1.2	0	0	0	0	0	0	0	0.1	0
51 Dinamarca	203.2	251.9	208.4	112	115.8	40.3	195.5	87.9	46	-10.8	-17.9
57 España	2,116.60	2,893.60	4,995.40	2,894.50	7,863.90	1,244.40	1,759.70	5,301.70	4,549.90	2,497.70	562.5
62 Finlandia	219.1	83.7	24.9	120.4	-50.1	18.2	29.3	53.4	33.3	2	0.8
63 Francia	-2,453.40	440.8	146.6	532.7	229.1	366.5	149.9	200.8	135.4	179.4	2.8
70 Grecia	0	0	0.1	0	0	0	0	0.1	0	0.1	0.1
79 Holanda	2,696.80	2,653.90	1,607.00	763.8	3,337.10	2,465.80	2,785.30	5,612.50	1,518.40	1,993.40	1,452.30
82 Hungría	0	0	0	1.6	0	0	0	0	0	0	0
85 Reino Unido	283	138.1	1,261.60	1,082.10	288.7	1,332.50	936.3	591.7	1,083.90	219.8	-33.1
88 Irlanda	4.9	1.8	107.2	-3.3	-1.1	16.9	-11.2	79.9	95.4	108.6	-0.7
91 Italia	36.5	18	38.2	9.6	178.7	25.5	20.6	48.1	106.3	18.4	6.3
104 Luxemburgo	20.6	128.6	45.8	32.3	27.9	167.5	174.5	536.6	403.3	182.3	71.7
109 Malta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
132 Polonia	0	0.2	0.5	0.6	1	1.5	0	0.2	0	11.6	0
133 Portugal	-0.2	0.2	11.5	2.2	-0.8	0.8	0	6.7	0	0	0
152 Suecia	-279.4	-123.8	-38.4	-41	408.9	375.2	38.8	24.6	79.4	13.4	4.1
199 Eslovaquia	0	0	0	0	0	0	0.2	0	0	0	0
212 Lituania	0	1.1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
213 Eslovenia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Respecto al análisis antes citado realizado por la Secretaría de Economía, podemos ver que la inversión de la UE en nuestro país es muy importante. Sin

²³ *Supra*.

embargo, los recursos que se derivan de ella siguen beneficiando a empresas con socios europeos que terminan por hacer suyo todo el capital disponible, desbancando a los empresarios nacionales. Esta situación ha causado muchos problemas a los productores nacionales. Los beneficios siguen concentrándose en los europeos. El capital que inyectan al país, sale multiplicado después de haber sido trabajado por manos mexicanas. El punto es ver cómo se utilizan los recursos de dicha inversión en el país. Se trata de ver si se utilizan para abrir empresas y crear empleos o para cerrar a las nacionales y erigir a las extranjeras. Nuevamente consideramos que las autoridades mexicanas tienen mucho que hacer al respecto. La apertura comercial, lejos de beneficiarnos nos está perjudicando. No es posible que consideremos que si dejamos las empresas nacionales en manos extranjeras, éstas podrán crecer. Pasa todo lo contrario, los que crecen y siguen enriqueciéndose son los extranjeros. Nosotros mismos hemos propiciado las condiciones para que éstos se beneficien. Lo único que éstos hacen es corresponder a lo que nosotros mismos hemos permitido. Por eso, en la sustancia, los datos en comercio exterior, siempre serán negativos para el país. Una vez más reiteramos que aunque es bien sabido que existen muchos intereses de por medio y no podemos dejar a un lado nuestra realidad, tenemos que hacer algo para sopesar los efectos negativos que una mala dirección en la política exterior y comercial de nuestro país nos ha atraído.

Al estudiar los datos anteriores, podemos ver que aún queda mucho por hacer para mejorar nuestra situación de intercambio comercial con la Unión Europea, que es el caso que estamos estudiando. Pasemos a analizar algunas opciones para reactivar la cadena productiva considerando en ella a los pequeños y medianos empresarios mexicanos.

CAPÍTULO 2

El Programa Integral de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas (PIAPYME), como impulso al desarrollo.

2.1 Las PYMES, sus problemas y los esfuerzos gubernamentales.

Las Pymes constituyen en México y en el mundo un factor estructural de sustento del mercado interno y el elemento fundamental del desarrollo social, por su importancia cuantitativa en el valor de la producción, los empleos que generan y su flexibilidad para ofrecer oportunidades a la iniciativa de los ciudadanos.

Sin embargo, a pesar de su importancia económica y estratégica para el crecimiento de nuestro país, las pequeñas y medianas empresas están enfrentando graves problemas de expansión. Los más comunes son la escasez de disponibilidad de crédito y otras fuentes de financiamiento, la dificultad para adquirir tecnología, o en todo caso adaptarla, la falta de una cultura empresarial, la escasa capacitación de la fuerza laboral, así como el marco regulatorio que las rodea y el entorno globalizado y de constante progreso tecnológico.

Particularmente en México, las Pymes no tienen conocimientos específicos y consecuentemente tienen que competir con salarios bajos y calidad baja, esto explica que la productividad laboral de las Pymes represente el 20% de la empresa grande, mientras que en los países desarrollados es del 70 y 80%, situación que refleja que la productividad de las Pymes hoy, es menor que la que presentó hace tres décadas²⁴.

Su participación en el desarrollo económico y social es determinante, tanto porque son las primeras encargadas de satisfacer las necesidades de la población, como porque son las principales suministradoras de materia prima para la elaboración de productos que son altamente exportables.

Por lo tanto, y frente a la situación económica actual que vive nuestro país, resulta esencial que centremos nuestros esfuerzos en apoyar a ésta parte de la

²⁴ **“Cruzada a favor de las pequeñas y medianas empresas”**. Cuauhtémoc Martínez García, El Financiero, 20 de diciembre de 2006.

cadena productiva. Es necesario reafirmar el papel que desempeñan las pequeñas y medianas empresas de México como instrumento de generación de riqueza y de empleo. Para ello, el trabajo del gobierno en conjunto con el sector privado es elemental ya que sólo así será posible ampliar y profundizar la transformación de la planta productiva nacional.

Hasta ahora, los esfuerzos gubernamentales por eliminar los problemas que principalmente azotan a las Pymes, se han visto muy limitados. La falta de recursos para tal fin ha sido un factor clave. La toma de decisiones de nuestros gobernantes, en lugar de aumentar las posibilidades de desarrollo, pone ante nuestros empresarios mayores obstáculos.

Todo lo anterior, repercute en la incapacidad de las Pymes para entrar al mercado exportador, para ser más productivas, para crear productos de calidad y para generar empleos.

Muestra de lo anterior es el Fondo Pyme que comenzó a operar el 25 de marzo de 2006. Ha puesto especial énfasis en los procesos colectivos de innovación y eficiencia, los cuales favorecen la descentralización y el desarrollo de redes. Del mismo modo, los Estados, autoridades locales y organismos intermedios han contribuido activamente al diseño e implementación de ésta política de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas. Ha desarrollado y expandido una serie de programas orientados al acompañamiento durante todas las etapas del desarrollo empresarial. Con base en sociedades público/privadas temporales, estos programas incluyen el apoyo a través de laboratorios de innovación, incubadoras, centros de desarrollo empresarial, aceleradoras de negocios y centros para la exportación.

No podemos dudar que su trabajo ha tenido resultados favorables como las mejoras en el acceso al financiamiento, lo cual se ve reflejado en las primas de bajo riesgo y los menores costos transaccionales, lo cual amortigua la entrada de las micro, pequeñas y medianas empresas a la economía formal y el que se reduzca el tiempo administrativo necesario para la creación de empresas, mientras que el promedio de vida de las mismas también se ha elevado.

Sin embargo, como mencionábamos anteriormente, con todo y que el grado de empuje de la política ha sido impresionante, aún queda mucho espacio para mejorar. El marco de la política integral puede ser refinado mediante la optimización de coordinación y explotación de sinergias entre las diferentes agencias federales, estados y gobiernos locales y el gasto relacionado con las micro, pequeñas y medianas empresas. Aún más, la apropiación de programas de apoyo ha sido dispareja entre las regiones y entre las empresas. Esto requiere de un robustecimiento de los esfuerzos para fortificar la capacidad de los estados y autoridades locales para que incorporen las iniciativas de la política federal, y puedan expandir el grupo de iniciativas a la medida que favorezcan a las empresas.

A pesar de que con el tiempo se han incrementado los recursos del Fondo Pyme, estos continúan siendo escasos e insuficientes dada la magnitud de las debilidades del sector de las micro, pequeñas y medianas empresas. Nuevos recursos deberán ser destinados principalmente a la expansión de los programas existentes y a la creación de una cultura de evaluación de impacto eficiente, la cual es fundamental para el empleo más eficiente de recursos escasos. Por último, las condiciones micro económicas generales necesitan ser mejoradas ya que existe un claro vínculo entre éstas y los requerimientos de implementación de las políticas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas en México. A pesar de una cierta mejora debido al SARE (Sistema de Apertura Rápida de Empresas), el clima en el cual funcionan continua siendo desfavorable comparado con el de otros países de la OCDE. Acompañado por mejores condiciones de financiamiento, una mejor implementación de medidas de simplificación fiscales y de regulación permitiría acelerar la entrada de micro-firmas en la economía formal y la de las pequeñas y medianas en el mercado mundial.

A la par de lo anterior, han surgido programas para apoyar a las pequeñas y medianas empresas mexicanas en su actividad exportadora o para impulsarlas a diversificar su mercado. Un claro ejemplo es el PIAPYME, veamos cómo funciona.

2.2 Surgimiento del PIAPYME.

El 24 de mayo de 2004, dio inicio este programa que en primera instancia, arrancó con un presupuesto de 24 millones de euros, financiado al 50 por ciento por nuestro país y la comunidad europea. Surgió de la necesidad de apoyar a las empresas mexicanas, pequeñas o medianas para que pudieran alcanzar sus metas de crecimiento, de expansión y de exportación.

Con este programa, nuestro gobierno pretende extender los beneficios del comercio internacional a la pequeña y mediana empresa tomando en cuenta que México tiene acuerdos de libre comercio con 42 países del mundo, que nos permiten concurrir a ellos sin costo de aranceles, lo cual les da a nuestras empresas, una ventaja competitiva muy clara.

Como hasta ahora estos acuerdos han favorecido a las grandes empresas globales, el gobierno mexicano consideró oportuno compartir esas ventajas y asegurarse que las aprovechen también las pequeñas y medianas empresas.

Países como Hungría, Polonia y Suecia y en general, el grueso de los que conforman a la Unión Europea, han compartido abiertamente el deseo de comerciar con México; pero sobre todo, existe un interés especial de las pequeñas y las medianas empresas de estos países para hacerlo.

Siendo así, resulta importante tomar en consideración tanto el deseo de México como de los europeos por entablar una relación económica más fuerte, para que crezcamos en este ámbito.

Hoy particularmente, se están presentando excelentes oportunidades para aprovechar este programa ya puesto en marcha. Una empresa pequeña o mediana se tiene que fortalecer en el mercado mexicano, pero tiene también que acceder a mercados internacionales para lograr su crecimiento y expansión.

Por ello, y en favor de acelerar el motor de la economía interna, el PIAPYME es presentado como una opción importante y muy valiosa para alcanzar dicho fin, veamos porqué.

2.3 Objetivos

El PIAPYME es un programa de la Comisión Europea y la Secretaría de Economía que busca fortalecer las relaciones económicas, comerciales y empresariales entre México y la Unión Europea.

Sus instrumentos consisten en una amplia gama de actividades de asistencia técnica, capacitación y servicios de información, dirigidas hacia empresas individuales, grupos de empresas y operadores mexicanos y europeos, tanto privados como públicos.

Su meta es ser el programa de referencia en la concreción de negocios de PYMES exportando a la UE. Sus objetivos son fortalecer las relaciones económicas, comerciales y empresariales entre México y la Unión Europea e incrementar la competitividad y la capacidad exportadora de la pequeña y mediana empresa mexicana.

Lo anterior nos señala que el PIAPYME tiene un enfoque novedoso, puesto que busca abiertamente que las empresas mexicanas se internacionalicen, por decirlo así, busca concretamente ser la fuerza que impulse su crecimiento y expansión. Asimismo, lo que pretende es que las empresas busquen ventajas comparativas que les permitan alcanzar sus propios objetivos. Uno de ellos, quizá el más importante es el volverlas realmente competitivas. Los elementos para alcanzarlo son el entorno nacional favorable, es decir, el apoyo que encuentren al interior de su país así como la manera en la que ya están colocadas o posicionadas en el mercado además de las ventajas que se derivan de los tratados internacionales. Por otro lado, pueden aprovechar también el transporte y todo lo relacionado con su efectividad, rapidez y confianza, así como el financiamiento que se les pueda otorgar o las facilidades que puedan encontrar para acceder a él. Por último, se encuentra la infraestructura disponible que actualmente es crucial para comerciar tanto al interior como al exterior de un país. A muchos de nuestros productores nacionales les cuesta mucho trabajo y

recursos transportar sus mercancías a los principales puntos de salida del país, precisamente por la falta de una infraestructura adecuada para dicho fin.

Mientras los elementos antes mencionados son esenciales para que nuestras empresas sean competitivas en el exterior, para que lo sean al interior, deben contar con capacidad gerencial de primera que cubra y estudie todos los elementos relacionados con su capacidad exportadora. Deben elegir los procesos adecuados para ingresar a un mercado en condiciones óptimas. Asimismo deben contar con personal calificado, especializado en comercio exterior que pueda cumplir con los objetivos que busca la empresa.

Contando con todo lo anterior, el trabajo del PIAPYME se agiliza y llega a ser exitoso en la medida en que impulse a las empresas a obtener buenos resultados y a cumplir con sus objetivos de fortalecimiento y expansión.

Así, las acciones que desarrolló el PIAPYME durante los 4 años de su duración persiguieron:

- Incrementar la competitividad de las PYMES mexicanas mediante acciones de asistencia técnica y capacitación.

- Incrementar la eficiencia productiva, administrativa y comercial de las empresas mexicanas mediante el apoyo a la transferencia de tecnología, "know how", desarrollo e innovación tecnológica.

- Respaldo los procesos de cooperación empresarial que coadyuven a la generación de coinversiones y alianzas estratégicas entre pequeñas y medianas empresas europeas y mexicanas para acelerar su proceso de modernización e internacionalización.

- Mejorar la promoción y facilitar el intercambio comercial entre México y la Unión Europea.

- Fomentar la integración de cadenas productivas a través de la cooperación

empresarial.

- Fortalecer los mercados mediante el apoyo a sistemas de información de comercio exterior de fácil acceso.

Ahora veamos como trabaja el programa a través de su estructura interna.

2.4 Estructura interna

La Secretaría de Economía coordina actualmente la gestión del Programa a través del Centro Empresarial México Unión Europea (CEMUE).

Los beneficiarios, son Pequeñas y medianas empresas con cierta capacidad tecnológica y empresarial, ya sean exportadoras y/o potencialmente exportadoras que requieran prepararse para acceder al mercado de la Unión Europea.

Los criterios de elegibilidad son los siguientes:

- Ser una empresa o grupo de empresas mexicanas legalmente constituidas.
- Pequeñas o medianas de acuerdo a la siguiente clasificación

Clasificación por número de trabajadores			
Sector/Tam año	Industria	Comercio	Servicios
Pequeña empresa	11-50	11-30	11-50
Mediana empresa	51-250	31-100	51-100

- Un año de operación como mínimo
- Ser empresa exportadora o con capacidad de hacerlo, directa o indirectamente
- Estar ubicada en territorio nacional

- Estar en posibilidad de cubrir el 30% del costo del servicio y asumir el compromiso.

Con el fin de maximizar los beneficios del Programa e incrementar el número de beneficiarios, éste trabajó preferentemente con el apoyo de Operadores, quienes fueron susceptibles de recibir los servicios de capacitación, asistencia técnica e información que proporciona el PIAPYME, con el fin de apoyar sus actividades de vinculación con las PYMES mexicanas. Asimismo, éstos ofrecieron sus conocimientos y acciones de capacitación y fueron contratados por el Programa en proyectos específicos.

Las PYMES, Grupos de PYMES y/u Operadores interesados en obtener apoyo tenían que requisitar y presentar un proyecto específico en los formatos establecidos ante el Centro Empresarial México-Unión Europea (CEMUE). Una vez presentado se realizaba el análisis del mismo y de ser aceptado se formalizaba el otorgamiento del apoyo a través de la firma de un Convenio para posteriormente pasar a su ejecución.

Al respecto aclaramos que un Operador es una organización pública o privada, europea o mexicana, que apoya o trabaja con PYMES y funciona como intermediario entre PIAPYME y éstas. Otros participantes fueron algunos expertos (prestadores de servicios) como empresas, consultores, organismos de promoción y otros, interesados en ofrecer sus servicios de consultoría.

Los apoyos PIAPYME tienen un concepto de integración tal, que ponen a disposición servicios en áreas y temas que facilitan la gestión de las PYMES, desde la elaboración de un diagnóstico internacional de la empresa hasta la conformación de alianzas estratégicas con empresas europeas. Ahora bien, con el objeto de acompañar el proceso de internacionalización de las anteriores, se puede formular y solicitar un proyecto compuesto por diferentes tipos de servicios para una sola empresa.

Por lo anterior, fue necesario que el proyecto estuviera bien justificado y que se basará sobre un diagnóstico previo de la problemática encontrada en la empresa con objetivos, indicadores, resultados esperados y apoyos seleccionados.

En el caso de que una empresa no hubiera iniciado su proceso de internacionalización y que no tuviera la capacidad de auto-diagnóstico para determinar sus prioridades en términos de apoyo, se incentivó la formulación de un proyecto considerando asistencia técnica en diagnóstico internacional.

Por otro lado, el programa pone a disposición de los operadores, principalmente, apoyos de capacitación y transferencia de tecnología e información. Cuando los Operadores solicitan un proyecto de apoyo para ellos, deben comprometerse a difundir dicha capacitación a sus empresas.

2.5 Actividades generales

Las principales actividades del Programa se efectuaron a través de proyectos integrados. Sin embargo, el conjunto de empresas que decidieron unirse para exportar sus productos, fueron apoyadas individualmente en primera instancia a través de estudios que elevaran su capacidad exportadora. Dichos estudios consistieron en lo siguiente:

- 1. Diagnóstico.** Se estudian las capacidades, así como las debilidades de la empresa respecto al producto que comercializa y las posibilidades por tanto, de que tenga éxito en los mercados internacionales. Se detectan las necesidades de mejora en las seis áreas de las empresas: Dirección, Administración, Factor Humano, Contabilidad y Finanzas, Producción y Comercialización. Se presenta un plan de mejora con el fin de identificar el nivel de madurez de la empresa para hacer negocios con la UE.
- 2. Mejora de procesos.** Para llevar a cabo esto, se presentan soluciones a los resultados extraídos del diagnóstico, es decir, se presentan opciones para mejorar el producto de la empresa y por tanto, su capacidad exportadora. Con esto se pretende que las empresas cuenten con procesos productivos mejores y más eficientes.
- 3. Capacitación.** Este aspecto es esencial para poner en marcha las soluciones presentadas a los principales problemas que tiene la empresa y que derivan en una clara falta de competitividad en el entorno internacional. La capacitación prepara a la empresa para vencer los obstáculos existentes. Se

prepara al personal sobre técnicas de negociación, management multicultural y recursos humanos, con el fin de mejorar y fortalecer la cultura empresarial de las Pymes mexicanas y preparar a la organización para su proceso de internacionalización

4. Certificaciones. Se busca la certificación del producto, con el fin de que cumpla hasta con los estándares más elevados de calidad y la empresa sea más competitiva y productiva.

5. Adecuación de productos. En este aspecto, diversos expertos en el producto lo estudian para mejorarlo o en su caso, hallar posibles deficiencias y promover su conversión para que sea mayormente aceptado en los mercados internacionales. Se rediseña el producto, el envase, empaque, embalaje y etiquetado. También se toma en cuenta la normalización del producto (marcado CE, certificación orgánica, EcoLabel, EurepGap). Todo esto con el fin de que el producto satisfaga los requisitos del cliente, en este caso, el europeo.

6. Estudios de mercado. Una vez que se cuenta con un producto eficiente y de calidad, es preciso estudiar los posibles mercados en los que podrá incursionar de manera exitosa.

7. Plan de negocios. Teniendo presente los mercados a los que puede entrar el producto en condiciones favorables, se puede empezar a planear la venta de éste, tanto el lugar como los principales contactos a los que se llegará. Se identifica a los clientes / contrapartes potenciales para la realización de negocios en Europa y se buscan las alianzas necesarias para incrementar la competitividad de la empresa mexicana

8. Promoción en la UE. Se buscan oportunidades para que otros mercados sean abiertos al producto, dándolo a conocer en distintas partes de la UE, es decir, se le otorga una amplia difusión a través de ferias, misiones, encuentros, etc.

9. Exportación. Finalmente, después de un estudio detallado, el producto es exportado con amplias posibilidades de éxito, así como una mayor demanda a futuro.

Como es perceptible, el papel que desempeña el programa es crucial y de suma importancia, ya que vela porque los productos mexicanos se comercialicen con altas probabilidades de éxito. Es muy diferente ver a una empresa trabajar sola, aún con todos los elementos necesarios para entrar a un nuevo mercado, corriendo con todos los riesgos que ello implica, a que vaya de manera segura junto con otras de su mismo ramo a posicionarse en los mercados internacionales. Esto último a su vez genera menos competencia y mayores ganancias. Como su nombre lo indica, las pequeñas y medianas empresas, en muchos de los casos tienen poca experiencia o aún muchas deficiencias en estos aspectos. El que cuenten con una ayuda tan especial como la que presta el programa les permitirá mejorar su eficiencia.

La alianza con otras empresas asimismo, forja en éstas mayor crecimiento, al unir fuerzas o complementarse en cuanto a tecnología o procesos productivos avanzados. Generalmente, cuando una empresa grande transfiere tecnología a las pequeñas o medianas, difícilmente éstas pueden adaptarlas debido a que sus procesos son muy distintos. La empresa pequeña necesita sufrir un cambio radical, que pocas veces es costeable por parte de sus dueños. Si el apoyo va de la mano a una empresa similar y se utilizan de manera eficiente los recursos, las ventajas son mayores. Por ello, el apoyo que brinda el programa puede capacitarlas aún en estos aspectos, al hacerles ver lo viable de trabajar en conjunto con otras empresas, ya que muchas veces éstas consideran esa forma de trabajo como algo perjudicial.

Por otro lado, dichas empresas²⁵, al ser más fuertes, pueden derramar sus beneficios al grueso de la población, pues se generan más empleos de mexicanos para mexicanos y nos damos a conocer en otros mercados por trabajos de calidad bien procesados, más allá de vender únicamente la materia prima para que la trabajen empresas más grandes.

²⁵ De acuerdo con información de INEGI, en México hay alrededor de tres millones de unidades económicas, de las cuales 96% es microempresa. El 42% del Producto Interno Bruto lo representan las pequeñas y medianas empresas, que además ocupan 71% de la planta laboral de México.

Así entonces, el PIAPYME trabaja por proyectos, no directamente con empresas individuales, sino a través de algunos organismos intermedios y empresas consultoras que llevan a cabo las actividades descritas. De modo operativo, una vez que se unen diez o quince empresas para trabajar, éstas presentan un proyecto en el que especifican el producto que quieren vender y a dónde desean que llegue. De esta forma, si el programa aprueba el proyecto se busca la manera de comenzar a ayudarles, procurando que esto sea de forma inmediata.

Así, las actividades específicas para proyectos sectoriales que tienen que ver con grupos de empresas estructurados de acuerdo a una cierta demanda y oferta nacional de manera que atiendan sus necesidades son las siguientes:

- Diagnósticos
- Implementación de mejoras
- Certificaciones
- Adecuación de productos
- Estudios de mercado
- Talleres de mercadotecnia
- Empaque y embalaje
- Agendas de negocios

Lo anterior se lleva a cabo con el fin de integrar grupos de empresas, con intereses comunes, dentro de un mismo sector y una misma región y ofrecer un mecanismo, con diferentes actividades, eventos y servicios, dentro de un mismo programa integral de apoyo. Las empresas trabajan en grupos para obtener un mayor impacto y un mejor rendimiento de los recursos. En realidad, se trabaja con las diferentes regiones y sectores del país de acuerdo a su potencial de exportación a la UE.

Sin embargo, para prestar un mejor servicio, el PIAPYME evolucionó y en 2007 de la mano del programa nacional COMPITE, modificó sus servicios. Los principales cambios presentados son los siguientes:

- **Diagnóstico DIMO2**

Con el DIMO como antecedente, y con el fin de seguir apoyando a las Pymes mexicanas, el CEMUE-PIAPYME actualiza y fortalece sus servicios de diagnósticos empresariales, a través del DIMO2; el cual es un diagnóstico empresarial global, aplicable a Pymes, que permite ubicar las áreas y factores que determinan los niveles de productividad y competitividad de las mismas.

El diagnóstico es efectuado por especialistas relacionados con el sector de las organizaciones a diagnosticar, y su análisis abarca prácticamente todas las áreas de la empresa.

Una de las nuevas características del DIMO2 es el módulo de internacionalización, que incluye cuatro ejes principales:

- a) Evaluación del interés de internacionalización de la empresa.
- b) Factores sensibles a la cultura y el idioma que la empresa puede encontrar al momento de incursionar en el mercado internacional.
- c) Factores mercadológicos a tener en cuenta, respecto al sector y tipo de productos de la empresa a internacionalizar.
- d) Factores empresariales.

- **Implementación de mejoras de procesos productivos, comerciales y de gestión**

El servicio consiste en brindar asistencia técnica especializada a empresas, a través de acciones puntuales de consultoría, y con el objetivo de mejorar los procesos productivos, administrativos y comerciales de las Pymes beneficiarias del CEMUE-PIAPYME. En este sentido, abarca áreas como:

1. Agilización de Flujos de Producción.
2. Flujo de Desperdicios.
3. Optimización del Espacio en Planta.
4. Formación de Equipos de Trabajo.
5. Agilización de los Sistemas de Gestión.
6. Capacidad de Servicio.

7. Tiempo de Respuesta en el Servicio.
8. Flujos de Información.

- **Mejora de procesos de comercio exterior**

Este servicio brinda asistencia técnica especializada a las Pymes en cada uno de los procesos de exportación, a saber:

- a) Plan estratégico de exportación
- b) Aspectos legales y fiscales
- c) Aspectos administrativos, financieros y contables
- d) Capacitación en recursos humanos
- e) Logística
- f) Comercialización

- **Encuentros sectoriales**

Encontrar compradores en Europa puede resultar una tarea muy compleja para cualquier Pyme mexicana que busque realizar negocios en la Unión Europea. Debido a ello, el CEMUE-PIAPYME pone a disposición de sus beneficiarios el servicio de Encuentros de Negocios, el cual consiste en la realización de encuentros entre 40 Pymes mexicanas con 15 europeas, con el fin de materializar cualquier clase de negocio o acuerdo de tipo comercial.

En este sentido, durante el Encuentro de Negocios se realizará lo siguiente:

- a) Un seminario técnico (tema a definir)
- b) Reuniones de Negocios
- c) Visitas técnicas (opcionales): El comprador europeo tendrá la posibilidad de visitar las instalaciones de una Pyme mexicana específica sobre la que esté interesada; o bien, la Pyme mexicana puede invitar a una empresa europea específica para que la visite en su planta.

- **Agendas de negocios**

Uno de los obstáculos a los que se puede enfrentar una Pyme que busca exportar, es la falta de contactos en el mercado donde se busca incursionar. Con esto en mente, el CEMUE-PIAPYME ofrece el servicio de las Agendas de Negocios, el cual consiste en buscar a clientes europeos potenciales para las Pymes mexicanas, con el fin de establecer relaciones de negocios duraderas.

El servicio de Agendas de Negocios presenta dos modalidades:

1) Agendas de negocios en la Unión Europea:

Al menos cinco contactos precalificados en la Unión Europea, que cumplen con los requisitos establecidos por la empresa mexicana, y que han demostrado un interés previo en su oferta

2) Misiones Inversas (en México)

Contactos precalificados en la Unión Europea, que cumplen con los requisitos establecidos por la empresa mexicana, y que han demostrado un interés previo en su oferta.

La Pyme mexicana será visitada por las empresas europeas interesadas.

• **Certificación de Productos Orgánicos**

La seguridad alimenticia y la agricultura orgánica han venido ganando terreno dentro de la producción mundial de alimentos. Dicha creciente importancia es palpable en los siguientes lineamientos europeos:

- a) "Primer reglamento sobre producción Agrícola y Ecológica" [Reglamento (CEE) nº 2092/91] de la UE.
- b) Política Agrícola Común (PAC).
- c) Sello orgánico "Agricultura Ecológica - Sistema de Control CE" [Reglamento (CEE) nº 2092/91] de la UE.

Éste último es el más importante, pues garantiza que:

- Al menos el 95% del producto ha sido elaborado con métodos ecológicos.
- El producto se atiene a las disposiciones del control oficial.
- El producto procede directamente del productor en envase sellado.
- El producto lleva el nombre del productor, elaborador o vendedor, o bien, el nombre y código del organismo que efectuó la inspección.

Por todo lo anterior, el CEMUE-PIAPYME ofrece un nuevo servicio de asistencia técnica, para la implementación de la Certificación Orgánica, que garantice el cumplimiento de los requerimientos del mercado europeo.

- **Certificación Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP).**

El sistema HACCP establece medidas e identifica concentraciones de sustancias específicas, presentes en los alimentos, cuya ingesta puede traer consecuencias negativas al organismo. Es decir, este sistema tiene un fundamento preventivo, pues busca detectar posibles amenazas microscópicas, presentes en alimentos, antes de que éstas se manifiesten con algún brote de enfermedad. De tal suerte, el sistema es aplicado a lo largo de toda la cadena de producción, y garantiza al consumidor final la inocuidad de los alimentos que ingiere.

Ahora bien, el sistema HACCP se compone de siete principios básicos, a saber:

1. Establecer un análisis de peligros.
2. Determinar puntos de críticos de control.
3. Establecer límites críticos.
4. Establecer un sistema para monitorear los puntos críticos de control.
5. Establecer medidas correctivas cuando el monitoreo indique que un punto crítico en particular se encuentra fuera de control.
6. Establecer procedimientos que verifiquen que el sistema HACCP funciona de manera correcta.
7. Documentar todos los procedimientos y medidas relacionados con estos siete principios y con los mecanismos de control.

Es por todo lo anterior que el CEMUE-PIAPYME incluye, dentro de sus servicios integrales, la Asistencia Técnica necesaria para la implementación de los certificados de inocuidad HACCP.

Lo anterior nos deja ver, que el CEMUE está realizando un trabajo muy complejo y a la vez, muy bien pensado, lo cual está evitando que las empresas

corran riesgos innecesarios, de ahí que una vez más reiteremos la importancia del programa que apoya y la necesidad de que crezca y se renueve como lo está haciendo²⁶.

2.6 Algunos resultados parciales.

Según el informe de rendición de cuentas de la Secretaría de Economía para el periodo 2000-2006, en el primer semestre de 2006 se registraron 17 operadores adicionales, lo que da un acumulado desde el inicio del programa y hasta junio de 2006 de 177 operadores. Estos organismos se ubican en 29 de los 32 estados de la República. Entre las entidades con mayor número de operadores registrados destacan el Distrito Federal (50), Jalisco (19) y Guanajuato (13).

A diciembre de 2005 se registraron en el programa 539 pequeñas y medianas empresas con el objetivo de beneficiarse mediante los servicios que otorga el programa. En el primer semestre de 2006 se registraron 42, por lo que el acumulado de empresas de 2004 a junio de 2006 es de 581. Destacan en número de PYMES registradas los estados de Jalisco (83), Guanajuato (60) y Chihuahua (33).

Los principales resultados obtenidos de agosto de 2004 a junio de 2006 fueron los siguientes:

- Se han atendido a 150 PYMES en materia de capacitación y asistencia técnica en gestión empresarial, 176 PYMES en materia de mejora de procesos productivos (que incluye 5 grandes proyectos del sector agroindustria que agrupan a más de 400 pequeños productores), y 294 empresas MIPYMES en materia de conocimiento del mercado de la Unión Europea. Adicionalmente, se ha proporcionado asesoría a 1,519 representantes de empresas y 664 representantes de organismos operadores registrados, y se ha apoyado a seis MIPYMES en capacitación e implementación de certificaciones, entre las que destacan CMMI3, ISO 9000, HACCP y Certificación orgánica;

²⁶ Toda la información relacionada con el programa ha sido extraída del siguiente medio electrónico: <http://www.cemue.com.mx> y de la entrevista sostenida con la coordinadora del programa en BANCOMEXT-CEMUE, Tania Libertad Mosquera González.

- Se han apoyado 11 proyectos integrados de exportación (destaca el proyecto de comercialización y tendencias del sector muebles) y 17 proyectos sectoriales (destacan empresas del sector médico para incrementar la competitividad e incursionar en el mercado de la UE), así como 7 proyectos de integración de cadenas productivas (destaca el proyecto para los productores de Guayaba en materia de irradiación y manejo post-cosecha del producto y el proyecto para el manejo de post-cosecha de la papaya maradol) y 3 proyectos de integración de procesos productivos;
- Adicionalmente, se ha apoyado 84 PYMES para buscar alianzas estratégicas y co-inversiones con empresas europeas (destacan dos proyectos para el sector textil y confección y de tecnología dental, así como un proyecto sobre enología del tequila y posicionamiento en Europa Central);
- Se han realizado 14 proyectos de capacitaciones de capacitadores (en materia de Mercado CE, Normas y requisitos de acceso al mercado de la UE a nivel sectorial, Logística de exportación, etc.) y se apoyó a dos operadores para realizar una transferencia de tecnología y adquisición de una licencia con un operador europeo (adquisición de la metodología de Gestión Socio-Económica de las Empresas desarrollada por la Universidad Jean Moulin Lyon 3 de Francia y transferencia tecnológica en materia de Mercado CE), y
- Se han desarrollado tres metodologías para PYMES: un Diagnóstico Integral Modular que presenta una radiografía completa de la PYME, una metodología para la implementación de Sistemas Integrados de Promoción de Exportaciones y un Manual Metodológico para la exportación a la UE.

PIAPYME ha recibido un total de 175 proyectos, de los cuales: 45 proyectos han concluido, 10 proyectos se encuentran actualmente en ejecución, 29 proyectos están aprobados y esperando su inicio, 42 proyectos están en proceso de estructuración y tan sólo 49 proyectos se han cancelado o no fueron aprobados.

Esto ha significado un total de 2,145 acciones de apoyo a PYMES y 593 acciones de apoyo a Operadores destinadas a incrementar la productividad y competitividad y establecer así un vínculo de negocios con la Unión Europea²⁷.

²⁷ Informe de rendición de cuentas de la Secretaría de Economía al periodo 2000-2006.

En resumen, El PIAPYME ha apoyado a 24 grupos sectoriales en los sectores de: agroindustria; cuero y calzado; artículos de regalo; joyería; textil y confección; autopartes; equipo médico y muebles, entre otros. Ha apoyado 120 proyectos en estos grupos y se han atendido alrededor de 4,000 empresas.

Se han apoyado 25 proyectos dirigidos al fortalecimiento de las cadenas productivas, de la integración de los procesos productivos y para el establecimiento de sistemas integrados de exportación bajo el formato de consorcios. Desde 2004 hasta diciembre de 2007 se generaron 3,575 empleos. Se ha involucrado a los gobiernos estatales con lo que se ha redimensionado el ámbito de actuación del PIAPYME, logrando obtener \$52,750,000 pesos, equivalente a alrededor de 5 millones de dólares de recursos adicionales para desarrollar los proyectos²⁸.

Como es perceptible y aunque se encuentra en su fase final, los resultados obtenidos, posicionan al PIAPYME como uno de los programas más importantes para nuestro país en lo que ha comercio exterior se refiere. El grueso de las más de dos mil acciones destinadas a mejorar las funciones de las PYMES ha logrado que éstas se vean ampliamente beneficiadas por las oportunidades que han encontrado al vender sus productos en la UE. Han podido exitosamente, vencer los obstáculos que muchas empresas aún miran insuperables.

Las 13 personas que actualmente laboran para el programa y lo coordinan, se encuentran altamente apoyadas por los diversos operadores que trabajan en los proyectos y se encargan de contactar a las empresas. Entre dichos operadores se encuentran universidades importantes como el Tecnológico de Monterrey, y la Universidad Nacional Autónoma de México. Por otro lado, se encuentran el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) y PYMES de diversos Estados de la República que se unen por sector y solicitan el apoyo de sus Gobiernos. Son éstos quienes principalmente son los impulsores de los proyectos y se preocupan por darle difusión en revistas, ferias, convenciones y en diversos medios de comunicación.

²⁸ *Supra*. “**México y la UE, una década de relaciones**” Mario Chacón, embajador de México en Venezuela. P.4

Los cambios que ha sufrido el programa han sido fundamentales para mejorar el apoyo que proporciona a las empresas mexicanas. No ha sido fácil el camino que ha recorrido en los años que lleva operando. Sin embargo, reiteramos que los resultados hablan por sí solos. Muchas empresas que producen software, y del ramo textil, de muebles, cuero y calzado, bebidas alcohólicas, alimentos orgánicos, flores, alimentos mexicanos, café, conservas alimenticias, productos pesqueros, regalos, automotriz, nopal, pesca y la vainilla, ya están exportando con éxito a la UE. Deseamos que ésta nueva etapa de operación en la que ha entrado el programa, atraiga mayor éxito a nuestros productores. Se espera que incursionen en sectores importantes como el de la biotecnología, la aeronáutica y las telecomunicaciones.

Asimismo, y debido al papel que ha jugado en nuestro comercio exterior, se espera que el programa sea renovado y por un periodo más largo. Para ello se prevé una mayor difusión de éste, que recalque a nuestro gobierno su funcionalidad y la importancia que tiene para las empresas mexicanas. Si se reproduce a escala, será más viable la diversificación de nuestro comercio.

Las dificultades que nuestros productores han encontrado a la hora de exportar sus productos, ha retrasado este proceso, que desde nuestra perspectiva, es fundamental para nuestro crecimiento. Ya que estamos insertos en la dinámica mundial del comercio exterior, debemos aprovechar las oportunidades que tenemos para vender nuestros productos al extranjero ya que los tratados que hemos firmado nos conceden trato preferencial. En este caso, aunque hablamos del mercado europeo y lo complejo y exigente que es, consideramos que es penetrable en la medida que nosotros lo abordemos. El PIAPYME ofrece las herramientas necesarias para permitir que nuestros productores ingresen a él, venciendo con ello los obstáculos que pudieran presentarse. De ahí que reiteremos su importancia, por el apoyo que éste otorga a los productores al momento de organizar proyectos realistas de exportación en los que van implícitos los requisitos que nuestras empresas deben cumplir para alcanzar sus objetivos. Así, éstas se ven realmente comprometidas a elevar sus niveles de calidad y a ofrecer productos mayormente elaborados, más sofisticados y con la capacidad de

satisfacer el gusto de los consumidores más exigentes. Está por demás decir que México posee una gran riqueza en recursos naturales que se han explotado sólo para beneficio de unos cuantos.

Esperamos que éstos sean utilizados eficientemente, de tal manera que el grueso de la población se vea beneficiado y remunerado por proporcionar un trabajo de alta calidad.

La propuesta de incursionar en sectores involucrados con la tecnología, supone para nuestro país, avance en esos campos, y tener la oportunidad de invertir en ciencia y tecnología; ámbitos en los que continuamos rezagados por falta de empuje, de recursos y de interés. En la medida que nuestras empresas inviertan en estos sectores y aumenten su demanda de productos relacionados con ellos, involucrará mayormente a nuestros científicos, quienes a falta de oportunidades emigran del país y entregan sus conocimientos a naciones que saben cómo aprovecharlos.

Sin duda, del impulso que se le dé a éste programa, se generarán cambios importantes en nuestro país. Uno de ellos es la creación de empleos, porque el aumento de la capacidad exportadora de las empresas, atrae consigo la necesidad de mano de obra. Y se trata de mano de obra calificada ya que hablamos de la creación de productos con alto valor agregado y, por ende, del empleo de nuestros profesionistas.

El acercamiento por parte de las empresas, es en realidad muy sencillo: deben tener un proyecto que esté diseñado en función de la situación real de la empresa, para que puedan participar y el 30% del total de lo que cueste. Existen muchas empresas que ya cumplen con los requisitos indispensables para iniciar la actividad exportadora, lo cual facilita mucho el proceso. En el caso de las empresas que no cumplen ni siquiera con los requisitos más necesarios, pueden ser calificadas y si se encuentran en la posición de cumplir con una buena oferta exportable, pueden ser apoyadas lo suficiente como para crecer en muy poco tiempo. Los proyectos en los que se les involucra son realizables a corto plazo. No se trata de proyectos muy extensos, que sean tediosos y difíciles de implementar.

Dichos proyectos en realidad se adaptan a la situación de la empresa y son emprendidos con miras realistas al futuro.

Lo señalado anteriormente es un requisito fundamental para volver eficaz al programa, por lo que las empresas pequeñas y medianas, necesitan tener resultados pronto. No pueden esperar a que sus recursos vuelvan a ellas mucho después de que fueron empleados. Entonces, el diseño que presenta el programa en sus diversos proyectos resulta realmente atractivo.

Más allá de los obstáculos que enfrentan las empresas para ingresar a un mercado tan exigente como lo es el europeo, lo menos que éstas esperan es verse envueltas en una situación de papeleo pesado que dificulte su desarrollo en otros campos. No podemos dejar a un lado su participación en el mercado nacional. Dichas empresas necesitan poder cumplir con sus compromisos en el interior, pero también con los que están por adquirir en el exterior.

Veamos algunos casos particulares de empresas mexicanas que han logrado vender exitosamente sus productos en la UE, y conozcamos los proyectos en los que ha trabajado el PIAPYME.

CAPÍTULO 3

Las empresas que venden exitosamente sus productos en el mercado de la UE y los proyectos en puerta.

El primer caso interesante lo encontramos en Mayuli, empresa formada por María Luisa Estévez y cinco personas más. Se encuentra ubicada en Tlayacapan, Morelos, donde se elabora joyería con flores naturales encapsuladas en acrílico, con bases de plata y alpaca. En otro taller ubicado en la Ciudad de México, Mayuli hace también engarzados con pedrería.

Su trato con extranjeros en la Plaza de Coyoacán en el Distrito Federal, ha permitido a este fabricante exponer sus productos y entablar sus primeros contactos. De ese modo, conoció a una mujer polaca que se interesó en los productos de Mayuli para su tienda en Europa. Frente a ese interés, la pequeña empresaria decidió acudir a los centros Bancomext para conocer los requisitos que supone la exportación de joyería a la UE.

A partir de entonces, el trabajo que realizan, que es eminentemente artesanal, es vendido a Polonia desde hace 10 años. Recientemente comenzó a vender sus productos a Alemania y a Austria. La gente joven que se relaciona con ellos de entre 18 y 25 años, ofrece sus productos de manera casual en los viajes que realizan eventualmente a los diversos países que componen la UE. Su estancia allá, asegura el conocimiento del mercado, los gustos de los consumidores y las facilidades o dificultades para comercializarlo en las tiendas adecuadas.

Otro caso interesante es Agromayal Botánica, empresa con apenas siete años en el mercado y que nació con visión exportadora. Hoy, el 100% de sus productos se venden en el extranjero. Su primer mercado fue Alemania y posteriormente entraron a Italia y Francia. Hoy día sus ventas alcanzan hoy los 200,000 euros mensuales. Las operaciones exportadoras de Agromayal Botánica comenzaron con la venta de materia prima de sábila y nopal. No obstante, la oportunidad de diversificarse llevó a la creación de una división de productos finales en tres sectores básicos: bebidas, cosméticos y o suplementos alimenticios.

Muy pronto también, Agromayal Botánica comenzará a producir jugos de fruta: manzana, uva, perón, guayaba, Jamaica y algunos concentrados vegetales de cebolla, apio, etc. Han encontrado que los europeos están interesados en los nopales cocinados y presentados en tiritas o cuadros, empacados al vacío.

Agromayal Botánica cuenta con instalaciones en el Estado de Tamaulipas y está por inaugurar una planta propia en Torreón, Coahuila, sitio que ofrece la ventaja de estar cerca de Laredo y Reynosa, puntos de embarque importantes hacia otros mercados.

Un caso más se halla en Proexp, exportadora de frutas y hortalizas frescas. Esta empresa es la única exportadora en el mundo que cultiva okra todo el año, mientras que sus competidores trabajan sólo por temporada. Esta hortaliza que se produce principalmente en Morelos y un poco en Guerrero, se vende hoy a Francia, Italia, España, Inglaterra, Suiza, Japón y Canadá. Por ahora, la empresa mantiene un programa semanal de ventas de 3,500 cajas de okra mexicana. Esto es, entre 21 y 22 toneladas a la semana durante seis meses aproximadamente. La ventana de exportación más importante, tanto para Europa como para Canadá, es la temporada de invierno, que va de noviembre a los meses de abril y mayo.

Hoy, los mercados prefieren a la hortaliza mexicana porque tiene una mejor calidad, comparada con la de otros países, presenta un color más oscuro que cuenta mucho en la presentación del producto, su tiempo de vida es mayor con respecto a la de otros países y su forma es más regular.

En el extranjero, la okra se utiliza en ensaladas y para la elaboración de diversos platillos chinos, africanos y árabes. Su característica principal es que es un producto 100% fibra y tiene un alto contenido nutricional. Desafortunadamente en México, el 99.9% de los habitantes, no la conoce.

La competencia de la okra mexicana varía según la temporada, los productores más fuertes están en Centroamérica. Países como Honduras y Nicaragua han hecho un buen trabajo, reciben muchos apoyos gubernamentales, ventajas fiscales que atraen inversión extranjera y cuentan con mano de obra mucho más barata que la mexicana. También competimos con los Estados Unidos y África.

Las ferias de negocios realizadas por Bancomext, han sido principal apoyo para vender con éxito sus productos en Europa, por los contactos que a través de ellas, han obtenido.

Este es un buen ejemplo de cómo el utilizar y explotar nuestras ventajas competitivas, puede ser bastante remunerador. Sin duda, la okra es un producto original, y bastó con buscar nuevas oportunidades, para que sus productores pudieran ingresar exitosamente a los mercados más exigentes, aún cuando en su país sea desconocido el producto.

Por otro lado, se encuentran empresas más consolidadas, pero que también han sabido jugar un papel muy importante en los mercados internacionales tras distinguirse por la elaboración de productos de alta calidad. Un caso muy interesante son los chocolates Turín. Esta empresa mexicana consolidó día a día su presencia en los mercados de la UE con un producto diferenciado, chocolates rellenos de licores de marcas reconocidas internacionalmente como Jack Daniel's, Licor 43, Cointreau, tequila José Cuervo y recientemente, Baileys.

Fuerte en Inglaterra, país en el que los chocolates Turín está duplicando sus ventas, está por entrar a España a través de un distribuidor que también llevará el producto a Portugal e Italia.

Posicionarse en un mercado tan exigente como el de Europa, donde en muchos países elaboran chocolates de muy buena calidad, no ha sido sencillo.

Uno de los caminos para lograrlo fueron las degustaciones, el relleno con licores reconocidos les abrió las puertas. Una vez más es reiterado el asunto de que la originalidad en los productos mexicanos ha sido punto de lanza para comenzar, con altas probabilidades de éxito, la actividad exportadora.

Los objetivos que se plantean a corto plazo, también juegan un papel muy importante. En el caso de chocolates Turín, para 2007, el reto es colocar más toneladas de chocolates en los mercados, crecer en forma importante y sin duda, continuar participando en ferias internacionales para seguir ganándose un lugar en las grandes ligas de este sector.

Como ésta empresa, muchas otras están por posicionarse muy alto en los mercados europeos, por ello, y aún con todos los obstáculos que pudieran encontrar a la hora de explorar nuevos mercados, estos casos nos dejan ver que en la práctica, las oportunidades existen y debemos aprovecharlas.

Los proyectos diseñados por el PIAPYME para este año, contemplan muchos de los aspectos analizados en los casos prácticos mencionados anteriormente. Están por probarse nuevas alternativas para hacer aún más competitivas a nuestras empresas y otorgarles mayores probabilidades de éxito en menor tiempo. Los proyectos de los que hemos venido hablando, son los siguientes.

Estrategia para elevar la Competitividad Internacional y Rentabilidad de la Cadena Productiva Guayaba (*Psidium guajava*)

Este proyecto tiene como principal objetivo, que las PYMES ingresen al mercado de la Unión Europea en las mejores condiciones para comercializar exitosamente sus productos. El operador es BANCOMEXT y las empresas que trabajan en el proyecto provienen de la región de Aguascalientes, Zacatecas y Michoacán. Las acciones a tomar son, en primera instancia, manejar todo el proceso de postcosecha, además de la logística de exportación de la guayaba.

Para ello sin duda, se requiere de asistencia técnica en el campo, por eso se prevé el apoyo de un experto en Normas y Regulaciones aplicables a la

importación de guayaba fresca en el mercado de la UE y un experto europeo en Manejo Postcosecha y Logística para el despacho de la misma a puerto europeo.

Los resultados que se esperan obtener son el alcanzar un mayor conocimiento de la normativa europea para la irradiación de frutas, es decir, la posibilidad y factibilidad para irradiar la guayaba y un mayor reconocimiento del grado actual de las plantas de irradiación de fruta. Asimismo, se espera también que los productores adquieran mayores conocimientos sobre las implicaciones y riesgos comerciales para la guayaba mexicana y del método de la irradiación de fruta²⁹.

Estrategia para elevar la Competitividad Internacional y Rentabilidad del Subsector de la Papaya Maradol en México

En este proyecto, el operador es BANCOMEXT y trabaja con productores, empacadores, comercializadores y exportadores de diversas PYMES del sector de Tabasco, Chiapas, Distrito Federal, Yucatán, Veracruz, Colima, Jalisco, Oaxaca. Se pretende llevar a cabo en este proyecto un seminario de capacitación de la normatividad en materia de fitosanidad, inocuidad y trazabilidad y de asistencia técnica en el campo. Asimismo, un seminario de capacitación en aspectos de fisiología y manejo postcosecha para desarrollar y conocer la logística de exportación.

Están involucrados un experto en acceso al mercado de la UE y un experto en manejo postcosecha y logística de exportación. Los objetivos de este proyecto son incrementar las exportaciones mexicanas de fruta fresca de papaya maradol a

²⁹ La irradiación de alimentos, a veces llamada pasteurización fría, es un tratamiento que puede darse a ciertos alimentos mediante radiaciones ionizantes, generalmente electrones de alta energía u ondas electromagnéticas (radiación X o gamma). El proceso involucra exponer los alimentos a cantidades controladas de esa radiación para lograr ciertos objetivos. Suele utilizarse para prevenir la reproducción de microorganismos como las bacterias u hongos que causan el deterioro de los alimentos, cambiando su estructura molecular y evitando su proliferación o algunas enfermedades producidas por bacterias patógenas. También puede reducir la velocidad de maduración o el rebrote de ciertas frutas y verduras modificando los procesos fisiológicos de sus tejidos sin alterar sus propiedades nutricionales ni organolépticas o físicas. <http://es.wikipedia.org/>

la UE, establecer los mecanismos logístico-gerenciales necesarios para asegurar su permanencia, capacitar a los productores-exportadores y operadores mexicanos en materia de requisitos, normas y regulaciones europeas, proveer asesoramiento técnico a los productores-exportadores en materia de fisiología, manejo postcosecha y transporte multimodal, contar con asesoría técnica europea para el diseño y puesta en marcha de un modelo logístico de exportación.

Debido a que el proyecto es muy abarcador se espera hallar la disponibilidad de los elementos necesarios para que los productores-empacadores evalúen la rentabilidad de acceder al mercado de la UE, que tengan los suficientes conocimientos normativos en materia de fitosanidad, inocuidad y trazabilidad específicos para la papaya y conocimientos de los requisitos de importación en la U.E., así como de las características generales de la papaya maradol de procedencia sudamericana, africana o centroamericana.

Por otro lado, se espera que tengan conocimientos sobre la aplicación de Eurepgap³⁰ así como de otras disposiciones comerciales específicas, de tipos de empaque, embalaje y etiquetado, que permitan la generación de un esquema y recomendaciones de estrategias de mercadotecnia para la mejora en la presentación de los productos.

De igual forma se espera que adquieran conocimientos sobre el tratamiento postcosecha de acuerdo a los estándares de la UE, así como de la logística de exportación y del manejo de la papaya maradol. Para ello, previamente se realizará un diagnóstico del subsector y se generará a partir de éste, un proyecto integral para exportarla en condiciones óptimas y que pueda cubrir todos los requisitos señalados por la UE.

³⁰ EUREPGAP es un programa privado de certificación voluntaria relativamente nuevo, creado por 24 grandes cadenas de supermercados que operan en diferentes países de Europa Occidental y que han organizado el Grupo Europeo de Minoristas (Euro-Retailer Produce Working Group - EUREP). El propósito de EUREP es aumentar la confianza del consumidor en la sanidad de los alimentos, desarrollando "buenas prácticas agrícolas" (GAP) que deben adoptar los productores. A diferencia de otros programas de certificación, EUREP hace énfasis en la sanidad de los alimentos y el rastreo del producto hasta su lugar de origen. <http://www.fao.org>

Grupo de PYMES del sector artesanías, artículos de decoración y muebles del estado de Guanajuato para el desarrollo de una estrategia de penetración al mercado europeo

El operador de este proyecto es la Coordinación de Fomento al Comercio Exterior de Guanajuato (COFOCE). Participan 22 empresas del sector de decoración del Estado de Guanajuato y con este se pretende realizar un análisis de los nichos de mercado para la artesanía típica guanajuatense, visitar talleres para determinar los productos con potencial de exportación y desarrollar una estrategia de promoción completa.

Trabajan en el proyecto un experto diseñador ambiental, un mercadólogo encargado del análisis de nichos de mercado y un mercadólogo encargado de la campaña de mercadotecnia. Como objetivos tienen estudiar los productos y los nichos de mercado que tienen en Europa. Para ello presentaran recomendaciones para la adecuación de los productos a la normatividad europea y por supuesto, a los gustos y tendencias detectados.

Por otro lado, se busca capacitar al personal de la Coordinación de Fomento al Comercio Exterior (COFOCE) para dar continuidad al proyecto y seguimiento al proceso en el cual puedan desarrollar un concepto de “ambiente mexicano contemporáneo”, es decir, una estrategia de mercadotecnia y comercialización totalmente supervisada en la elaboración del material requerido para la campaña.

Finalmente se prestará asesoría para seleccionar a un representante de ventas adecuado para el mercado europeo.

Los resultados esperados son el análisis de nichos de mercado para los productos de las 22 empresas involucradas, el desarrollo y la asesoría necesaria para la puesta en marcha del concepto de “ambiente mexicano”, el otorgamiento de las recomendaciones y lineamientos necesarios para la adecuación de los productos a la normatividad europea, el diseño de un plan de mercadotecnia a través del diseño de imagen de la campaña para el grupo de empresas y en consecuencia, un plan de comercialización.

Exportación de Prendas de Vestir al Mercado Europeo – Proyecto Sectorial

El operador de este proyecto también es BANCOMET. Sus objetivos son en una primera fase, proporcionar a las PYMES una herramienta práctica y efectiva que les permita tomar decisiones adecuadas para su incursión exitosa en el mercado alemán. También busca asesorar a las PYMES del ramo para que incrementen su competitividad comercial y prepararlas para una futura misión de negocios.

En una segunda fase pretenden iniciar la búsqueda de clientes potenciales a través de la realización de entrevistas y la concertación de agendas para un grupo de empresas mexicanas en el ramo de la confección.

Este proyecto está diseñado para 4 Empresas del sector de textil en el Distrito Federal. Las acciones que se emprenderán en la primera fase son:

- Elaboración de un estudio de mercado.
- La creación de un taller.
- Asesoría individualizada para la elaboración de una estrategia de comercialización en el mercado europeo.

En la segunda fase:

- Contacto con clientes potenciales: agendas comerciales.

Misión de identificación de clientes potenciales.

Trabajan en este proyecto en la primera fase, un experto mercadólogo para el sector confección: ropa casual (Basic leisurewear) para el mercado alemán y en la segunda fase un experto en negocios internacionales.

Los resultados que se esperan en la primera fase son:

- El desarrollo del estudio de mercado.
- La transmisión de conocimientos del mercado necesarios al personal de las empresas para desarrollar su estrategia de comercialización.
- La asesoría a cada empresa de acuerdo a sus necesidades específicas.

En la segunda fase:

- Un encuentro de clientes potenciales en Alemania. Elaboración de una agenda para entrevistas con al menos 5 empresas interesadas en cada una de las empresas mexicanas.

- La definición de las empresas europeas interesadas en un negocio o acuerdo con la PYME mexicana y sus productos.

Proyecto Sectorial de Software

Por su trascendencia, este proyecto es peculiar. En él intervienen operadores del Tecnológico de Monterrey Campus Guadalajara, ESI Center y la Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de Información (AMITI). Trabaja con empresas del sector de software en el Distrito Federal y Jalisco, un experto mercadólogo y un experto técnico.

Como objetivos tiene la realización de un estudio de mercado que señale las características específicas del mercado del software en España para sus productos, así como las áreas de oportunidad para la comercialización de los mismos. También busca capacitar al grupo de empresas involucradas en los temas de acceso y comercialización en el mercado español de sus productos.

Con lo anterior se busca que los interesados identifiquen el perfil del consumidor de productos de software y sus hábitos de consumo en España, la cuantificación de los nichos de mercado potenciales, las adecuaciones necesarias para la comercialización, los clientes y socios de TI en España para poder complementar los servicios en conjunto con empresas de TI de México y que finalmente evalúen la posibilidad de establecer una representación de los servicios de las empresas mexicanas.

Programa de Desarrollo de Proveedores de Miel para los Mercados Europeos. PODEMOS Mieleles Norteñas.

Los involucrados en este proyecto son 110 PYMES apicultoras de los Estados de Aguascalientes, Jalisco, Zacatecas, San Luis Potosí, Guanajuato, Durango, Chihuahua, Michoacán, Querétaro, Veracruz, Tamaulipas.

Están llevando a cabo talleres y asistencia técnica en:

1. Técnica y manejo de cuadros en la colmena
2. Preparación para una invernada de calidad
3. Auditorias de Salas de Extracción

4. Trazabilidad
5. Control de Varroa³¹
6. Prevención Nutricional para el control de enfermedades de la cría
7. Programas Informáticos para la apicultura especializados en trazabilidad³², salas de extracción, cuadros de colmena, invernada de calidad.

Los objetivos del proyecto son:

- Incrementar los niveles de productividad.
- Alcanzar los estándares de calidad exigidos por la U.E.
- Llevar a cabo cursos especializados a fin de mejorar los métodos de crianza, cuidado de colmenas y del manejo de apiarios para obtener miel de calidad controlada.
- Revisar y mejorar las operaciones de producción.
- Administrar adecuadamente a fin de diagnosticar problemáticas.
- Aportar datos que permitan la planeación de los recursos.
- Establecer una red de consulta y apoyo entre los apicultores para fomentar alianzas y el uso eficiente de los recursos.

Los resultados que se persiguen son:

- El incremento de la competitividad para la exportación de miel de abeja a la U.E.
- El incremento en la productividad de la zona Norte y Altiplano.
- El incremento de ingresos de divisas y de empleos en el sector apícola.
- El incremento de la producción del apicultor y el manejo eficiente de sus colmenas de acuerdo a su plantación.
- Mejora y dominio de las buenas prácticas de manejo y producción para planificar adecuadamente el crecimiento e infraestructura.
- Desarrollo de métodos de seguimiento y trazabilidad para el desarrollo de su producción.

³¹ Varroa es un tipo de ácaro que produce la enfermedad denominada varroasis. Este ácaro es un parásito externo, común en las abejas.

³² La trazabilidad tiene que ver con los procedimientos preestablecidos y autosuficientes que permiten conocer el histórico, la ubicación y la trayectoria de un producto o lote de productos a lo largo de la cadena de suministros en un momento dado, a través de unas herramientas determinadas, según el Comité de Seguridad Alimentaria de la FAO.

- Generación de los métodos más avanzados para el control de enfermedades y plagas como la varroa.
- Seguimiento de registros para el manejo de apiarios, costos, gastos, inversiones y utilidades de manera más efectiva.
- Asistencia Técnica para exportación a Francia de productos de sábila y capacitación para la certificación BIO.
- Asistencia Técnica para la validación de fórmulas, en calidad, estabilidad y caducidad, de productos de sábila (higiene, cosmética).

Malinaloe de Malinalco, S.A. de C.V.

Este proyecto involucra a PYMES del sector cosmético del Estado de México. Los objetivos de dicho proyecto son en una primera fase, el análisis de los componentes que se están usando en los productos e identificar los que deberán ser sustituidos por componentes aceptados dentro del marco de la normativa ecológica en Francia, el apoyo para la selección de contratipos y el asesoramiento necesario para la correcta implementación de los mismos en su proceso de producción, la capacitación oportuna en los temas relativos a la certificación orgánica de los productos, la difusión y beneficio al sector de productos bio-orgánicos mediante talleres de capacitación en el tema de la certificación orgánica en cinco ciudades de la República Mexicana y finalmente una ponencia magna durante el evento Exporgánicos en Chiapas.

En una segunda fase se busca que los productos cosméticos alcancen el estándar europeo respecto a estabilidad y caducidad, la documentación de procedimientos y fórmulas para lograr la transferencia de métodos para la elaboración de los productos.

Para todo lo anterior, la asistencia técnica que se prestará, analizará y efectuará las recomendaciones pertinentes para la adecuación de los productos así como la implementación de mejoras y capacitación para certificación.

En la segunda fase la asistencia técnica para la validación de fórmulas, en calidad, estabilidad y caducidad analizará los ingredientes para incrementarlos, disminuirlos o eliminarlos, adicionando o sustituyendo con los ingredientes

autorizados por la norma para poder alcanzar el estándar, realizará la prueba de laboratorio del producto en condiciones reales para cotejar contra estándar y llevará a cabo la prueba de envejecimiento acelerado y verificará la caducidad, para finalmente, liberar la fórmula o bien, volver a efectuar las acciones y evaluación hasta alcanzar el objetivo.

En la primera fase, interviene un experto químico, experto Senior en capacitación y asistencia técnica (certificación orgánica) y en la segunda fase, un experto químico con especialidad en productos cosméticos orgánicos.

Los resultados que se esperan en la primera fase son:

- Propuesta de composición de las fórmulas y de sus elementos acordes a las normas bio-orgánicas europeas para cada producto de la gama Malinaloe.
- Asistencia técnica a la empresa Malinaloe para la implementación.
- Capacitación y Asistencia Técnica a los directivos y técnicos.
- Diseño e implementación de 5 talleres especializados de capacitación a empresarios y operadores del sector en el tema de la certificación orgánica.
- Conferencia magna dictada en el evento Exporgánicos en Chiapas

En la segunda fase:

- Productos estables y con una caducidad mínima de 1 año.
- Que Malinaloe cuente con la transferencia de métodos y procedimientos replicables para la elaboración de los productos en sus instalaciones.

Programa para el posicionamiento internacional del tequila y mezcal en el mercado de Europa del Este

Los operadores de este proyecto son Bancomext, la gerencia de Alimentos y Bebidas con 15 empresas del ramo. Pretende otorgar asistencia técnica sectorial a través de la elaboración de un perfil de mercado para las bebidas alcohólicas denominadas aguardientes en Hungría, Polonia y la República Checa y conocimientos de las características de estos tres diferentes mercados que serán importantes en la elaboración de la estrategia comercial de las empresas productoras de tequila y mezcal. Asimismo, busca capacitar a un grupo de empresas productoras de tequila y mezcal en temas relativos a la comercialización

y posicionamiento de sus productos en la UE, con énfasis en los mercados de dichos países, a través de un seminario en tres diferentes sedes, Distrito Federal, Oaxaca y Guadalajara.

Con el apoyo de dicha asistencia técnica, las empresas contarán con productos adecuados a las características demandadas por el mercado en cuanto a los aspectos comerciales (diseño de envase, etiquetado, imagen de producto, etc). También está programada la contratación de expertos locales para cumplir con el perfil de mercado y los canales de distribución, en estos tres países europeos.

Entonces, los objetivos de este programa básicamente son incrementar el volumen de las exportaciones de mezcal y tequila, diversificar los mercados de destino de las mismas, incrementar el número de empresas exportadoras, ofrecer información, asesoría y capacitación en México sobre el proceso exportador, apoyar a las empresas a cumplir con las normatividades correspondientes, ofrecer a las empresas información sobre mercados internacionales, realizar una Campaña Internacional de Imagen, en México y el extranjero para posicionar el producto en el mercado, apoyar en la comercialización del producto a través de la apertura de mercados y la diversificación

Los resultados que se esperan obtener son:

- a) La generación de un documento con el perfil de mercado y los canales de distribución para los aguardientes en Hungría, Polonia y la República Checa.
- b) La presentación que se utilizará para hablar del tema sobre “Normas y regulaciones aplicables a la importación de aguardientes (tequila y mezcal) envasadas de origen y logística de importación en el mercado de la UE”
- c) La presentación que se utilizará para hablar del tema sobre “Esquemas de comercialización más usados para la venta de aguardientes en los países del Este” y “Posicionamiento de productos nuevos (aguardientes) en los países del Este”

- d) El diagnóstico de cada una de las empresas que se visiten, incluyendo las recomendaciones para la mejora de imagen y de presencia de sus productos.

Diseño y hormas de calzado para exportación a la UE

Los participantes en este proyecto son la Coordinación de Fomento al Comercio Exterior de Guanajuato (COFOCE) y 22 empresas del sector de calzado del Estado de Guanajuato. A través de él se pretenden crear diversos talleres sobre el diseño de diferentes y novedosos tipos de calzado. Algunos de ellos son:

- Un taller para la línea de Caballero casual (pegado y cosido)
- 2 talleres para la línea de Caballero fino (pegado y welt)
- Un taller para la línea de Niño (pegado)
- Un taller de Desarrollo de horma

Los expertos involucrados serán especialistas en diseño de:

- Calzado casual para caballeros
- Calzado fino para caballero
- Calzado infantil

Un experto en hormas de calzado (caballero casual, caballero fino e infantil)

Los objetivos de este proyecto a través de los especialistas es lograr la capacitación de los productores en métodos de análisis de información de moda, en el desarrollo de líneas de calzado, en la teoría de modelaje y apiezamiento de calzado a través de medios manuales y electrónicos, la asistencia en la integración de elementos nuevos en las tendencias mediante una metodología de acopio de elementos gráficos, fotográficos y materiales para obtener elementos como base de arranque de tendencia, la orientación en el diseño de colecciones de calzado con base en la información de moda y tendencias identificadas, la capacitación en métodos de análisis de diseño de hormas, la asistencia a los diseñadores y modelistas en la proyección y manufactura de hormas y el apoyo en el diseño y desarrollo de propuestas propias de las empresas y en el diseño de colecciones de calzado de acuerdo a las propuestas de hormas.

Los resultados que se esperan son:

- La colección de muestras adaptadas y tropicalizadas al gusto del consumidor potencial europeo y según se requiera por temporada.
- Diseñadores y modelistas externos capacitados para el desarrollo de colecciones acorde a la temporada deseada y por línea quienes apoyan a cada una de las empresas en el desarrollo de sus colecciones
- Un modelista y / o diseñador que de forma interna está dedicado al desarrollo de colecciones de calzado por temporada y cuenta con la capacidad de permear al departamento de diseño y desarrollo los conocimientos aprendidos.

Los diseñadores y modelistas cuentan con los conocimientos para trabajar en aspectos relacionados con pruebas de calce, estudios antropométricos y características especiales a considerar en el calzado.

Proyecto Sectorial de Muebles

El operador de este proyecto es BANCOMEXT con empresas del sector de Muebles en México de Puebla, Guanajuato y Querétaro, las cuales pretenden realizar en conjunto un análisis de mercado para la exitosa comercialización de sus productos, un seminario grupal para discutir temas relacionados a la problemática que los envuelve, la búsqueda de asistencia técnica en estrategia comercial y en diseño, producción y adecuación de productos. Un experto técnico en canales de distribución y tendencias en el sector de muebles en España se encargará de apoyar a las PYMES involucradas para que alcancen sus objetivos.

Dichos objetivos en una primera fase son:

- Proveer a las empresas participantes de un análisis de mercado teórico - práctico que puntualice y detecte las características, oportunidades y tendencias del mercado del mueble en España por producto, así como los canales de comercialización y clientes potenciales
- Brindar un seminario grupal a las empresas, en donde se les explicará detalladamente lo obtenido en el análisis de mercado teórico – práctico

- Proporcionar de manera individual junto con el experto de la fase 2, asistencia técnica en el tema de estrategia comercial hacia el mercado español, a cada una de las empresas participantes en su área de acción

En una segunda fase buscarán:

- Proporcionar de manera individual junto con el experto involucrado, asistencia técnica en temas relativos a diseño, producción y adecuación de productos a cada una de las empresas participantes en su área de acción.

Los resultados que se esperan son:

- Identificación del perfil del consumidor de muebles por cada segmento de productos.
- Identificación de los canales de comercialización por cada segmento de productos en el mercado español.
- Identificación de las tendencias del mercado del mueble en España por cada segmento de productos.
- Identificación de las adecuaciones necesarias para la comercialización de los productos en España por empresa.
- Identificación de clientes potenciales por empresa o por segmento de productos.
- Identificación de las oportunidades por empresa y segmento de productos en el mercado español.
- Transmisión de conocimientos brindando Información detallada, explicación de los diferentes temas sobre lo obtenido en el análisis de mercado teórico – práctico.
- Asistencia técnica para la detección de estrategias comerciales, a fin de poder incursionar en el mercado español.
- Asistencia técnica para la adecuación y mejora de productos, de diseño y de procesos de producción, a fin de cumplir con los requerimientos y demanda del mercado español, facilitando su incursión en el mercado europeo³³.

³³ Los proyectos aquí presentados, fueron extraídos de la siguiente fuente: www.cemue.com.mx.

Después de conocer la manera en la que trabaja el programa y las actividades que lleva a cabo, podemos decir que el impacto que pueden generar en la productividad de nuestras empresas es significativo.

Los proyectos antes descritos, a diferencia de los primeros con los que ha trabajado el PIAPYME, son más completos, cumplen con todos los requisitos necesarios para exportar con amplias posibilidades de éxito a la UE. Los proyectos anteriores a éstos, únicamente abarcaban algún aspecto de los que éstos contienen, no estaban tan completos, ni estaban diseñados en función de facilitar con tantas probabilidades de éxito la venta de los productos mexicanos en el extranjero, la mayoría iban encaminados a fortalecer la visión exportadora de la empresa y cubrir la capacitación para los primeros pasos que habrían de darse. Sin duda, el proceso de apoyo a las empresas mexicanas, ha recorrido muchas facetas. Para empezar, ha tenido que identificar los principales obstáculos con los que se enfrentan actualmente nuestros empresarios para poder exportar sus productos. Además reiteramos que las empresas que aquí mencionamos son medianas y pequeñas, lo cual implica muchos aspectos que deben ser considerados, entre ellos, el financiamiento que ha sido en realidad, el principal obstáculo a vencer. El hecho de que el Programa financie una parte importante de los proyectos, ha facilitado considerablemente el acercamiento de diversas empresas a éste. De no ser así, aún muchas empresas se verían limitadas para solicitar el apoyo que se les ofrece.

Estando así las cosas, incluimos dichos proyectos por ser impulsores importantes de lo que está por venir para el programa. Aunque se encuentra en su parte final, los resultados hasta ahora han sido muy positivos como se verá más adelante, y el apoyo que han encontrado los impulsores del programa en los operadores de éste, ha sido fundamental para llevar a la práctica los proyectos más importantes que han tenido que dirigir.

Aunque no ha sido fácil, hasta ahora el trabajo desempeñado deja ver la importancia de que el programa siga existiendo. Y los proyectos que mencionamos son prueba de ello. Abarcan sectores muy importantes como el de la biotecnología o el desarrollo de software, implican procesos más avanzados y

con un valor más significativo para nuestra nación. Podrían implicar el desarrollo y el apoyo a la ciencia y la tecnología, que hasta ahora se han visto muy limitados.

Que las empresas mexicanas necesiten emplear procesos tecnológicos más avanzados, hará que a largo plazo nos veamos en la necesidad de crear y producir tecnología para abastecer nuestra propia demanda. En la actualidad, las empresas carecen de la tecnología adecuada para competir con éxito en procesos más avanzados. Ese es uno de los obstáculos más importantes que debemos vencer para ofrecer productos de calidad. El apoyo que las empresas han adquirido a través del PIAPYME, es prueba de que aún en éstos aspectos, programas como éste, pueden conseguir mucho.

Entonces, estos proyectos dejan ver que lo que está por venir, en realidad implica mayor desarrollo para nuestras empresas y mayores oportunidades de crecimiento. El punto es darle empuje para que más y más empresas tomen en cuenta la ayuda que el programa ofrece oportunamente. Hasta ahora, las universidades han jugado un papel muy importante en dicha labor. Sin embargo, desde nuestra perspectiva, debe adquirir una mayor difusión, para que el grueso de las empresas pequeñas y medianas que existen y aún las que están por crearse, puedan obtener los beneficios que están puestos frente a ellas.

Nos referimos a la institucionalización de una ayuda completa. Hasta ahora los proyectos del PIAPYME, cubren un porcentaje importante de lo que se necesita para que las empresas crezcan, pero más allá de tratarse de una ayuda alterna u opcional, debería ser un acto necesario que las empresas deben utilizar para ser más exitosas y crecer realmente.

No debe ser opcional la ayuda que el gobierno otorga a las empresas, debe ser un compromiso que deben cumplir para que todos nos beneficiemos.

Hasta ahora, en gran parte, la falta de empleo se debe a que las empresas en lugar de crear nuevos empleos, los están desapareciendo, y esto sucede por una razón fundamental, no tienen el presupuesto suficiente para la contratación de nuevos empleados, las empresas en lugar de crecer, están cerrando. No encuentran la salida a sus procesos financieros, y bajo esas circunstancias, en lo que menos piensan es en exportar sus productos. En esa línea, lo que buscan es

vender su compañía para terminar beneficiando a empresarios extranjeros ávidos de expandir su mercado.

Si un verdadero apoyo se institucionaliza, el futuro de nuestras empresas puede ser diferente.

CAPÍTULO 4.

Balance de los retos a enfrentar por las empresas mexicanas en el mercado europeo y las perspectivas de desarrollo en el mercado del TLCUE para México.

4.1 Los avances de México.

En los últimos años, el tipo de empresas conocidas como PYMES (pequeñas y medianas), han cobrado mucha importancia, debido al papel que juegan en las economías de todo el mundo. A pesar de su composición, su existencia y desempeño ha sido el objeto de estudio de muchos. Veamos por qué.

En el caso de México, la importancia de las PYMES, puede ser analizada desde varios ángulos. En primer lugar, representan un elevado porcentaje con respecto a la planta productiva. Hoy día, el 99.8% de las empresas mexicanas son PYMES. Otro aspecto por el que también son relevantes, es por su capacidad de generar empleos ya que en la actualidad emplean a más del 70% de la mano de obra mexicana. Con respecto al porcentaje de contribución al Producto Interno Bruto, las PYMES aportan un 50%, jugando un papel decisivo en nuestra economía³⁴.

Por lo anterior, resulta apremiante considerar la posición de las PYMES en el contexto económico mundial actual ya que su estructura, representa un gran reto para éstas. La globalización mundial como fenómeno, les está exigiendo, tal como a los Estados, que jueguen un papel más dinámico.

³⁴ **Centro de Estudios y Análisis de la Micro y Pequeña Empresa (CEMYPE).** 10-23 de octubre de 2007.

Estando así las cosas, el Estado tiene sin duda, la responsabilidad de crear las condiciones necesarias y adecuadas con la finalidad de que las PYMES puedan incorporarse al proceso mundial en mejores condiciones. Frente a la internacionalización de las mercancías, nuestras empresas deben procurar ser más productivas, pero asimismo, más competitivas. La calidad es un rasgo esencial que no se obtiene fácilmente. Por ello necesitan ser apoyadas para alcanzar ese grado que, en realidad, la mayoría carece. Se necesita una fuerte inversión para que las empresas puedan competir con armas en el mercado internacional. Ya no es suficiente con que puedan abastecer el mercado nacional. Nuestro mercado ya está inundado de una serie de productos, tanto de alta como de baja calidad, que hacen prácticamente imposible que las empresas permanezcan colocadas en la misma posición por mucho tiempo.

Varias empresas nacionales verdaderamente eficientes, están quebrando por la existencia y competencia de los productos extranjeros. Por tanto, es elemental que las PYMES prioricen en hallar la manera de crear productos competitivos y con alto valor agregado, para así poder colocarse en una buena posición, primeramente en el mercado nacional, es esencial que no sólo incrementen la calidad sino también la originalidad con nuevos y novedosos diseños, para lograr una comercialización exitosa. Posteriormente, la búsqueda de oportunidades en los mercados adecuados se hace indispensable. Tal como sucede al interior, las empresas deben buscar la manera de satisfacer las necesidades hasta de los consumidores más exigentes y para ello, es necesario que estén bien orientadas sobre su incursión en otros mercados, cosa que difícilmente sucede. Muchas empresas desconocen las oportunidades que presentan otros mercados que podrían ser bastante rentables, no sólo por sus características, sino por su composición y porque existen tratados que los regulan, en los que México tiene trato preferencial.

Hay que entender que la apertura económica debe traducirse en beneficios para el desarrollo de las empresas, deber ser una estrategia deliberada para aprovechar íntegramente las oportunidades que la globalización presenta.

La política estatal de apoyo y promoción a las PYMES se puede canalizar en variadas acciones pertinentes tales como: el apoyo para la renovación de la planta productiva, propiciar condiciones para que se les pueda ayudar financieramente y tecnológicamente, la generación de una conciencia y de una cultura ecológica. Auxiliarlas en cuanto a la gestión es primordial. La capacitación empresarial, es una valiosa herramienta necesaria para inducir o facilitar el cambio en las empresas pequeñas y medianas. La información finalmente, es otra herramienta muy útil con la que deben contar para conocer las oportunidades que tienen en el entorno internacional. Ya están en marcha algunos medios de los que se ha valido el Estado para impulsar las acciones anteriores, a continuación los presentamos y pueden ser clasificados en tres rubros: 1) programas, 2) instrumentos y 3) acciones.

En cuanto a los programas, son utilizados y llevados a cabo por el Estado para apoyar y desarrollar al sector de las PYMES en lo concerniente a las áreas administrativas y de control que tienen que ver con la producción, las finanzas, las tecnologías que emplean, los recursos humanos y la mercadotecnia, entre otras, con el fin de que éstas conozcan y apliquen los temas a las áreas funcionales y se obtenga el mayor beneficio para la misma. Por ejemplo, si se utiliza la tecnología adecuada, la empresa maximiza los recursos materiales o, al llevar a cabo un control racional de las finanzas, no tendrá necesidad de recurrir a préstamos financieros porque tiene finanzas sanas y suficiente dinero para afrontar sus compromisos.

El Estado utiliza algunos indicadores para medir el impacto en el desarrollo que va teniendo cada empresa y dependiendo de éste, será el tipo de apoyo que se otorga. Por otro lado, están los Incentivos Fiscales conocidos como subsidios en los que encontramos tres modalidades:

- Donde se paga parte del costo del servicio otorgado a una empresa por un tercero (programa de asistencia técnica y campaña de imagen) Bancomext.
- Donde se reembolsa un porcentaje de los gastos erogados por la empresa al contratar un servicio como sería un programa de modernización tecnológica (PMT) CONACYT.

- En el que se cobran los servicios a un costo menor al precio de mercado (Centros regionales para la competitividad empresarial) Secretaría de Economía.

El apoyo brindado financieramente se realiza de una manera racional siguiendo ciertos aspectos que a continuación se enumeran:

- 1) Identificar con precisión a la población objetivo por grupo y región.
- 2) Proveer montos máximos por beneficiario.
- 3) Procurar que el mecanismo de distribución, operación y administración otorgue acceso equitativo a todos los grupos sociales.
- 4) Incorporar mecanismos periódicos de seguimiento, supervisión y evaluación.

Se persigue asegurar la coordinación entre dependencias y entidades públicas para evitar duplicaciones en el ejercicio de los recursos y reducir gastos administrativos. Por otro lado, están las acciones con las que se busca establecer y definir la organización de eventos de todo tipo, en los cuales participen tanto el sector público como privado: ferias comerciales, industriales, ganaderas, etc.; que contribuyan a fomentar y desarrollar el intercambio entre empresas en beneficio de las mismas.

Otro ámbito que abarca la política pública de apoyo a las PYMES es la creación del Fondo PYME en 2004 con el que se prevé el otorgamiento de apoyos transitorios destinados a promover el desarrollo económico nacional, a través del fomento a la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) con la finalidad de fomentar el empleo y el bienestar social³⁵.

Según los datos recopilados por la Secretaría de Economía, al 30 de junio de 2007, se apoyaron 310 proyectos. El monto total de recursos que se aprobó otorgar a estos proyectos fue de \$1115, 454, 736, que se complementarían con

³⁵ **Secretaría de Economía.** <http://www.fondoPyme.gob.mx/docs/InformeFondoPYME2006.pdf>

\$3143, 585, 752 aportados por los restantes sectores involucrados en el desarrollo empresarial. Esto significa que por cada peso que aportó el Fondo PYME³⁶ para la ejecución de estos proyectos, los mismos recibieron 3.8 de apoyo total. Al cierre del primer semestre estos 310 proyectos se les otorgaron recursos por \$1105, 735, 760.

Las metas que se establece alcanzar con la ejecución de los citados 310 proyectos atenderán 44,967 MIPYMES, contribuirán a la generación de 7,486 nuevas fuentes de empleo y a la conservación de 328,741 empleos. Asimismo, se espera contribuir a la constitución de 1,600 nuevas empresas³⁷.

Cómo es perceptible, el apoyo que se pretende otorgar a las PYMES es más racional e integral en la actualidad. Sin embargo, esto no ha sido suficiente. La globalización y en general el contexto externo al que se están enfrentando las empresas es muy exigente y éstas no alcanzan a competir en él, no pueden hacer frente a los retos que eso implica porque no cuentan ni siquiera con las herramientas más indispensables para hacerlo. Y gran parte de este fracaso se debe al apoyo tan austero que están recibiendo. Si bien, el gobierno recientemente creó el Fondo Pyme³⁸ con el fin de apoyar a nuestros empresarios, éste cada vez se ve más reducido debido a que aún no es una prioridad para nuestros gobernantes³⁹. Las inversiones siguen recayendo en otros sectores.

En la actualidad hay más de 400 programas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas, sin embargo están dispersos en tantas instituciones oficiales que no se ha dado una coordinación, por ello el impacto que se ha tenido es realmente mínimo⁴⁰.

Aún no se comprende que el Estado es responsable de propiciar las condiciones más favorables para que las PYMES se puedan incorporar al proceso de la globalización, lo cual es una de las principales razones por las que la política

³⁶ *Ibid.*

³⁷ *Ibid.*

³⁸ **“Preparan ajustes al Fondo Pyme para 2008”**, Isabel Becerril, *El Financiero*, Economía, 12 de noviembre de 2007.

³⁹ **“A cuentagotas, el apoyo a las micro y pequeñas empresas”**, *El Financiero*, Economía, Octubre 18, 2007

⁴⁰ **“Requiere el país una política económica proteccionista selectiva”**. Pia Herrera, *Gaceta UNAM*, 8 de noviembre de 2007, p. 11

pública debe ser coherente e integral puesto que además éste sector representa el mayor número de empresas en nuestro país.

Considerando todo lo anterior podemos observar que la política pública en nuestro país privilegia más el crecimiento económico que el desarrollo sostenido y sustentable, lo cual sin ser negativo si es parcial e injusto porque los ingresos generados por el desarrollo económico no se reparten para mejorar los niveles de vida de la mayoría de la población, además de que se están dejando a un lado aspectos tan importantes como lo son la política hacia las Pymes en lo relacionado con la sucesión, el aspecto fiscal y jurídico por mencionar algunos de los más sobresalientes y que son elementales para su crecimiento.

4.2 Los avances europeos.

En contraste con esto, la UE con la cual tenemos un tratado y un programa específico para PYMES, tiene por sus mismas características un enfoque más global sobre lo que son sus empresas y dispone de todos los recursos para facilitarles la ayuda necesaria para que éstas puedan pasar las barreras que pudieran dificultar su crecimiento e internacionalización. Un factor muy importante es la prioridad que los gobiernos les otorgan a las PYMES al reconocer que en su economía, éstas son una pieza fundamental. Los europeos hacen todo cuanto esté a su alcance por salvaguardar su bienestar, no permiten que éstas se debiliten por problemas financieros o por falta de asesoría. El portal de la UE presenta un diagrama muy específico sobre las acciones y los programas que están llevándose a cabo para cumplir los fines antes mencionados y presentan temas muy interesantes en los que priman la capacidad de las empresas para expandir su mercado y sobre los cuáles convendría que nuestro gobierno pusiera atención. Aunque reconocemos que se trata de países con situaciones muy distintas, nos estamos relacionando con el bloque europeo, y más aún, tenemos un tratado firmado con ellos en el que se consideran esas diferencias y en donde se ha convenido darnos trato preferencial en muchos asuntos, sobre todo en temas fundamentales como son la producción manufacturera y la agricultura, entre otros. Por ello, debemos ver el tipo de casos de éxito que han tenido y de ser

posible implementarlos si es que se adaptan a nuestras circunstancias. Considerando nuestras características, encontramos de interés lo siguiente, acciones en las que nuestro gobierno podría seguir el ejemplo.

Para empezar, en la actualidad, la UE tiene toda una red de asistencia para las PYMES muy bien articulado conocido como Euro Info Centros que cuenta con más de 300 oficinas locales repartidas por más de 40 países, ubicadas en cámaras de comercio, servicios de ayuda a empresas y organizaciones similares que trabajan sobre asuntos económicos a nivel local o regional. Los EIC ayudan a las PYMES a identificar y comprender la información sobre las políticas, los programas y la legislación de la UE de interés para su actividad. También pueden ayudar a las empresas a establecer contacto con posibles socios en toda Europa.

Por otro lado se encuentra el SOLVIT que es una red en línea gratuita en la que los Estados miembros de la UE cooperan para resolver los problemas derivados de la mala aplicación de las leyes del mercado interior por parte de las autoridades públicas. En ella se reciben las quejas de los ciudadanos y las empresas.

Otro mecanismo de información es Tu Europa–Empresas que ofrece información práctica y asesoramiento sobre cómo hacer negocios en otro país de la Unión Europea. Incluye información sobre la inscripción, la contratación pública, los impuestos, los directorios de empresas, la financiación y la legislación laboral de los distintos Estados miembros. A través de este mecanismo, las empresas pueden conocer enlaces y direcciones útiles por país e idioma, que incluyen información específica para las PYMES.

También cuentan con ayuda a la innovación y la investigación a través de de la red de centros de enlace a la innovación entre otros organismos destinados a ese fin, pues consideran que las PYMES deben de ir al día con la tecnología. Gran parte del rezago de muchas empresas se debe a la falta de adaptación a las tecnologías de la información (TI). En nuestro país, parte de la infraestructura que les hace falta a las empresas para crecer es la que se ubica en el rubro de ésta tecnología.

Y sin duda, el apoyo tecnológico, va de la mano con el plan que en general la UE ha diseñado para sus empresas ya que en gran parte de la ayuda que presta y la difusión que se le da, se utilizan medios electrónicos. Por ejemplo, si alguna empresa necesita ayuda para conocer mejor la legislación, las políticas y las iniciativas de la UE que puedan afectarla, la Comisión Europea ha creado una serie de páginas web y herramientas en línea específicas que la ayudarán a encontrar respuestas con rapidez. Estas páginas están hechas a la medida de las PYMES, tanto si lo que se busca es una perspectiva general o información detallada, y constituyen una fuente de asesoramiento inicial.

En el caso de la flexibilidad sobre las políticas para PYMES, resulta particularmente interesante mencionar que la Comisión Europea ha iniciado un importante Programa de Acción para reducir las cargas administrativas (2007-2012), centrado en la información que las empresas de la UE están obligadas a facilitar a las autoridades públicas o a entidades privadas: información para el registro legal, la certificación, la inspección, las subvenciones, la presentación de formularios estadísticos, las etiquetas de energía para consumidores, los informes a los accionistas, etc. Si la empresa cree que se le exige información innecesaria o que la información requerida puede presentarse de manera más eficaz, pueden presentar sus sugerencias mediante un formulario diseñado para ello, es decir, atienden particularidades.

Sobre el comercio exterior, cuentan con una Base de datos sobre aranceles en línea (TARIC). Esta página ofrece a las empresas una visión clara de todas las medidas que deben tener en cuenta cuando importan o exportan productos.

Asimismo, puede hacerse uso del recurso conocido como Información Arancelaria Vinculante (IAV). El sistema IAV es una herramienta que ayuda a las empresas a obtener la clasificación arancelaria correcta para los bienes que deseen importar o exportar. Esto es importante, ya que la clasificación arancelaria es la base que se utiliza para determinar los derechos arancelarios, las restituciones a la exportación y la aplicación de otras disposiciones legales relacionadas con los certificados de importación/exportación, por ejemplo.

En cuanto a las aduanas, cuentan con enlaces a todas las bases de datos creadas de forma conjunta por los servicios aduaneros y fiscales de los Estados miembros, y parte de los sistemas informativos dentro de la “Fiscalidad y unión aduanera”. Se trata de un recurso electrónico que también proporciona enlaces con información actualizada sobre temas internacionales referentes a los impuestos y aduanas, la legislación pertinente, su incumplimiento y cómo puede hacer que se respeten sus derechos en este campo, por lo que se dispone de publicaciones, enlaces útiles y glosarios de términos fiscales y aduaneros.

En el tema de gestión de las PYMES, cuentan con la guía titulada “Diversidad en el trabajo: ocho pasos para las pequeñas y medianas empresas”, que es el resultado de una conferencia de la UE celebrada en 2006, y cuyo objetivo es ayudar a los propietarios y directivos de PYME a adoptar y poner en práctica políticas y enfoques de diversidad en sus empresas, acordes con sus necesidades y estrategias. Este programa tiene un diseño flexible y generalista, que puede aplicarse a la mayoría de las PYME independientemente de su sector o ubicación. Consiste fundamentalmente en la formalización de procedimientos para evitar problemas de personal, disponer de más tiempo y aumentar la rentabilidad.

Otro tema fundamental para las PYMES europeas es el del financiamiento. Se trata de encontrar el tipo de financiación adecuado, lo que es con frecuencia una de las principales dificultades a las que se enfrentan éstas empresas. Cuentan por ello con otro recurso electrónico denominado “Acceso a la financiación” que les ofrece información sobre cómo acceder a financiación para el inicio o la expansión de sus actividades. También ayuda a los inversores y a los bancos a entender mejor las necesidades de las PYME. Su objetivo es crear un entorno financiero más eficiente. También existen otros medios similares pero de prevención sobre asuntos financieros, es decir, para evitar que las empresas se vean envueltas en problemas económicos por malos manejos de los recursos⁴¹. Resulta interesante este medio porque se adelantan a los problemas y se preparan para evitarlos.

⁴¹ **Portal electrónico de la UE.** http://ec.europa.eu/enterprise/sme/sectoral_es.htm, 2007.

Así, en general, la UE brinda apoyo a sus empresas para internacionalizarse, para que conozcan todos los elementos que deben cubrir si desean expandir su mercado. Ofrece ayuda para analizar los mercados potenciales y presenta opciones para la mejora de los productos.

4.3 Los esfuerzos de México, balances.

Sin duda, y al respecto, podemos decir que México cuenta con herramientas muy útiles también para que las PYMES puedan lograr sus objetivos. Sin embargo, no están siendo aplicadas correctamente, por lo cual resulta cuestionable su trabajo y la eficiencia con la que están operando. Las cifras hablan por si solas, si no estamos creciendo o creciendo muy lentamente o sea por debajo de nuestras necesidades, es porque los mecanismos empleados están fallando. Por ello debemos replantearnos la manera en la que el gobierno está impulsando a las PYMES, que son importantes medios para lograr el crecimiento y por ende, el desarrollo económico, pues vale recordar que del total de empresas que existen en el país, el 99% son PYMES, y deben mejorar su aporte al PIB que apenas es del 50%.

Sin duda, hablamos de un bloque de países como es la UE contra uno solo, pero tenemos muchas ventajas comparativas y competitivas tanto en recursos naturales como humanos en cuanto a la cuestión de los servicios, con los cuales bien podemos competir exitosamente en los diferentes mercados de los países que la conforman actualmente. Para ello es necesario “crear con mucha atención y cuidado, estrategias de penetración por fijo de producto y país”⁴².

4.3.1 El sexenio Foxista.

Vicente Fox, quien durante su campaña para llegar a la presidencia prometió a los mexicanos poner fin al problema indígena en 15 minutos, hacer crecer al país un 7% y generar 1 300 mil empleos al año, además de mejorar la vida de todos los

⁴² Dávila Aldás, Francisco, “**América Latina y la Unión Europea**”, Oikos, Revista de Economía Heterodoxa, Integración Regional, No. 7, Río de Janeiro, Brasil, 2007. pág. 133

mexicanos, quedó muy por debajo de las expectativas generadas una vez que tomó posesión.

Las cifras extraídas a lo largo del sexenio lo confirman cuando vemos que el crecimiento promedio generado del gobierno foxista fue apenas del 2.4% anual, el más bajo de América Latina la que en ese mismo lapso creció en un 5%. Por otro lado, siguió incrementándose la elevada desigualdad en la distribución del ingreso, ya que el 10% de las familias más ricas concentró el 35.7% en 2006. Por otro lado, la cantidad de empleos creados fue apenas de 200 mil por año. Asimismo, el salario mínimo en lugar de aumentar, se mantuvo estático y no sólo eso, sino que de hecho tuvo un periodo de retroceso preocupante, en detrimento del poder adquisitivo de las familias mexicanas. Lo que detuvo el caos fue el que la inflación se mantuviera en niveles bajos.

A diferencia de lo anterior, el sector empresarial, obtuvo grandes beneficios durante el sexenio. Una muestra de ello es que el empresario más rico de nuestro país superó en recursos adquiridos los 30 mil millones de dólares.

Los ingresos petroleros alcanzaron los 150 mil millones de dólares. Lo interesante de esto, es que a pesar de que la tercera parte del presupuesto federal se origina de ellos, la sociedad mexicana no obtuvo beneficios pues se destinaron al pago de la deuda externa y del IPAB, para equilibrar el gasto público y ensanchar la burocracia, en detrimento de la inversión. Y más preocupante aún, resulta el hecho de que PEMEX, con todo y que es una de las empresas petroleras más importantes, está sufriendo graves problemas por falta de inversión en investigación y en infraestructura⁴³. Y por si eso no fuera suficiente, México cuenta con las mayores reservas monetarias de la historia, superan ya los 68 mil millones de dólares, pero no se emplean porque la decisión del Banco de México es mantenerlas en Estados Unidos para que éste país pueda seguir financiando su moneda, en lugar de emplearlas para reactivar la economía mexicana, la cual necesita urgentemente la generación de capital fijo.

⁴³ Se espera que dichos ingresos sean aprovechados ahora por el nuevo gobierno para generar dicha infraestructura y crear más empleos ya que al inicio de 2007, el crudo se cotizó hasta en 100 dólares por barril.

En política exterior, el gobierno se esmeró por continuar privilegiando la apertura comercial a pesar de los altibajos que sufrió la diplomacia mexicana con los gobiernos de Cuba y Venezuela. Se logró la firma de diversos acuerdos y tratados de libre comercio, llegando a estar relacionados actualmente con más de 43 países, creyendo que de esta forma, se incrementarían las posibilidades de poder llegar a otros mercados y por lo tanto la presencia de las empresas mexicanas en el exterior crecería, pero la oposición de los 12 miembros del Consejo Coordinador Empresarial a la firma de más tratados de libre comercio aludiendo que el país no cuenta con las condiciones de competitividad, nos deja ver que reconocen una dura verdad⁴⁴. El país no puede hacer frente a los compromisos que devienen de la firma de tratados porque no se han realizado los cambios estructurales y de infraestructura que se necesitan para eliminar las barreras de la competencia en los negocios, en especial los pequeños y medianos, quienes no tienen aún acceso a los elementos necesarios para poder crecer y competir con ventajas ya que apenas podemos sobrevivir.

Hoy día es una realidad que las empresas en México no están siendo competitivas⁴⁵. Su falta de efectividad para competir es considerado por mucho, uno de los obstáculos más fuertes para que sobrevivan, y sobre todo para que tengan una vida de largo plazo, con productos verdaderamente innovadores y al alcance de sus mercados clave: EE.UU y la UE. México en el TLCAN alcanzó a ser el primer proveedor de EEUU, pero a 13 años ha sido rebasado por China y lo será por la India si no nos esforzamos por mejorar nuestros productos, de ahí que es necesario renovar nuestro comercio y diversificarlo. La UE es un buen recurso para ello.

Las consecuencias de esto, se ven en el hecho de que México en el 2003 se ubicaba como la décima economía a nivel mundial, al siguiente año perdió un peldaño, para retroceder dos posiciones más en el 2005 y ubicarse en la treceava economía. Esto refleja claramente que hemos reaccionado tardíamente a las

⁴⁴ Ver a este respecto **“Rechaza el sector privado más TLC, no hay condiciones de competitividad: CCE”**, El Financiero, México, 30 de noviembre de 2007, p. 11

⁴⁵ Ver **“Alarmante caída de México en competitividad”**, Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP), El Financiero, 15 de marzo de 2007, p.10

exigencias de un mundo globalizado, donde los países deben fortalecer su mercado interno, para poder responder favorable y exitosamente a las de los mercados externos⁴⁶.

Los cambios estructurales que necesitamos tienen que apoyar a las empresas, en especial a las pequeñas y medianas, quienes generan alrededor de siete de cada diez empleos en el país.

En resumen, los aspectos más característicos del gobierno foxista, son los siguientes: los resultados macroeconómicos se fortalecieron con bajas tasas de interés y de inflación, que se situaron entre el 3.5 y 4 por ciento de promedio. Al cierre del sexenio, las remesas provenientes de los mexicanos en el exterior fue de unos 20 mil millones de dólares, superando las entradas por inversión extranjera directa y turismo. Asimismo, el PIB alcanzó cifras récord siendo del 4.54%. 2006 cerró con un déficit por cuenta corriente de unos 2,600 millones de dólares, y un déficit comercial de unos 5,700 millones de dólares. La deuda externa se redujo en un 25 % a la cantidad registrada en 2005 de 54 mil millones de dólares, ya que en 2006 fue de unos 40,700 millones de dólares⁴⁷.

4.3.2 El primer año de Felipe Calderón (2007-2008).

Felipe Calderón arribó a la Presidencia de México en medio de un difícil y muy conflictivo proceso electoral. Tanto la intervención de Vicente Fox, como la dudosa colaboración del IFE y el mencionado fraude, marcaron su entrada al gobierno.

Asumió funciones como presidente el 1 de diciembre de 2007. A más de un año de ello, los rasgos que han caracterizado a este gobierno son el asunto de la política interna y de seguridad, relacionado con los operativos contra el crimen organizado y el de las políticas de legitimación, por la forma en la que llegó a ser presidente; ambos tienen que ver con construir consensos, alcanzar reformas e incluso cambiar la imagen de la Presidencia de la República y de la campaña

⁴⁶ C.F. “México, en línea contrario a la economía globalizada. Resta interés al capital humano”, Thierry Lamaresquier”, Ibid, México, 11 de junio de 2007, p. 14

⁴⁷ Estudios Económicos de México, OCDE, Junio 2007.

electoral misma⁴⁸. Asimismo, otros rasgos preocupantes que se han ido presentando, son el agotamiento de las reservas de Pemex y las explosiones en ductos de la empresa, en vez de proponer y presentar mejoras a este organismo que genera una de las entradas de riqueza más importantes para el país, la situación se está tornando muy peligrosa y desfavorable para éste.

De ahí, lo que podemos percibir es que el estado de cosas en el país no se ha modificado sustancialmente. Aunque se han logrado las reformas a la Ley del ISSSTE, la fiscal y la reforma electoral, aún quedan muchas otras reformas estructurales pendientes, como la energética, la laboral, la de medios. Asimismo, es necesaria la presencia de un mayor número de fuerzas de seguridad para combatir al crimen organizado o por lo menos tenerlo controlado. Hoy por hoy, se podría decir que el narcotráfico vive su mejor época. Por ello, es uno de los más grandes retos de gobernabilidad que presenta nuestro país y que nuestro presidente debe asumir.

En política exterior, muy poco se puede decir del nuevo gobierno. La diplomacia está prácticamente en punto neutro. Aún no se delimita bien nuestra postura con respecto a los Estados Unidos y el tema de la migración. Los conflictos con Cuba y Venezuela, prácticamente han quedado en el pasado. Muy poco se ha ganado en este terreno. Simplemente por ahora el exterior no es prioridad para el gobierno de Calderón.

En materia económica, el poder adquisitivo de los salarios obreros sufrió bajas importantes ya que mientras el precio de la canasta alimentaria básica se incrementó 24.57 por ciento, los salarios únicamente aumentaron 4 por ciento en promedio. Los incrementos a los trabajadores no compensan para nada el aumento de precios, por lo que el poder de compra va en declive.

Por otro lado, la desaceleración de la economía de Estados Unidos, que bajó del 3.4 por ciento al 2.7 en 2007, ha tenido fuerte impacto en las exportaciones mexicanas, en particular de automóviles y maquiladoras (ensambladoras), también las Pymes están siendo afectadas⁴⁹.

⁴⁸ “**Aciertos y errores a un año del gobierno de Felipe Calderón**”, Aziz Nassif, Terra Magazine, 30 de noviembre de 2007.

⁴⁹ *Ibid.*

Asimismo, las remesas en 2007 bajaron significativamente un 2.5%, lo cual impactará sin duda de forma significativa a los sectores más pobres de la población, ya que actualmente del 60% de la población que vive en la pobreza, un 40% de ésta se encuentra en condiciones extremas. Sólo un 10% de la población acapara el 70% de la riqueza del país. Nos enorgullecemos de tener al hombre más rico del mundo, pero no nos avergonzamos de las precarias condiciones en las que se encuentra la mayoría de nuestra población, que depende en muchos de los casos de los ingresos provenientes de miembros de sus familias que se encuentran trabajando en el exterior.

En general, se puede decir que la llegada de Calderón a la presidencia no ha impactado positivamente a la sociedad mexicana. Aún se espera mucho en materia económica y de seguridad para poder emitir un juicio favorable.

En cuanto a las PYMES, en noviembre de 2008 Felipe Calderón anunció la creación de un nuevo sistema de garantías para las micro, pequeñas y medianas empresas del país a través del cual se podrán detonar créditos por 250 mil millones de pesos en los próximos cuatro años, para apoyar hasta a 400 mil empresas.

Durante la inauguración de la Semana Nacional Pyme 2008, anunció la creación del Sistema de Fomento Empresarial que agrupará todos los programas de la Secretaría de Economía y de otras dependencias relacionados con el sector en una sola instancia, entre ellos Sedesol, Reforma Agraria, Nacional Financiera y otros organismos.

Con ello, se busca eliminar duplicidades y generar sinergias que promuevan el desarrollo de las PYMES. Asimismo, anunció la creación y ampliación del Fideicomiso "México Emprende" a través de una estrategia integral de financiamiento y apoyo a la competitividad.

Fue en este punto donde anunció que se pondrá a disposición del aparato productivo un novedoso sistema de garantías, para que en lugar de que sólo se ocupen recursos para echar a andar micro y pequeñas empresas también se den garantías a los pequeños y medianos.

Informó que como capital inicial para apoyar garantías de crédito se destinarán apoyos por 5 mil millones de pesos a través de México Emprende, esto si lo aprueba el Congreso de la Unión en el Presupuesto de Egresos del próximo año⁵⁰.

Ahora se espera que dichos recursos sean correctamente encaminados y puedan cumplirse los objetivos planteados. De ser así, se logrará apoyar a las PYMES de manera más efectiva. El que los organismos que actualmente operan en este sentido sean fusionados juega un papel fundamental pues estarán mejor coordinados o regulados para realizar sus funciones.

4.3.3 Nuestros competidores europeos.

En el caso de la UE y para contrastar su situación con la nuestra, tenemos que el PIB de la UE creció un 2,6% en 2007 y se espera que lo haga un 2,0% en 2008, alejándose del incremento del 2,9% alcanzado en 2006, ya que la situación de Estados Unidos también está causando estragos importantes en ésta, como en las economías de todo el mundo⁵¹.

La mejora de la economía europea en 2006 se debe a los incrementos en la demanda interna y a la inversión privada, consecuencia de las óptimas condiciones en las que se encuentran los mercados laborales y los salarios altos que ofrecen.

No obstante, se espera que en 2008 sigan creciendo pero a un ritmo mucho más moderado de alrededor del 4%⁵². Esto debido a que la situación del mercado de trabajo seguirá mejorando, pero el aumento salarial medio nominal en la zona euro se mantendrá alrededor del 1,9 por ciento que marcó el 2007.

⁵⁰ “**Anuncia Calderón recursos a Pymes por 250 mil mdp**”, Humberto Niño de Haro, El Universal, 3 de noviembre de 2008, p. 15

⁵¹ “**Economía española 2007 crecerá 3% e inflación será 3,2%, según informe Cesifo**”, EFECOM, Madrid, 1 de marzo de 2007, <http://www.economista.es/economia/noticias>. El Cesifo es una organización integrada por el Centro de Estudios Económicos de la Universidad de Múnich y el Instituto Ifo de Investigación Económico.

The Economist, noviembre 24-30, 2007, pág. 105.

⁵² El euro fortalecido y el ensanchamiento del mercado interno han permitido que mejore el poder adquisitivo de los europeos y la demanda de productos mexicanos podría ampliarse.

Las previsiones apuntan a que España incrementará su PIB de un 3% en 2007, a un 3.3% en 2008, mientras que la inflación se reducirá hasta el 2.9% ese año. Alemania y Francia crecerán en cifras entorno al 2% durante 2008, y en el Reino Unido la situación económica se mantendrá casi tan sólida como el año pasado, lo que facilitará nuestros recursos económicos con ese país y podrían darse oportunidades para las Pymes.

Por lo que se refiere a los nuevos estados miembros, el crecimiento seguirá siendo muy sólido gracias al apoyo del resto de los miembros, llegando su PIB a elevarse hasta en un 4.9% en 2008. La inflación se mantendrá en niveles altos, con tasas comprendidas entre el 2.1 y el 7%, lo que puede desacelerar su crecimiento⁵³.

4.3.4 La economía mundial.

El PIB mundial experimentó durante el año 2006 un crecimiento del 5,1 que se sitúa prácticamente al nivel de 2004, el año con la tasa de expansión más acelerada desde 1973, gracias a la integración en el sistema mundial de comercio de economías emergentes en rápido crecimiento, como China, la India, Rusia y Europa del Este⁵⁴.

Sin embargo, la economía mundial ha dejado atrás el punto más alto del ciclo e irá desacelerándose poco a poco. Lo previsible es que dicha desaceleración sea limitada en su duración y moderada en sus efectos, de modo que se espera que la economía mundial registre un crecimiento de algo menos del 5 por ciento, tanto en 2007 como en 2008.

En 2007, el crecimiento del PIB mundial se redujo al 3,6%, en comparación con el 3,9% del año anterior, y el aumento será todavía más moderado en 2008, especialmente en los países de ingreso alto. La mayor traba para la economía mundial se origina en la desaceleración de los Estados Unidos de América, derivada de la depresión en el sector inmobiliario. Los bancos centrales de las principales economías han adoptado varias medidas para aminorar los efectos de una crisis financiera aún mayor, pero tales medidas no enfrentan los problemas

⁵³ *Supra.*

⁵⁴ *Supra.*

originados en la falta de regulación de un sistema financiero mundial altamente entrelazado con la economía real.

Los problemas financieros derivados del sector inmobiliario estadounidense han repercutido en las principales economías europeas y, en menor medida, en Japón y otras economías desarrolladas. Las perspectivas de crecimiento en dichas economías como antes veíamos se han registrado a la baja, lo que a su vez confirma que éstas no son aún lo suficientemente fuertes como para reemplazar a la economía estadounidense en cuanto a su rol como motor del crecimiento global.

A pesar de las presiones al alza debidas a la subida de precios de energía y alimentos, la inflación mundial se mantiene baja y se espera que más bien descienda de la registrada en 2006, la más alta en diez años. La tendencia global está dominada por la desaceleración inflacionaria en los países desarrollados en la segunda parte de 2007, resultando en una tasa estimada anual de 1.9 por ciento, con una desaceleración aún mayor en 2008, en el que se prevé una tasa de 1.7 por ciento. Se espera que la inflación en los Estados Unidos en 2008 caiga por debajo de 2 por ciento en aras de la desaceleración económica. La inflación en Europa se mantendrá también baja, alrededor de 2 por ciento⁵⁵.

4.4 Los retos que México debe afrontar sobre su crecimiento interno y el desarrollo.

Para ir en concordancia con las perspectivas que se tienen de la economía mundial, México debe procurar acelerar el ritmo de sus exportaciones. Hasta ahora, las importaciones son mejores que las anteriores, y sin embargo, seguimos sin aprovechar las opciones que tenemos para vender nuestros productos.

Programas como el del impulso a las exportaciones a Europa y el PIAPYME, han resultado ser herramientas muy útiles para identificar los sectores claves de exportación. Los más reconocidos son el de las frutas y hortalizas,

⁵⁵ “Situación y perspectivas de la economía mundial 2008”, Naciones Unidas, Nueva York, 2008.

orgánicos, pescados, bebidas alcohólicas, textiles, automotriz, químicos, y calzado, pero aún es necesario, como lo hemos analizado, mejorar esfuerzos.

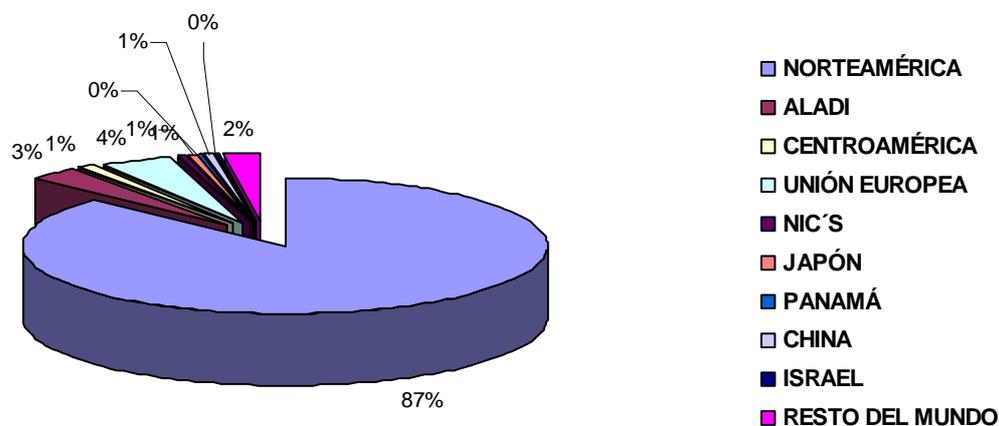
Resulta interesante el mercado europeo en particular porque se trata de un bloque de 27 países y estamos hablando del mercado más grande del mundo con 493 millones de habitantes, un ingreso per cápita de 23, 715 euros, en donde se maneja la libre circulación de mercancías y personas y donde trece países utilizan una moneda única, que se ha revalorizado en un 60% frente al dólar desde el año 2000.

En el caso de México, se trata de un mercado con 105 millones de habitantes y de un ingreso per cápita de 8, 123 dólares. El Acuerdo Global de Concertación Política, Asociación Económica y Cooperación se ha encargado de legalizar las relaciones bilaterales entre ambos mercados con particularidades especiales. En el primer capítulo de este trabajo hablamos sobre la liberación comercial y a continuación presentamos la actividad de las importaciones y exportaciones mexicanas.

Exportaciones totales de México⁵⁶ **Valores en millones de dólares**

Pais	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Total
NORTEAMÉRICA	149,783.90	139,714.00	144,889.00	147,335.10	167,813.50	187,797.30	216,975.60	229,898.00	241,686.70	193,253.70	1,819,146.80
ALADI	3,341.40	3,442.20	3,039.90	2,918.10	4,214.20	6,059.80	8,162.90	11,087.90	14,149.70	10,124.10	66,540.20
CENTROAMÉRICA	1,555.20	1,586.90	1,528.40	1,579.20	1,770.00	2,400.80	2,848.00	3,570.20	4,034.70	3,003.30	23,876.70
UNIÓN EUROPEA	5,799.40	5,646.90	5,626.20	6,211.90	6,818.20	9,141.80	10,966.80	13,943.50	17,079.90	11,352.80	92,587.40
HIC'S	902.3	773.5	739.8	670.1	917.9	968.2	1,441.00	1,619.70	1,672.90	1,447.10	11,152.50
JAPÓN	1,115.00	1,266.30	1,194.20	1,172.60	1,190.50	1,470.00	1,594.00	1,919.90	2,068.10	1,614.60	14,605.20
PAHAMÁ	278.3	290.1	303.9	319.8	315.8	463.3	567.7	730.6	865.4	774.2	4,909.10
CHINA	310.4	384.9	653.9	974.4	986.3	1,135.60	1,688.10	1,895.90	2,046.90	2,215.60	12,292.00
ISRAEL	66.5	45.1	55.6	61.4	61.5	87.3	90.6	129.7	220.4	85.4	903.50
RESTO DEL MUNDO	2,836.80	5,541.20	2,843.40	3,410.90	3,791.80	4,555.70	5,436.90	6,986.60	8,168.30	5,271.10	48,842.70
Total	165,989.20	158,691.10	160,874.30	164,653.50	187,879.70	214,079.80	249,771.60	271,782.00	291,993.00	229,141.90	2,094,856.10

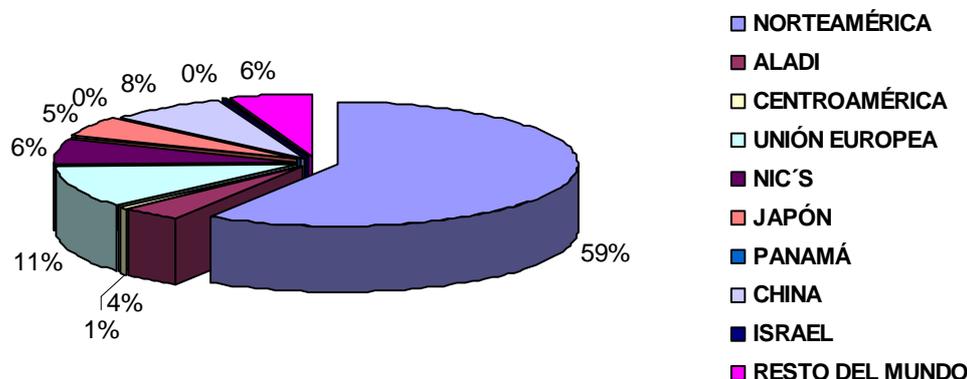
⁵⁶ Datos extraídos del portal de la Secretaría de Economía.
http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_Estadisticas_de_Comercio_Internacional



Importaciones totales de México⁵⁷
Valores en millones de dólares

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Total
NORTEAMÉRICA	131,551.00	118,001.60	111,037.00	109,481.20	116,154.20	124,716.70	137,687.20	148,545.20	162,065.60	119,737.60	1,278,977.30
ALADI	4,017.50	4,743.40	5,473.90	6,528.30	9,025.60	10,603.30	12,439.20	12,482.90	12,121.90	8,133.10	85,569.10
CENTROAMÉRICA	333.10	359.70	623.50	867.50	1,255.80	1,435.10	1,411.90	1,541.80	1,732.10	1,785.20	11,345.70
UNIÓN EUROPEA	15,056.70	16,681.00	16,950.10	18,443.20	21,656.60	25,775.60	28,938.10	33,839.50	39,160.10	27,204.30	243,705.20
NIC'S	6911.3	8235.9	10261.6	8500.8	11373.8	13409.5	18,218.60	21,206.40	22,512.00	17,224.90	137,854.80
JAPÓN	6,465.70	8,085.70	9,348.60	7,595.10	10,583.40	13,077.80	15,295.20	16,360.20	16,326.20	11,397.10	114,535.00
PANAMÁ	119.6	45.2	35.3	37.8	43.9	78.4	57.4	113.9	116	94.5	742.00
CHINA	2879.6	4027.3	6274.4	9400.6	14373.8	17,696.30	24,437.50	29,791.90	34,754.50	32,529.00	176,164.90
ISRAEL	296.5	257.7	250.1	313.5	402.1	370.7	428.9	441.5	523.9	415.9	3,700.80
RESTO DEL MUNDO	5,975.70	7,052.10	7,552.30	8,457.00	10,866.90	13,417.60	15,752.10	17,395.40	19,126.70	14,492.40	120,088.20
Total	173,606.70	167,489.60	167,806.80	169,625.00	195,736.10	220,581.00	254,666.10	281,718.70	308,439.00	233,014.00	2,172,683.00

⁵⁷ Supra.



Como es perceptible a través de estas cifras, el comercio de la UE con México y viceversa ha sido muy escaso, nos concentramos en el TLCAN, mientras que Europa si se está preocupando por diversificar su comercio.

Las importaciones de la UE con respecto a nuestro país se basan en petróleo, autopartes y productos químicos. Sin embargo, los sectores en los que hay negocios potenciales son los siguientes:

- Alimentos procesados
- Frutas y verduras
- Muebles
- Regalos
- Floricultura
- Textiles

Los cupos son muy buenas oportunidades y no están siendo aprovechados.

Actualmente, para ingresar al mercado europeo se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- 1) Se trata de un mercado altamente segmentado
- 2) Es un mercado muy competido
- 3) Sus compradores tienen alto poder adquisitivo
- 4) Existe conciencia social en el consumidor
- 5) Son consumidores informados

Frente a lo anterior, el reto más grande de nuestros empresarios es la competitividad. Nuestras exportaciones se concentran en muy pocos sectores como antes veíamos, siendo que hay muchas oportunidades en otros.

Es mayor la variedad de productos que presenta Europa. Después de EEUU, la UE es uno de los principales inversionistas en México.

Sin duda, Europa es uno de los mercados más sofisticados, presenta retos pero es un socio potencial muy importante.

La meta económica para México en estos últimos años ha sido la de duplicar los intercambios económicos con la UE. Es una meta ambiciosa pero hay potencial para alcanzarla. Actualmente, por cada dólar de venta que realizamos a la UE, a Norteamérica le estamos vendiendo 11. Es un hecho que podemos vender más a la UE, es en realidad una gran oportunidad para diversificarnos. Por ejemplo, podríamos empezar por mencionar un mercado nuevo en el cual podríamos incursionar, a saber, el de Europa del Este. Actualmente, los principales socios comerciales de México, son 10: EEUU, Canadá, algunos países asiáticos, Brasil, Alemania y España. En el caso particular de Europa, estamos comprando más de lo que les vendemos. Francia (6.9%), Holanda (9.1%), Reino Unido (11.8%) y Finlandia (11.5%), también son importantes socios comerciales para nuestro país después de Alemania (38.0%) y España (6.6%), al resto de los países les vendemos un 14.7 %, mientras que a los nuevos integrantes del bloque tan solo un 1.3%. Hoy día, por dólar que les vendemos, les compramos 4⁵⁸.

Por otro lado, resulta interesante considerar que somos uno de los exportadores medios más importantes. Contamos con un sector empresarial que está creciendo. Pero debe quedarnos muy claro que para hallar oportunidades comerciales y de inversión para México en la UE, nuestros empresarios tienen que conocer los mercados mundiales en todos sus aspectos, es necesario un análisis cultural de ellos, así como económico, deben realizar auditorías de mercado.

En el caso particular de la UE, tenemos que tomar muy en cuenta que es muy constante en sus importaciones, espera respuestas rápidas, requiere entregas oportunas. Por ello, nuestras empresas tienen que ser muy eficientes a la

⁵⁸ Secretaría de Economía, Octubre, 2006.

hora de ofertar sus productos. Una herramienta práctica al respecto que ha empleado el Estado para conseguirlo, es el Programa de impulso a las Exportaciones a Europa, coordinado por Bancomext, con la estrategia de franquicia internacional cuyos principales objetivos, se definen a continuación:

- Incrementar el monto de las exportaciones mexicanas.
- Incrementar empresas exportadoras.
- Incrementar la inversión europea en el país.
- Llevar empresas mexicanas a Europa.
- Aprovechar programas de cooperación de iniciativa europea.

Todo esto se logrará a través del apoyo del gobierno a las empresas para posicionar sus productos, por medio de varias opciones ofrecidas como por ejemplo, el esquema de franquicias.

Actualmente, 4,5% del total de las exportaciones mexicanas se destinan a la UE. Las empresas que inician su camino en las exportaciones tienen muchas dudas tales como las siguientes: ¿Es posible exportar?, ¿cómo puedo hacerlo, ¿hacia dónde?, ¿puedo mejorar mis productos?, ¿cómo puedo adaptarme al cambio?, etc. Por eso es elemental crear un diagnóstico de exportación.

En el caso de la UE tenemos que reconocer que se trata de un compendio de países muy distintos. No es territorio homogéneo en ninguno de sus componentes.

Entonces, para exportar necesitamos:

- a) Conocer el mercado
- b) Seleccionar el país o países a los que queremos dirigirnos
- c) Estudiar el consumo del producto
- d) Saber si actualmente lo están importando y bajo que condiciones
- e) Conocer si hay una vía comercial abierta
- f) Ver si México exporta productos similares, analizar la competencia, ver qué países lo compran y de cuáles provienen.

Por otra parte, es necesario definir el tipo de cliente al que se va a atender para tener claro lo que pide y con lo que se debe cumplir (etiquetado, normativas,

certificados de origen, etc.). El precio también es muy importante, se tiene que establecer uno que sea rentable después de conocer los precios de productos similares para deducir el que se va a manejar medido en costos variables de producción.

Es primordial asimismo que las empresas analicen su capacidad de producción para saber si será posible cumplir con las cantidades de producto demandadas. Al respecto, la negociación es indispensable, una buena preparación al respecto, puede ayudar a nuestras empresas a vender bajo mejores condiciones.

En cuanto a la capacidad de logística, la mayoría de los productos exportados a la UE utilizan transporte marítimo. Las empresas tienen que ver si pueden resolver los problemas que surjan al respecto. Deben disponer de condiciones especiales de entrega y de transporte en general.

Por todo lo anterior, consideramos que el PIAPYME que hemos analizado, es importante y novedoso. Está buscando que las empresas mexicanas se internacionalicen, que alcancen ventajas comparativas para que logren sus objetivos. Como lo hemos manejado en este trabajo, México ha ido perdiendo competitividad. Hoy por hoy, las empresas luchan por tener la capacidad gerencial adecuada, eficientes procesos de producción, personal calificado y un amplio compromiso con la competitividad.

Si realmente se implementan las acciones sugeridas anteriormente⁵⁹, podremos incursionar exitosamente en un mercado que aunque es exigente, presenta oportunidades para muchos productos mexicanos de alta calidad. Los europeos están interesados en utilizar nuevos productos, en conocer nuevos sabores. La movilidad que les permite la unión ha favorecido el consumo de productos nuevos y diferentes. Europa en realidad es un conjunto de economías de servicios, no están creando demanda de productos de consumo final. Subcontratan muchos productos industriales, así como los servicios de profesionistas.

En cuanto a consumo final se refiere, están consumiendo:

⁵⁹ Ver apartado 3 de este capítulo, "Los esfuerzos de México, balances".

- Muebles de madera estilo rústico
- Artículos de decoración, vidrio, alfarería y cerámica
- Joyería de plata
- Ropa de mezclilla, tejido de punto
- Ropa de trabajo
- Lencería
- Blancos de algodón
- Recubrimientos y pisos cerámicos
- Mármol, ónix, piedras para la construcción, fontanería en general.

En cuanto a la subcontratación, podemos decir que el envejecimiento de la población está provocando un cambio sustancial en los servicios que están demandando los europeos. Se están solicitando tanto productos, como todo tipo de servicios para las personas de la tercera edad. Por otra parte, se están realizando desarrollos inmobiliarios, comidas preparadas en pequeñas porciones, se están abriendo muchos gimnasios y spas y el turismo está siendo bastante rentable.

Por otro lado y debido al aumento en problemas de obesidad, está creciendo la demanda por los productos sanos y favorables tanto para la salud, como para el medio ambiente. Los productos orgánicos están teniendo muy buena demanda en varios países de la UE.

Como es perceptible, en todos los productos y servicios demandados tenemos cabida. Somos un país que los produce y genera. El problema radica principalmente en la mentalidad de nuestros empresarios. Se cree que la única posibilidad que tenemos para exportar se halla en Estados Unidos y que es muy complejo hacerlo en los países europeos. Tal vez si existan muchas normas que tenemos que cumplir, pero es posible porque tenemos la capacidad. Hoy por hoy, algunas empresas mexicanas están compitiendo exitosamente en los mercados más exigentes de la UE, muestra clara de que es posible acceder a ellos.

Sólo se necesita disposición así como las herramientas necesarias para jugar un papel significativo en los mercados extranjeros. Por ello recalamos en la

importancia de programas como el PIAPYME, que por muchas razones ya presentadas en este estudio, es necesario que sean implementados de manera permanente, que no se utilicen con fecha de vigencia, ya que en mayo de este año, dicho programa deja de operar. El gobierno mexicano tiene que priorizar sobre los gastos que realiza y en qué los está invirtiendo. Parte del éxito de las empresas europeas, se debe al apoyo institucionalizado que reciben de sus gobiernos, es una gran prioridad para ellos pues las Pymes constituyen el 99% de las empresas que mantienen su economía. Al igual que en México, son las principales generadoras de empleos. Se trata de empresas fuertes, bien financiadas y orientadas, con objetivos específicos, a saber, satisfacer las necesidades y los gustos de sus consumidores y llegar a otros mercados. Una empresa europea sabe que puede y debe exportar sus productos. Nada la detiene pues sabe que cuenta con la ayuda y los recursos suficientes para hacerlo, no existe incertidumbre, y si la hay, cuentan con la asesoría necesaria para tomar buenas decisiones.

En el caso de México, sabemos que la Secretaría de Economía así como otros organismos están jugando un papel decisivo en el destino de las PYMES en nuestro país. Mucho se está haciendo porque nuestros empresarios se hagan presentes con sus productos en los mercados extranjeros de manera exitosa. Sin embargo, aún es necesario que los apoyen para que cambien su mentalidad y los orienten de manera más formal sobre las oportunidades que tienen en otros países para comercializar sus productos. Debe haber mayor compromiso para que las empresas sepan a dónde deben acudir en busca de información pero también se deben flexibilizar los mecanismos para ello. Asimismo, deben crearse más dependencias para tal fin. Hoy por hoy, Economía se ocupa de grandes asuntos y ya no se da abasto. Sobre Bancomext, otro mecanismo crucial e igual de importante, se ha dicho que está a punto de desaparecer⁶⁰, situación que desde nuestra perspectiva es muy grave, en lugar de ello, debería reforzarse el trabajo que realiza, debería dejar de ser sólo un mecanismo de apoyo, para que pueda

⁶⁰ “**Bancomext está en situación de quiebra, admite Mario Laborín**”, La Jornada, Economía, Octubre 25, 2007

operar y realmente sea funcional. Si no lo ha sido o ha dejado de serlo, es en gran parte por la falta de recursos, o porque no se les están destinando de manera estratégica⁶¹. A pesar de la condición en la que se encuentra el Banco, aún es una fuente importante de información y de apoyo. El PIAPYME incluso, opera desde sus instalaciones y grandes funciones comerciales siguen realizándose desde allí. El cambio en la mentalidad de nuestros gobernantes y de nuestros empresarios va de la mano. Por desinformación se han perdido importantes oportunidades, nuestra economía depende del petróleo y ese es un hecho que puede cambiar si movemos a la gran cadena de productores que tenemos, que en realidad son la base. Si vendemos más en otros mercados, nuestras empresas pueden comenzar a industrializarse, para dejar de ser únicamente productoras de materias primas como históricamente lo han sido. Podemos comenzar a crear productos más elaborados, con mayor valor agregado, que impacten los mercados a los que lleguen. El ingenio de los mexicanos es bastante perceptible, en este trabajo mencionamos solo un par de ejemplos de los millones que existen. La semana PYME que organiza la Secretaría de Economía anualmente es una herramienta extraordinaria que brinda a nuestros empresarios la oportunidad de orientarse hacia otros mercados. Sin embargo la difusión que se le da, sigue siendo limitada. Muchos asisten, pero un gran porcentaje sigue sin acercarse a este medio tan importante. Los recursos son la palabra clave en todo este estudio. Es elemental que las políticas de acceso a los financiamientos se flexibilicen, lo mismo que las políticas fiscales, entre muchas otras que dificultan el crecimiento de nuestros empresarios.

No basta con prestar una ayuda superficial, se necesita mucho más que eso. Se necesita que desde el fondo, se ataquen los problemas que están retardando el crecimiento de las PYMES y en general de todo el país. Insistimos en el hecho de que el gobierno debe redistribuir el gasto de manera estratégica, en la que se le otorguen mayores recursos a las empresas que son en realidad el futuro de México.

⁶¹ **¿Cacahuates para fincar el futuro nacional?**, Eduardo Torre Blanca Jacques, El Financiero, Economía, 6 de noviembre de 2007, p. 16

El Fondo PYME como antes veíamos es un buen mecanismo, al cual, en lugar de inyectársele recursos por la demanda que ha presentado, se le están reduciendo. Nos resulta inaudito que esto suceda en un momento que es crucial para nuestras empresas, en un momento donde el libre mercado está cobrando mayor fuerza y donde todos los países quieren sacar sus productos y aprovechar las ventajas que pueden hallarle a este proceso.

No podemos insertarnos exitosamente en él, porque lejos de buscarle oportunidades, lo vemos como un ente que nos aplasta y reduce y no nos queda otra opción que admitirlo y vivir en medio de esa situación. Y no es así o, al menos, no tiene porque serlo. Aunque definitivamente no tenemos las mismas armas o las mismas herramientas que otros países para participar en él, debemos buscar las oportunidades por muy escasas que sean para presentar soluciones a nuestra situación actual. Si tenemos ya muchos acuerdos firmados con otros países, debemos ver qué beneficios podemos obtener de ellos. En el caso del TLCUEM, sin duda fue firmado con un grande, un mercado enorme, formado por 27 naciones. Por esa misma razón nos están vendiendo muchos productos y en cantidades enormes que superan nuestras ventas. pero en nuestro caso, deberíamos estar duplicando o triplicando esas ventas pues se trata de 27 países, no de uno solo, con características muy diferentes, con muchas oportunidades de que compren nuestros productos.

Como es sabido por muchos, China está inundando todos los mercados con sus productos. En EEUU tiene una presencia tan importante que como lo dijimos, nos ha desplazado como principales socios. Por lo tanto, tenemos que reconocer que aunque la actividad comercial con EEUU es muy importante, estamos perdiendo terreno en él. Es tiempo de migrar hacia otros mercados en donde nuestros productos son requeridos.

El ingenio, la originalidad, la capacidad, entre muchas otras cosas existen porque somos un país verdaderamente rico. Es tiempo que nos demos cuenta de eso, y de que los aprovechemos de manera real. Sólo así serán afrontados muchos problemas que están sumiendo a nuestro país en la pobreza. Es realmente increíble que esto le suceda a una nación no sólo con el potencial

suficiente para cubrir las necesidades de su gente, sino para abastecer las demandas internacionales y mejorar las condiciones de vida de nuestro pueblo.

La respuesta a esta cuestión, es conocida por todos. Sabemos cuál es el origen de nuestra pobreza, de nuestro subdesarrollo y de la carencia de oportunidades. Por eso más que hablar de eso, nos gustaría presentar soluciones, y para ello, tenemos que empezar por ver que las oportunidades para hacer frente a esta situación están a la mano, es cuestión de que prioricemos y realmente se utilicen los recursos que hay para que México experimente un cambio radical que lo lleve a ver con claridad todo aquello que es posible con voluntad y esfuerzo.

Conclusiones

A lo largo de este trabajo pudimos comprender el siguiente hecho fundamental, la asociación de México con la Unión Europea, está muy lejana todavía de poder contrarrestar la influencia de los Estados Unidos en nuestro país, tanto en materia económica como política. La diversificación e intensificación de nuestros lazos con el exterior sin duda requiere del diseño, implementación y seguimiento de una serie de acciones encaminadas a reafirmar la presencia de México no sólo en Europa, sino también en América Latina y los países de la región del Pacífico, así como en las instituciones de carácter mundial que promueven el desarrollo económico y social de todos los países.

La histórica relación que hemos forjado con Estados Unidos aún nos limita para poder fortalecer nuestra presencia en otras regiones, con todo y que nuestro

gobierno en los últimos años se ha esmerado porque México se consolide en el entorno mundial. Es cierto que actualmente de América Latina, somos el segundo socio económico de la Unión Europea, pero no ha sido suficiente para poder decir que hemos sido beneficiados de la relación bilateral existente. A pesar de no tener un tratado como el que nosotros firmamos con el bloque europeo, algunos países del Cono Sur, superan tanto nuestro comercio, como las entradas por inversión extranjera provenientes del mismo. Entonces, en comparativo, tanto por nuestra relación con Estados Unidos como por este hecho, es perceptible que no hemos aprovechado como lo hemos señalado, las oportunidades derivadas del acuerdo que establecimos en el año 2000 con dicha región.

Por lo tanto, resulta evidente que México no debe seguir en esta situación, dejando a un lado la posibilidad de colocar sus productos en nuevos mercados y atraer inversiones para la planta productiva del país que se traduzcan en empleos y en el fortalecimiento de la estructura económica mexicana. El TLCUEM no sólo garantiza la entrada de productos mexicanos a 27 países europeos, con un mercado de casi 500 millones de consumidores, sino que abre la posibilidad de beneficiarnos de los flujos de inversión extranjera que proceden de éstos y de los diversos programas que año con año promueve en particular sobre las pequeñas y medianas empresas. Como pudimos constatar a lo largo de este trabajo, el desempeño del PIAPYME, como un reflejo de lo anterior, nos dejó claro que hay mucho por hacer en este campo y que es necesaria una reestructuración de los mecanismos que actualmente están brindando apoyo a las PYMES en nuestro país.

Sabemos que México, hoy día, no es una prioridad para la Unión Europea. Ésta tiene importantes asuntos que atender, como estabilizar a sus nuevos miembros entre muchas otros temas en los que ésta envuelta. Sin embargo, parte de la estrategia de nuestro país en materia económica, tiene que ver con la presencia de nuestros productos en el exterior. Por lo tanto, debemos buscar maneras efectivas para hacernos un lugar en los nuevos mercados, ávidos de consumir productos de calidad e innovadores. En materia política poco hemos hecho por reforzar las relaciones que entablamos con la Unión.

Por lo tanto, y si realmente deseamos diversificarnos, crecer y expandirnos, necesitamos apoyar a los empresarios que desean exportar. Sólo así, podremos industrializar al país. Los recursos provenientes de las exportaciones podrían convertirse en una importante entrada. Hoy día las importaciones prevalecen, estamos comprando más de lo que vendemos. Estamos dejando de ser un destino atractivo para invertir. El crecimiento de nuestras empresas podría atraer el interés de naciones extranjeras por invertir para consolidar el crecimiento.

Estando así las cosas, queda confirmada la importancia que tiene el fortalecer los programas que apoyan a las pequeñas y medianas empresas para que éstas sepan qué deben hacer y cómo para vender exitosamente sus productos. Frente a esto, las reformas a dichos programas no deben esperar. Al parecer, existen muchos, pero los resultados que hasta ahora se han obtenido se quedan cortos en cuanto a las necesidades reales que están presentando las PYMES. El PIAPYME en verdad es una opción productiva, y planteamos en nuestro análisis la posibilidad de institucionalizar una ayuda similar a nivel nacional que tenga amplia difusión y, de ser posible, que todas las empresas interesadas en el mercado europeo, puedan acudir. Lo mismo para la incursión en otros mercados. Hoy día Bancomext realiza actividades fundamentales al respecto. Pero la idea de operar de manera general sobre el modelo que plantea el PIAPYME, resulta muy interesante. A lo largo del trabajo pudimos ver los innumerables beneficios que las empresas obtienen al afiliarse. Lo único que éste necesita es ser más abarcador.

Las estadísticas provenientes de las relaciones económicas con nuestros socios europeos nos dejan ver que no es suficiente contar con un Tratado que dé por hecho que hay un vínculo entre México y éstas naciones. Es urgente que el país genere una estrategia de desarrollo que incluya las reformas necesarias para captar inversión para el desarrollo tecnológico del país y de una infraestructura, que facilite la producción y el comercio competitivo.

A pesar de que hablamos de empresas medianas y pequeñas, dentro de la estructura productiva, éstas son mayoritarias. Son, en conjunto, una de las principales fuentes de ingresos y de empleo en el país, por lo cual, para nuestro

gobierno deben ser prioritarias y merecer el máximo apoyo financiero para su buen desempeño.

Muchas cosas buenas se están emprendiendo en apoyo a las PYMES y a lo largo de la investigación, pudimos conocer varios programas y fondos destinados a ellas. Sin embargo se necesita coordinación entre éstos, para que puedan responder a los principales problemas y retos que éstas enfrentan en la actualidad. Uno de ellos, que en nuestro criterio es el principal, es la falta de tecnología aplicada a sus procesos. Por este hecho, carecen de los conocimientos y capacidades suficientes para iniciar su actividad exportadora. Entonces, desde nuestra perspectiva tecnología y exportación van de la mano.

En la medida en la que las empresas estén bien orientadas en cuanto a cómo pueden adquirirla y cómo pueden adecuarla a sus procesos, podrán empezar a su vez, a informarse sobre la manera en la cual pueden cumplir con las demandas externas.

La infraestructura es otro tema fundamental que hoy, limita a muchas PYMES. Por lo tanto, el gobierno debe buscar la forma de cubrir todas estas necesidades y, en todo caso, apoyarlas para que puedan afrontarlas con herramientas verdaderamente eficaces.

El pago de impuestos es otro tema que abordamos en este trabajo. La reducción de éstos y la facilitación en la realización de todo tipo de trámites relacionados con las empresas, en gran medida podrá ayudar al crecimiento y desarrollo de las mismas. Finalmente creemos que con el apoyo adecuado y la voluntad de todos por avanzar aún en medio de la adversidad, podremos obtener el país que esperamos todos los mexicanos.

Glosario de términos

Acuerdos Comerciales: Contratos entre dos o más países, mediante los cuales se regulan materias estrictamente comerciales. Tienen carácter de tratados arancelarios para procurar ventajas y seguridad en las aplicaciones de las tarifas y regímenes aduaneros que afectan a los contratantes.

Acuerdos de Nueva Generación: Tratados comerciales que en sus cláusulas contienen nuevas áreas como los servicios, inversión, propiedad intelectual, compras gubernamentales, normas técnicas, prácticas desleales de comercio entre otras.

Antidumping: Son las medidas tomadas por los países importadores para luchar contra los países exportadores que aplican a sus productos precios anormales. Los gobiernos utilizan estrategias a nivel colectivo, el código anti-dumping GATT.

Arancel: Impuesto o derecho de aduana, que se cobra sobre una mercancía cuando ésta se importa o exporta.

Arbitraje: Procedimiento jurisdiccional por el cual se pretende resolver una disputa surgida en el marco de un acuerdo internacional. Dicha resolución es dictada por un Grupo Arbitral (grupo de personas competentes para la resolución de un determinado asunto), de conformidad con las normas establecidas en el

mismo acuerdo o contrato, y con ese fin las partes aceptan de ante mano a acatar la decisión que así se dicte.

Balanza comercial: Subdivisión de la balanza de pagos, que refleja las exportaciones e importaciones de mercancías realizadas entre un país y el resto del mundo durante un periodo de tiempo determinado. El saldo equivale a los ingresos por las exportaciones menos los pagos de las importaciones (cobertura comercial).

Bancomext: El Banco Nacional de Comercio Exterior, Sociedad Nacional de Crédito, es la Institución Financiera de Desarrollo del Gobierno Federal encargada de fomentar la competitividad internacional de las empresas y promover el comercio exterior de México, así como de impulsar la atracción de inversión extranjera al país y la realización de conversiones con empresas y organismos de otros países.

Barreras arancelarias: Derechos de aduana que gravan la importación de mercancías procedentes de países extranjeros.

Barreras no arancelarias: Medidas del gobierno que no son aranceles, pero que restringen las importaciones a través de exigencias sanitarias, requerimientos de importación, licencias de exportación, cuotas, certificados especiales, entre otros. Esas medidas han cobrado mayor importancia relativa a raíz de la reducción de los aranceles, tanto a nivel unilateral, como resultado de las negociaciones en la OMC y en los Acuerdos Comerciales.

Certificado de origen: Es un formato oficial mediante el cual el exportador de un bien o una autoridad certifica que el bien es originario del país o de la región por haber cumplido con las reglas de origen establecidas. Este documento se exige en el país de destino con objeto de determinar el origen de las mercancías.

Certificado de Sanidad: Documento que certifica que la mercancía ha sido examinada y se encuentra en perfectas condiciones para el consumo humano

Certificado Fitosanitario: Documento normalmente exigido en exportaciones de productos silvoagropecuarios, que certifica que los productos han sido examinados y que se ajustan a las disposiciones fitosanitarias vigentes en el país del exportador

Cláusula de la nación más favorecida: Cláusula insertada en los acuerdos o tratados de comercio, en la cual se estipula que todos los beneficios, ventajas o franquicias de cualquier genero (en materia de aranceles, transportes, tasas, etc.) que conceda en el futuro a cualquier tercer país uno de los contratantes, se harán automáticamente extensivo a los otro contratantes.

Cláusulas de Salvaguardia: Tienen por finalidad posibilitar a los países la adopción con carácter transitorio de medidas de diversa naturaleza tendientes a contra restar consecuencias indeseables para su economía.

Cupo: Sirven para limitar las importaciones o exportaciones de mercancías en su valor o cantidad. Los cupos pueden ser 1. globales (un volumen total sin tener en cuenta la procedencia); 2. por países.

- Déficit commercial:** Saldo a favor de las importaciones de un país con respecto a las exportaciones del mismo, durante un período de tiempo determinado.
- Exportación:** Desde un punto de vista comercial se entiende por tal la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva.
- Fracción Arancelaria:** Codificación numérica sistematizada que contiene la descripción de las mercancías, los requisitos que deben cumplirse para su internación a un país y el porcentaje de impuestos que deben cubrirse. Usualmente se utiliza la Clasificación del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (S.A.) que permite identificarlas al pasar por aduanas para la correcta aplicación de los impuestos como para vigilar las regulaciones que le atañen.
- GATT. General Agreement on Tariffs and Trade:** Este organismo intergubernamental, al que ha sucedido la Organización Mundial del Comercio (OMC) y que organizaba las negociaciones para la liberalización del comercio mundial, velaba por el sistema comercial multilateral y, en particular, por el principio de no discriminación, que rige las relaciones comerciales de las Partes Contratantes, principio comúnmente denominado "cláusula de la nación más favorecida" (NMF).
- Importación:** Se refiere a la entrada de mercancías de procedencia extranjera en un territorio aduanero.
- Materia prima:** Materia no transformada, utilizada para la producción de un bien. Los procesos productivos alteran su estructura original.
- Medidas compensatorias:** Son las que toma un país importador, generalmente en forma de un aumento de los aranceles, con objeto de contrarrestar las subvenciones concedidas en el país exportador a los productores o a los exportadores.
- Medidas Sanitarias y Fitosanitarias:** Reglas establecidas en el marco de la OMC para garantizar la inocuidad de los productos alimenticios destinados al consumo humano y para evitar la propagación de plagas o enfermedades entre los animales y los vegetales
- Organización Mundial del Comercio (OMC):** Organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI):** Es un organismo especializado del sistema de organizaciones de las Naciones Unidas. Su objetivo es desarrollar un sistema de propiedad intelectual (P.I.) internacional, que sea equilibrado y accesible y recompense la creatividad, estimule la innovación y contribuya al desarrollo económico, salvaguardando a la vez el interés público.
- Reglas de Origen:** La regla de origen permite establecer la nacionalidad de un producto, se utiliza para determinar dónde fue elaborado. Es un conjunto de características que debe reunir un producto para ser considerado originario de un país. En el caso de los TRATADOS DE LIBRE COMERCIO, la regla de origen es

importante porque la eliminación de aranceles sólo aplica a los productos originarios de los países que forman parte del mismo. La regla de origen busca que el producto sea fabricado con materias primas del mismo país o de los países que son miembros del TLC. Los Gobiernos negocian procedimientos que aplican a productos de manera que tengan una regla de origen que favorezca la producción del país.

Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías: Sistema internacional de clasificación de mercancías que se comercian internacionalmente, a fin de facilitar las operaciones, tanto a las autoridades aduaneras, como a los importadores y exportadores. Desarrollado bajo los auspicios del Customs Cooperation Council, CCC, una organización aduanal internacional ubicada en Bruselas. Este código contiene una nomenclatura de productos estructurada jerárquicamente, con 5,000 títulos y subtítulos aproximadamente, que describen los artículos que circulan en el comercio internacional.

Sistema Generalizado de Preferencias GSP: Un marco bajo el cual los países industrializados proporcionan tratamiento tarifario preferencial a bienes manufacturados importados provenientes de países en desarrollo. GSP es uno de los elementos de un esfuerzo coordinado por las naciones industrializadas para acercar a los países en desarrollo al entorno del comercio internacional.

TARIC: Arancel Integrado de las Comunidades Europeas. Documento que establece oficialmente derechos arancelarios que deben pagar los productos provenientes de los países no miembros de la Unión Europea.

Tratado de Libre Comercio entre México, Canadá y Estados Unidos(TLCAN): Tratado de libre comercio entre Canadá, Estados Unidos de América y los Estados Unidos Mexicanos. Sus objetivos son eliminar las barreras al comercio, promover condiciones de competencia justa, aumentar las oportunidades de inversión, proteger los derechos de propiedad intelectual y establecer procedimientos para la resolución de controversias. El TLC elimina todos los aranceles sobre bienes que se originan en Canadá, México y Estados Unidos, dentro de un período de transición. Las reglas de origen son necesarias para definir cuáles son los bienes con derecho a un tratamiento arancelario preferencial. El TLC contiene disposiciones especiales respecto al acceso a mercados, administración de aduanas, bienes automotrices, textiles y prendas de vestir, energéticos y petroquímicos, agricultura, medidas sanitarias y fitosanitarias, estándares técnicos, acciones de emergencia, antidumping y compras, comercio de servicios, transporte terrestre, telecomunicaciones, inversión, servicios financieros, propiedad intelectual, entrada temporal de personas relacionadas con negocios, solución de controversias, administración de la ley y medio ambiente.

Bibliografía y hemerografía

Armendáriz Etchegaray Manuel, “Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación, México-UE” en “Las relaciones de

México y la Unión Europea, retos y oportunidades”, Colegio Mexiquense, México 2003, p.168

Anima Puentes, Santiago, **“Las relaciones comerciales de México y la Unión Europea a seis años del Tratado de Libre Comercio”**, Comercio Exterior, Vvol. 57, Núm. 4, Abril, 2007. p. 330

Appel Marco, **“El TLCUEM, ninguna garantía de prosperidad para los mexicanos”**, El Financiero, México, 13 de abril de 2000, p. 20

Chanona Alejandro, **“La política exterior de México hacia la Unión Europea”**, en Carlos Uscanga (coordinador), Los nuevos desafíos de la política exterior de México en los escenarios regionales, México, Paradigma, 2000, p. 1.

Chanona Alejandro, **“México modern diplomacy and the European Union”** Voices of Mexico, núm. 60 julio-septiembre, 2002, p.49-53.

Dávila Aldás Francisco, **“Una integración exitosa, la Unión Europea una historia regional y nacional”** Fontamara, México, 2001, p. 147

Dávila Aldás, Francisco, **“América Latina y la Unión Europea”**, Oikos, Revista de Economía Heterodoxa, Integración Regional, No. 7, Río de Janeiro, Brasil, 2007. pág. 133

De Pablo, Luis, **“Nuevas estrategias de México frente al continente europeo”**, México y Europa, México, SER, 1992, p. 222.

Delegación de la Comisión Europea en México, Estadísticas del comercio México-UE, diciembre 2004.

Domínguez Roberto, **“La nueva relación comercial entre México y la Unión Europea y México en los años noventa: en busca del dinamismo perdido”**, Víctor López y Carlos Uscanga (coordinadores), México frente a las grandes regiones del mundo, México, Siglo XXI, 2000, p. 125.

Domínguez Roberto, **“La Unión Europea y el TLCAN”**, UNAM-Universidad de Miami, 2004, p. 361.

Estudios Económicos de México, OCDE, Junio 2007

González Gálvez Sergio, **“Aspectos políticos del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación México-UE, posibilidades y eventuales problemas”** en **“Las relaciones de México y la Unión Europea, retos y oportunidades”**, Colegio Mexiquense, México 2003, p. 140

Novelo Urdanivia, Federico, **“La política exterior de México en el era de la globalización”**, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, 1999, 149pp.

Poder Ejecutivo Federal, Plan Nacional de Desarrollo, 1995-2000, p. 12.

Rosas María Cristina, **“Tratado a las prisas: capitulación y desinformación”** en Etcétera, No. 357, México, 2 de diciembre de 1999, p.6

Sarabia Ernesto y García Miriam, **“Alcanza cifra récord comercio México-UE”**, Reforma, 23 de diciembre de 2004.

Szymanski Marcela, **“México y la Unión Europea: Algo más que un acuerdo de libre comercio”**, en Joaquín Roy, Alejandro Chanona y Roberto Domínguez, La

Unión Europea y el TLCAN, Universidad de Miami, 2004, p. 361.

Velázquez Flores Rafael, **“Relaciones México-Unión Europea: una evaluación 2000-2004”**, CEE, UNAM, 2004, p. 23

Unión Europea, **“Lamy welcomes completion of EU-Mexico Free Trade Agreement”**, Comunicado de prensa, Bruselas, 27 de febrero, 2001.

“Situación y perspectivas de la economía mundial 2008”, Naciones Unidas, Nueva York, 2008.

“México y la UE, una década de relaciones” Mario Chacón, embajador de México y Venezuela, Reunión regional de evaluación de los resultados de la V Cumbre ALC-UE, Caracas, Venezuela, febrero 2009 *S P/RR-ERV CALC-UE/Di N° 7-09 P. 2*

“Cruzada a favor de las pequeñas y medianas empresas”. Cuauhtémoc Martínez García, El Financiero, 20 de diciembre de 2006

Informe de rendición de cuentas de la Secretaría de Economía al periodo 2000-2006

Centro de Estudios y Análisis de la Micro y Pequeña Empresa (CEMYPE). 10-23 de octubre de 2007.

“Preparan ajustes al Fondo Pyme para 2008”, Isabel Becerril, El Financiero, Economía, 12 de noviembre de 2007.

“A cuentagotas, el apoyo a las micro y pequeñas empresas”, El Financiero, Economía, Octubre 18, 2007

“Requiere el país una política económica proteccionista selectiva”. Pia Herrera, Gaceta UNAM, 8 de noviembre de 2007, p. 11

“Rechaza el sector privado más TLC, no hay condiciones de competitividad: CCE”, El Financiero, México, 30 de noviembre de 2007, p. 11

“Alarmante caída de México en competitividad”, Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP), El Financiero, 15 de marzo de 2007, p.10

“México, en línea contrario a la economía globalizada. Resta interés al capital humano”, Thierry Lamaresquier”, Ibid, México, 11 de junio de 2007, p. 14

“Aciertos y errores a un año del gobierno de Felipe Calderón”, Aziz Nassif, Terra Magazine, 30 de noviembre de 2007.

“Anuncia Calderón recursos a Pymes por 250 mil mdp”, Humberto Niño de Haro, El Universal, 3 de noviembre de 2008, p. 15

“Economía española 2007 crecerá 3% e inflación será 3,2%, según informe Cesifo”, EFECOM, El Economista, Madrid, 1 de marzo de 2007.

“Bancomext está en situación de quiebra, admite Mario Laborín”, La Jornada, Economía, Octubre 25, 2007

¿Cacahuates para fincar el futuro nacional?, Eduardo Torre Blanca Jacques, El Financiero, Economía, 6 de noviembre de 2007, p. 16

Medios electrónicos

Centro Empresarial México Unión Europea:

<http://www.cemue.com.mx>

Estudio de la Secretaría de Economía

<http://www.economia.gob.mx/pics/p/p1246/UESEP06.doc>

El economista

<http://www.eleconomista.es/economia/noticias>.

Eurostat

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

Fondo PIAPYME

<http://www.fondoPyme.gob.mx/docs/InformeFondoPYME2006.pdf>

INEGI

<http://www.inegi.gob.mx>

Portal electrónico de la UE.

http://ec.europa.eu/enterprise/sme/sectoral_es.htm, 2007.

Secretaría de Economía:

<http://www.economia.gob.mx>

Sahanuja José Antonio, **“Asimetrías económicas y concertación política en las relaciones Unión Europea-América Latina: un examen de los problemas comerciales”**.

<http://www.reei.org/reei1/sanahuja.reei.pdf>

“Entry into force of EU-Mexico Free Trade Agreement signals start of new era in Europe’s relations with Mexico”, Bruselas, 3 de julio de 2006

<http://www.europa.eu.int/rapid/cgi/rappcgi.ksh>

Entrevista con Tania Libertad Mosquera González, Especialista en Comercio Exterior y coordinadora del PIAPYME en el Centro Empresarial México - Unión Europea el 30 de julio de 2007 a las 12:00hrs. en las instalaciones del mismo.

Contacto:

Tel. (55) 54 49 90 00

Ext. 9935