



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

**La exportación mexicana a España durante el periodo de
2000 a 2010**

T e s i s

Que para optar por el grado de:

Maestra en Administración
Campo de estudio: Negocios Internacionales

Presenta:
Laura Elena León Cruz

Tutor:
M.A. Silvia Adriana Durand Bautista
Facultad de Contaduría y Administración

Ciudad de México, octubre de 2019



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.

Agradecimientos

Extiendo mi más sincera gratitud a la Universidad Nacional Autónoma de México, por brindarme la oportunidad de enriquecer mi formación académica.

De igual manera al Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura por otorgarme las facilidades para concluir este proyecto.

A mi asesora la Mtra. Silvia Adriana Durand Bautista, así como a mis sinodales la Mtra. Celina González Goñi, Dr. Gabino García Tapia, Dr. Hugo Javier Buenrostro Aguilar y el Mtro. Sergio Carranza Moreno, por todo el apoyo que me brindaron para concluir este trabajo.

Al Mtro. Víctor Galván Vargas, por su orientación y recomendaciones para concluir esta investigación.

Finalmente, pero no menos importante, a mi familia por todo su apoyo incondicional que me han brindado en esta etapa de mi vida.

Dedicatoria

En memoria de mi hija:
Alejandra García León †

Índice

Introducción.....	1
Capítulo I Diseño de la investigación.	3
1.1. Justificación	3
1.2. Planteamiento del problema	4
1.3. Preguntas de investigación.....	6
1.3.1 Pregunta principal.	6
1.3.2 Preguntas específicas.	6
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1 Objetivo general.	6
1.4.2 Objetivos específicos.	6
1.5. Hipótesis.....	7
1.5.1 Hipótesis principal.	7
1.5.2. Hipótesis nula.....	7
1.6. Metodología de la investigación.	7
Capítulo II Marco teórico de la investigación.....	10
2.1 ¿Qué es el comercio internacional?	11
2.2 Teorías de comercio internacional.....	12
2.2.1. Teorías clásicas de comercio internacional.....	12
2.2.1.1 Teoría de la división del trabajo de Adam Smith.	12
2.2.1.2 Rivalidad entre países subdesarrollados y desarrollados.....	14
2.2.1.2.1 Ventaja absoluta de Adam Smith.....	14
2.2.1.2.2 Ventaja comparativa de David Ricardo.....	15
2.2.1.3 Regulación del comercio internacional.	17
2.2.2. Teoría neoclásica del comercio internacional.	19

2.2.3 Teoría positiva del comercio internacional.....	22
2.2.4 Nuevas teorías de comercio internacional	23
Capítulo III Marco conceptual.....	25
3.1 Administración de empresas	25
3.1.1. La empresa y sus clasificaciones.....	25
3.1.2 Concepto de administración de empresas.....	28
3.1.3. Proceso administrativo	29
3.2 Factores en el comercio internacional.....	31
3.2.1 Inversión extranjera directa e indirecta	31
3.2.2 Aranceles	32
3.2.3 Acuerdos comerciales.....	33
3.2.4 Distancias.....	34
3.2.5 Tecnología.....	35
3.2.6 Ciclo de vida del producto.....	36
3.2.7 Economías de escala.....	37
3.2.8 Organización industrial.....	39
3.2.9 Diferenciación del producto.....	39
3.2.10 Estrategias empresariales.....	40
3.3 Tratado de Libre Comercio Unión Europea – México (TLCUEM).....	41
3.3.1 Antecedentes del TLCUEM.....	42
3.3.2 Objetivos.....	43
3.3.3 Vigencia.....	44
Capítulo IV Estatus del comercio mexicano	45
4.1 Comercio mexicano a nivel mundial	45

4.2 Comercio mexicano respecto a los Tratados de Libre Comercio que ha establecido.	50
4.3 Acciones para facilitar el comercio entre México y Unión Europea.	50
Capítulo V Estatus del comercio español.....	60
5.1 Principales exportaciones de España.....	61
5.2 Principales países destino de la exportación española	63
5.3 Principales sectores comerciales más importados por España	65
5.4 Principales países origen de la importación española	67
Capítulo VI Comercio bilateral entre México y España	69
6.1 Balanza comercial de México respecto a España	69
6.2 Comportamiento de las exportaciones mexicanas a España	70
6.3 Principales exportaciones españolas a México	75
Capítulo VII Resultados de la investigación	78
Conclusiones.....	87
Bibliografía y fuentes de información	90
Anexo 1	98
Anexo 2	101
Anexo 3	102
Anexo 4	104

Introducción

Esta investigación aborda el tema de comercio internacional, tiene como finalidad conocer las relaciones comerciales que México ha establecido con España e identificar algunos aspectos que se pueden mejorar, con el objeto de fomentar un adecuado desarrollo de las exportaciones y las relaciones comerciales en general entre estas dos naciones.

El objetivo principal de la investigación es identificar si el tratado de libre comercio establecido entre México y la Unión Europea (TLECUEM) ha contribuido para que se logre un saldo positivo en las exportaciones a España, de las empresas mexicanas ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, durante el periodo del 2000 al 2010.

De acuerdo con el Banco Español, en el año 2000, la economía española mostró un grado de holgura mayor que en el resto de la zona euro. Se eligió a España porque en el periodo de investigación se consideraba a la nación española como una de las economías más fuertes, aunado a ello se consideraba que el idioma era un factor importante para fomentar las exportaciones mexicanas.

Por otro lado, de acuerdo con la Secretaría de Economía (2010) la Ciudad de México, es: "(...) una de las más dinámicas en la economía global. Es el centro financiero de Latinoamérica y la capital política, económica y cultural de México (...) es la ciudad con el acceso a mercados y clientes más concentrado del País." Por consiguiente, se determinó, tomar como objeto de estudio a las empresas mexicanas registradas como exportadoras, con un domicilio y una razón social, en esta zona geográfica, ante la Secretaría de Economía.

Es importante señalar que originalmente se tenía la intención de realizar un análisis de las exportaciones de México, no obstante, por lo extenso que resultaría la investigación, detectó la necesidad de delimitar el tema, por ello hay que resaltar que sólo se investigó a las empresas mexicanas exportadoras ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana. Lo anterior se expone con mayor amplitud en el primer capítulo de este trabajo, el cual comprende el diseño de la

investigación, en el que se detallan los objetivos, las hipótesis, planteamiento del problema y la justificación de la investigación.

En el marco teórico de esta investigación, desarrollado en el segundo capítulo, se plantean algunos conceptos de comercio y comercio internacional, así como diversas teorías de este, a grandes rasgos se puede definir al comercio como un intercambio de bienes o servicios con la finalidad de obtener un beneficio. Las teorías de comercio nos indican que este inicia desde el momento que existe un excedente en la producción de un bien, el cual se puede intercambiar, asimismo, nos permiten enfocar dos vertientes: una indica que para elaborar un producto hay que recurrir a los recursos naturales con los que se cuentan, y la otra señala que independientemente de los recursos naturales que se tengan, se puede elaborar cualquier producto, a través de la tecnología y la innovación.

En el tercer capítulo, se hace un marco referencial, puntualizando en qué consiste el tratado de libre comercio de la Unión Europea y México, como referencia, este acuerdo se firmó el 8 de diciembre de 1997, pero entró en vigor hasta el 1 de julio del año 2000¹. También, se plantean la definición de diversos conceptos que intervienen en el comercio internacional.

En el capítulo cuatro y cinco, se expone el estatus del comercio mexicano y el estatus del comercio español respectivamente, en los cuales se exhiben diversas gráficas que indican las variaciones tanto de las importaciones como de las exportaciones de los países en cuestión. Continuando con el capítulo sexto, en el cual, se establece el comercio bilateral entre México y España, aquí se presentan tablas de las principales exportaciones de las empresas mexicanas hacia España, así como las exportaciones españolas a México. Finalmente, en el capítulo siete se desarrollan los resultados obtenidos de la investigación, y subsiguientemente se muestran las conclusiones de esta.

¹ DECRETO Promulgatorio del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea y sus Estados Miembros, la Decisión del Consejo Conjunto de dicho Acuerdo; y la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino sobre Comercio y Cuestiones Relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea.
<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/asuntos_internacionales/tratados/5T-2000-06-26-TLC-Uni%C3%B3n%20Europea.pdf>

Capítulo I Diseño de la investigación.

1.1. Justificación

La finalidad de esta investigación es conocer las relaciones comerciales que México ha establecido con España. Se eligieron a las empresas mexicanas exportadoras en la Ciudad de México pues se consideraba que al estar ubicadas en la principal Ciudad de la República Mexicana, tenían mayor oportunidad de realizar una exportación exitosa, ya que, de acuerdo con la Secretaría de Economía (2010), en esta extensión territorial existe un concentrado acceso a mercados y clientes de todo México (párr. 2). Debido a que hubo muy poca participación de las empresas también se contemplaron a las empresas ubicadas en el área metropolitana.

Se optó por el país de España, ya que se consideraba como una economía estable, aunado a ello, el idioma podría facilitar la exportación de las empresas mexicanas. Debido a que este país pertenece a la Unión Europea, entra dentro del marco regulatorio del Tratado de Libre comercio de México y La Unión Europea (TLCUEM).

Cabe destacar, que el periodo en que se inició la investigación fue entre el año 2008 y 2009, lamentablemente, como gran parte de las empresas identificadas no desearon responder a la entrevista o tardaron mucho tiempo en responder, se tuvo la necesidad de ampliar el periodo de investigación.

Retomando, la investigación y actualizando los datos estadísticos de la misma se detectó que estos reflejaban comportamientos similares al periodo investigado, el cual comprende del 2000 al 2010, por consiguiente se delimitó el tema a los primeros años de vida del TLCUEM, o mejor dicho desde el momento en que entró en vigor, por las perspectivas que se tenían. Asimismo, se identificaron varios autores que coincidían en que el TLCUEM, tuvo una coyuntura económica más favorable los primeros años que se implementó.

Entre estos autores se pueden mencionar: Piñón (1999) hace alusión que la Unión Europea es una gran oportunidad de negocio para México por su poder económico, su mercado y su influencia política. Casteroll (2000), menciona que habría que considerar a la Unión Europea, como una oportunidad por el significado de su

poder económico, su mercado y su influencia política, sumado a esto, para el caso de México, esta oportunidad representaría la posibilidad de diversificar los intercambios comerciales a la par de reducir la dependencia de un solo mercado como es el de Estados Unidos.

La Revista Trimestral de Análisis de Coyuntura Económica, UAEMex (2011), mencionó que en la década 2000-2010 se observó un notorio aumento del grado de apertura comercial de México. De manera general la teoría clásica y neoclásica, planteadas en el marco teórico de esta investigación, concluyen que el libre comercio genera beneficios para los países que lo realizan. El aumento de esta apertura comercial es benéfico para fomentar las negociaciones comerciales en México.

Finalmente, los autores Zabludovsky, J.; Gómez, S., (2004) aluden que "(...) el TLCUEM se constituyó en una herramienta para promover la liberación comercial de la economía mexicana frente a los socios comerciales distintos a la UE, particularmente a los países miembros de EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio) y Japón" (p.30)

1.2. Planteamiento del problema

Si partimos de un concepto básico, en que la finalidad del comercio es obtener un beneficio, lo ideal es que comercemos para obtenerlo. Por lo cual una exportación es considerada positiva pues representa una entrada de dinero. El Instituto Nacional del Emprendedor (2012) en su artículo *Exportación- Importancia de la exportación*, explica mejor porque las exportaciones son positivas a un nivel empresarial.

- Promueven la operación con economías a escala, de tal forma que se aprovechen mejor las instalaciones existentes y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios;
- Son una fuente de crecimiento y consolidación de cualquier empresa, si es que los mercados internos son extremadamente competitivos; posibilitan obtener precios más rentables debido a la mayor apreciación del producto y de los ingresos de la población en los mercados a los cuales se exporta;

→ Alargan el ciclo de vida de un producto; mejoran la programación de la producción; (párr.3)

Por otro lado, como se puede apreciar en el marco teórico de esta investigación, las teorías de comercio internacional nos presentan dos perspectivas del comercio:

- La primera afirma que independientemente de la dotación natural de un país, este puede exportar el excedente de su producción a naciones extranjeras y
- La segunda menciona que la capacidad de producción de un país dependerá de su capacidad para innovar, así al innovar y mejorar un producto tendrá más posibilidades de exportar su producto.

Es decir, un país que posee una abundante riqueza natural puede rivalizar con un país de pocas dotaciones naturales, en si lo que permite incrementar los flujos comerciales entre las naciones son los diversos parámetros que un país utiliza para exportar sus productos, estos pueden ser: las vías de transporte, diferenciación en los productos, formas de producción, acuerdos comerciales, entre otros.

En este contexto, es importante exportar para incrementar el saldo positivo de la balanza comercial de cualquier país, así como generar otro tipo de demanda para su producción interna de bienes y servicios.

Un factor que apoya el incremento de las exportaciones de un país son los tratados de libre comercio que se establecen entre los mismos, los cuales permiten un favorable intercambio de bienes y servicios, lo que a su vez produciría un crecimiento comercial entre las partes, al respecto surge la siguiente interrogante ¿Establecer un acuerdo comercial, permite incrementar el saldo positivo de los flujos comerciales entre los países involucrados?

Si México ha establecido una gran variedad de tratados de libre comercio y acuerdos comerciales (ver anexo 1), se puede suponer que éstos han contribuido para incrementar el saldo positivo de sus flujos comerciales, respecto a los países con los que se han establecido, sin embargo, el saldo de la balanza comercial de México ha sido deficitario (ver anexo 2).

En este sentido surgen las siguientes preguntas: a partir de la entrada en vigor del TLCUEM ¿Qué ha sucedido con las exportaciones a España, de las empresas mexicanas, ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana? ¿Qué ha ocurrido con las empresas exportadoras establecidas en la Ciudad de México y área metropolitana? ¿Se han incrementado en número?, ¿Se han incrementado sus exportaciones? ¿Siguen exportando las mismas empresas, que exportaban antes de que entrará en vigor el TLCUEM?

1.3. Preguntas de investigación:

1.3.1 Pregunta principal.

¿Qué ha sucedido con las exportaciones a España, de las empresas mexicanas, ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, durante el periodo 2000-2010, con la entrada en vigor del TLCUEM?

1.3.2 Preguntas específicas.

¿Qué ha ocurrido con las empresas exportadoras mexicanas durante el periodo del 2000 a 2010?

¿Qué beneficios ha establecido el TLCUEM, para las empresas mexicanas exportadoras durante el periodo del 2000 a 2010?

¿Cuáles son las áreas de oportunidad que pueden implementar las empresas mexicanas, analizadas, para incrementar sus exportaciones a España?

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo general.

Identificar si el tratado de libre comercio establecido entre México y la Unión Europea (TLECUEM) ha contribuido para que se logre un saldo comercial positivo, de las empresas mexicanas ubicadas en la Ciudad de México y el área metropolitana, durante el periodo 2000 al 2010.

1.4.2 Objetivos específicos.

— Describir qué ha ocurrido con las empresas exportadoras mexicanas ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, durante el periodo de 2000 al 2010.

- Identificar los beneficios que ha establecido el TLCUEM, para las empresas mexicanas exportadoras.
- Analizar nuevas áreas de oportunidad, para incrementar las exportaciones de las empresas mexicanas a España.

1.5. Hipótesis.

1.5.1 Hipótesis principal.

H₁: Durante el periodo 2000-2010 las exportaciones a España, de las empresas mexicanas, ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, se han incrementado, debido a la liberación comercial que se estableció en el TLCUEM.

1.5.2. Hipótesis nula.

H₀: Durante el periodo 2000-2010 las exportaciones a España, de las empresas mexicanas, ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, no se han incrementado, debido a la liberación comercial que se estableció en el TLCUEM.

1.6. Metodología de la investigación.

Para realizar esta investigación se procedió a efectuar un análisis de diferentes datos estadísticos así como documentales, los cuales se obtuvieron de una gran variedad de fuentes de información (bases de datos, entrevistas, páginas web, etc.) y diversa bibliografía. Las fuentes de información, que se consideraron más relevantes para la investigación son las emitidas por el gobierno de México y España; entre ellas se puede mencionar: Secretaría de Economía, ProMéxico Entidad mexicana para promover las negociaciones comerciales, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Cámara Oficial Española de Comercio de México, Consejo Superior de Cámaras de Comercio.

La población de la investigación está constituida por las empresas exportadoras mexicanas, ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, dado que, se consideraba que las empresas exportadoras ubicadas en este lugar tenían mayor

oportunidad de realizar una exitosa exportación, ya que en esta extensión territorial hay acceso a mercados y clientes más concentrados de México.

Con el objetivo de tener una referencia más amplia se definirá área metropolitana y se mencionarán los municipios pertenecientes al Estado de México, ya que, las empresas objeto de estudio, son las empresas mexicanas exportadoras que se encuentran registradas ante la Secretaría de Economía, con un domicilio y una razón social en esta extensión territorial. Unikel (1978; citado por CONAPO, 2005) define área metropolitana como “(...) extensión territorial que incluye a la unidad político-administrativa que contiene la ciudad central y las unidades político-administrativas contiguas a ésta que tienen características urbanas, tales como sitios de trabajo o lugares de residencia de trabajadores dedicados a actividades no agrícolas y que mantienen una interrelación socioeconómica directa, constante e intensa con la ciudad central y viceversa”. (p.9)

Debido a las limitantes que se presentaron al momento de indagar en las fuentes de información (falta de información actualizada y participación de las empresas), no se delimitó a las empresas por giro comercial ni por tamaño, con la finalidad de obtener más información.

Ya identificadas las empresas objeto de estudio, se decidió que el método adecuado para la recolección de información deseada era la entrevista, esto por la limitante de tiempo que por lo general se maneja en las empresas. La entrevista se realizaría al encargado(a) directo de las negociaciones con España. Se realizaron preguntas específicas para conseguir la información deseada para efectos de esta investigación (ver anexo 3). Se lograron identificar a 187 de las cuales sólo se pudieron contactar a 104 empresas (ver resultados obtenidos).

De acuerdo con la clasificación del libro de Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación (Méndez; 2001) la presente investigación es un estudio descriptivo, ya que identifica características, señala formas de conducta y actitudes del universo de investigación.

Por otro lado, de acuerdo con la clasificación de libro de Metodología de Investigación (Hernández, Fernández y Baptista; 2006), esta investigación es retrospectiva debido a que se basa en variables que ya ocurrieron (p.159) y tiene

un enfoque mixto debido a que tiene datos cuantitativos y cualitativos, los cuales los definen como: cuantitativo “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p.4), y el enfoque cualitativo “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”.(p.7)

Capítulo II Marco teórico de la investigación

El comercio es una práctica milenaria, que surgió desde los primeros asentamientos del hombre, incluso algunos autores como H. McNelli (traducido en, 2000) alude que en el periodo Neolítico (c.6000 al 3000 a.c.) surge la agricultura, la domesticación de animales, la cerámica, el tejido y el pulido de piedra, y que este periodo dejó “(...) huellas de una incipiente especialización y algún comercio.” (p.4)

La Real Academia Española da una definición muy sencilla pero entendible de comercio, la cual indica que el comercio es: “compraventa o intercambio de bienes o servicios”; las definiciones anteriores nos indican que antes de comerciar primero necesitamos elaborar un producto o servicio el cual deseemos intercambiar.

Complementando lo anterior Torres (1994) menciona que el comercio es “(...) la rama de la actividad económica que se refiere al intercambio de mercancías y de servicios, mediante trueque o dinero, con fines de reventa o para satisfacer necesidades. El comercio pasa a ser una de las actividades de la división social del trabajo (...)” (p.11).

De lo anterior se puede concluir que el comercio es un *intercambio para satisfacer necesidades mediante trabajo*, entendiendo por trabajo la elaboración de un bien o el resultado de una actividad. Así el objetivo principal del comercio es *obtener un beneficio*. Existen distintas magnitudes en las que se puede desarrollar el comercio, por ejemplo, un agricultor puede realizar el intercambio de su cosecha con sus vecinos más cercanos, también, puede trasladar sus productos al mercado de su localidad y ahí realizar el intercambio, sin embargo, si así lo decidiera puede trasladar su mercancía a otro estado incluso a otro país, para intercambiarlo. Así podemos distinguir al comercio local y al comercio internacional.

En esencia la finalidad del comercio es la misma, obtener un beneficio, la diferencia radica en los medios de transportación y las reglas o normas que debemos de seguir para intercambiar nuestro producto en otro lugar. A grandes rasgos, esto sería el comercio internacional, en los siguientes párrafos se ampliará esta definición.

2.1 ¿Qué es el comercio internacional?

Ballesteros (2001) define al comercio exterior o internacional como: "(...) actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que lleva a cabo un determinado país con el resto de los países del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales." (p.11)

Los autores, Tabra C. y Lavanda R. (2005) definen al comercio exterior como: "(...) actividad económica que consiste en realizar habitualmente y con propósito de lucro el intercambio de bienes y servicios, poniendo en relación las ofertas de los productos con las necesidades (demanda) de los consumidores y facilitando así la circulación de la riqueza entre países" (p.15)

Ampliando los conceptos anteriores Torres (1994) explica al comercio internacional, como:

"El comercio internacional sólo puede concebirse como un caso especial del comercio en general. Las leyes y principios que rigen el intercambio interno poseen, en general, la misma validez en el campo del comercio internacional, no obstante, sufre éste ciertas modificaciones y complicaciones a causa de los fenómenos que genera (tipo de cambio) o por los obstáculos artificiales a los que está sometido (aranceles), a los cuales suelen incorporarse ciertas dificultades naturales (mayor costo de transporte)". (Torres;1994; p.11)

Como se mencionó con anterioridad, el comercio conserva la misma finalidad la cual es obtener un beneficio, la diferencia entre comercio exterior y el comercio interior es: el lugar en el que se decide vender el producto, ya que de ello dependerá la forma de transportarlo y las normas que se deberán acatar para realizar el intercambio de dicho bien. Es evidente que el hecho de transportar un producto a otro lugar implica más actividades a realizar y por ende mayor inversión.

En este contexto, existen diversos costos en que un importador incurre al comprar un bien en un país extranjero, uno de ellos es el arancel, el cual es un pago

establecido por concepto de derecho del bien o servicio que se adquiere. Martínez, Corredor y Herazo (2006) consideran que el arancel “(...) es utilizado como medida de control o protección de bienes nacionales, lo cual hace parte de una política nacional conocida como “política arancelaria”, que en ocasiones se constituye en una barrera para el libre desarrollo del comercio internacional”. (p. 9) asimismo “(...) los acuerdos económicos, juegan un papel de suma importancia para fomentar el comercio internacional y disminuir las barreras arancelarias”. (p. 9)

2.2 Teorías de comercio internacional

De acuerdo con Bajo (1991) la teoría de comercio internacional estudia dos cuestiones, tanto de carácter positivo como normativo, los cuales son:

- a) Los determinantes de la estructura, dirección y volumen del comercio internacional, esto es, qué bienes intercambia un país en los mercados internacionales, con qué países y en qué cantidades.
- b) Los efectos del comercio internacional sobre el bienestar de los países que lo llevan a cabo, así como el papel de la política económica en este contexto. En particular el análisis de la protección, esto es, el establecimiento de trabas al libre comercio internacional. (Bajo;1991; p.12)

2.2.1. Teorías clásicas de comercio internacional.

Las teorías clásicas del comercio internacional nos explican la importancia de la especialización en la producción, con la finalidad de obtener un beneficio mayor en el intercambio de los productos.

2.2.1.1 Teoría de la división del trabajo de Adam Smith.

Adam Smith (traducido en, 1994) en su obra *la riqueza de las naciones* argumenta lo siguiente:

“(...) la división del trabajo ocasiona en cada actividad, en la medida en que pueda ser introducida, un incremento proporcional en la capacidad productiva del trabajo.

En toda sociedad avanzada el agricultor es sólo agricultor y el industrial es sólo industrial. Es decir, el agricultor sólo realizará trabajos de agricultura, mientras que el trabajador industrial se dedicará a trabajos relacionados con la industria. Cada individuo se vuelve más experto en su propia área de trabajo y por ende mayores resultados”. (p.35)

Smith, concluye que, al contar con este excedente de su trabajo, por encima de lo que él necesita el trabajador puede intercambiar una abultada cantidad de sus bienes por una gran cantidad de bienes de los demás. (p.41)

En esta misma obra Smith (traducido en 1994) menciona que “(...) si el mercado es pequeño, ninguna persona tendrá el estímulo para dedicarse a una sola ocupación, por su falta de capacidad, para intercambiar todo excedente del producto de su propio trabajo por encima de su consumo.” (p.49)

Hay ciertas ocupaciones que se dan y tienen sentido en ciudades con grandes poblaciones. Un pueblo es muy limitado y no siempre puede ofrecer trabajos continuos, por otro lado, en el campo, casi siempre el hombre se ve obligado a dedicarse a las diferentes ramas afines a su oficio. (p.49)

El progreso florece en aquellas zonas donde se facilita el comercio de toda especie de productos del trabajo. Se da una diferencia entre éstas y las del interior del país, tan limitadas en la extensión del mercado de la zona.

Históricamente la zona del mediterráneo fue la que permitió intentar salir a otras zonas. El transporte por agua abre para todos los sectores un mercado más amplio, que el que puede abrir sólo el transporte terrestre, en las costas del mar y en las orillas de los ríos navegables, se originan posibilidades de nuevos mercados y eso favorece la subdivisión y perfeccionamiento del trabajo. Las vías marítimas permiten acarrear mayor cantidad de mercancías y ese tráfico enriquece en reciprocidad a las diferentes industrias. Se promueven de gran manera las economías de distintas ciudades. (p. 50)

A grandes rasgos, este autor plantea que, si una persona se dedica exclusivamente a realizar un trabajo o servicio determinado, tendrá un exceso de su producto, ya

que una vez que cubre lo que él necesita, el excedente de su producto lo puede intercambiar. Asimismo, se va especializando en el producto que se dedica a elaborar, lo que lo hace tener una ventaja ya sea por la especialización de la forma de producción o por los recursos naturales que tiene a su alcance. Smith también menciona que, si no existen consumidores para ese producto, ninguna persona tendrá el estímulo para dedicarse a una sola ocupación, pues no hay persona que desee intercambiar todo excedente del producto de su propio trabajo.

2.2.1.2 Rivalidad entre países subdesarrollados y desarrollados.

Por ahora se ha podido establecer cómo surge la necesidad de expandir el comercio a naciones extranjeras, pero ¿qué sucede cuando existen diferencias de producción entre los países comerciantes? Sí un país tiene pocas posibilidades de progresar por sus características de producción ¿puede competir contra un país que tiene mejores posibilidades de producción? Es decir ¿un país “pobre” tiene posibilidad de competir con un país “rico” ?, las teorías de: *la ventaja absoluta* de Adam Smith y *la ventaja competitiva* de David Ricardo nos permiten comprender mejor estas interrogantes.

Básicamente, lo que estas dos teorías nos plantean es que los países pueden rivalizar por medio de la *especialización* ya que para algunos países les resultará más fácil producir un producto ya sea por sus dotaciones naturales o por la especialización de su mano de obra, que a otro; por consiguiente, se debe de intercambiar el producto que se le facilite producir por otro que le resulte más complicado de producir.

2.2.1.2.1 Ventaja absoluta de Adam Smith.

Smith (traducido en 1994) plantea que existe una ventaja absoluta, por la superioridad de un país abundante a un país con pocas o nulas dotaciones. No obstante, los productos de un país pobre pueden rivalizar con los productos de un país opulento. Smith lo plantea de la siguiente manera:

Las naciones opulentas superan indudablemente a sus vecinas tanto en agricultura como en industria, sus tierras están mejor cultivadas y al recibir más trabajo y más dinero producen más, relativamente a la extensión y fertilidad natural del suelo. Pero esta superioridad productiva no suele

estar más que en proporción a dicha superioridad en trabajo y en dinero. En la agricultura, el trabajo del país rico no es siempre mucho más productivo que en el país pobre, el cereal del país rico, por lo tanto y para un mismo nivel de calidad no siempre será en el mercado más barato que el del país pobre. (p. 36)

Aunque un país sea muy pobre, a pesar de la inferioridad de sus cultivos, puede en alguna medida rivalizar con un país rico en la baratura y calidad de sus granos, no podrá competir con sus industrias, al menos en las manufacturas que se ajustan bien al suelo, clima y situación del país rico. Según el curso natural de las cosas la mayor parte del capital en toda sociedad que crece se dirige primero a la agricultura, después a la industria y por último al comercio exterior. Este orden es algo tan natural, que se ha cumplido en cierto grado en todas las sociedades que han poseído algún territorio. (p. 488)

Los autores Czinkota R., Ronkainen A., Moffett H. (2007) resumen la ventaja absoluta planteada por Adam Smith de la siguiente manera:

Smith extendió su división de trabajo en el proceso de producción a una división del trabajo y producto especializado entre países, señalando que algunos países, debido a las habilidades de sus trabajadores o la calidad de sus recursos naturales, podrían producir los mismos productos que otros países con menos horas de trabajo. Llamó a esta eficiencia la *ventaja absoluta*, los países podrían producir más en total e intercambiar productos, por bienes que eran más baratos en su precio que los producidos en casa. (p.153)

2.2.1.2.2 Ventaja comparativa de David Ricardo

Por su parte David Ricardo (traducido en, 1959) en su obra titulada *principios de economía política y tributación*, menciona que en un sistema de comercio absolutamente libre:

“(...) cada país invertirá su capital y su trabajo en empleos tales que sean lo más beneficiosos para ambos. Esta persecución del provecho individual está admirablemente relacionada con el bienestar universal. Distribuye el

trabajo en la forma más efectiva y económica posible al estimular la industria, recompensar el ingenio y por el más eficaz empleo de las aptitudes peculiares con que lo ha dotado la naturaleza; al incrementar la masa general de la producción, difunde el beneficio general.

Este principio determina que el vino se produzca en Francia y Portugal, que los cereales se cultiven en América y en Polonia, y que Inglaterra produzca artículos de ferretería y otros.

En términos generales, las utilidades de un mismo país siempre están en un determinado nivel. No sucede esto entre países distintos. Si los beneficios derivados del capital invertido en Yorkshire excediesen los que se obtienen del capital empleado en Londres, el capital de Londres se trasladaría rápidamente a Yorkshire y se realizaría una igualación de utilidades; eso cambia, si a consecuencia de una tasa reducida de producción en Inglaterra, debido al aumento de capital y de la población, se registrase un aumento en los salarios y se redujesen las utilidades, no sería de esperar que el capital y la población inglesa emigrasen a Holanda, España o Rusia, donde las utilidades podrían ser mayores.”
(p.102)

Así David Ricardo (traducido en, 1959) nos indica que la ventaja comparativa consiste en:

“(…) la nación menos eficiente debe especializarse y exportar el producto en el que es relativamente menos ineficiente (donde su ventaja absoluta sea menor). La nación más eficiente debe especializarse y exportar el producto en el que es relativamente más eficiente (donde su ventaja absoluta sea mayor)”.

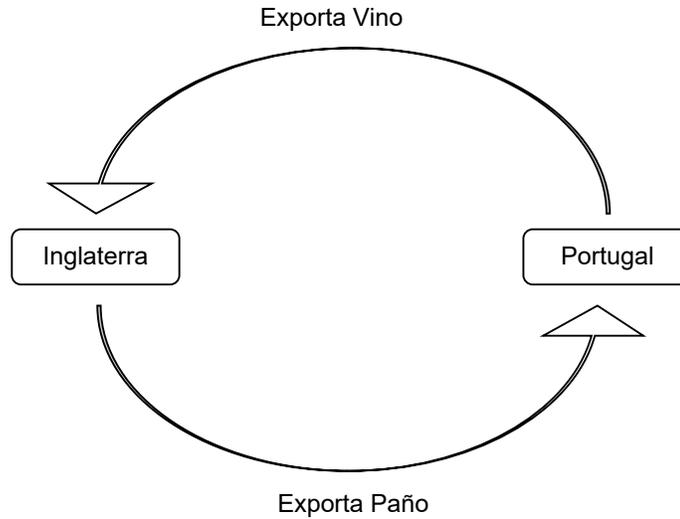
Ejemplificando lo anterior, David Ricardo nos plantea:

País	Paño	Vino
Inglaterra	100 obreros	120 obreros

Portugal	90 obreros	80 obreros
----------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia con base en *Principios de economía política y tributación (Obras y correspondencia vol. I)*; Traducción de Juan Broc B., Nelly Wolff y Julio Estrada M. Fondo de Cultura Económica; pág. 102

Por lo tanto, el comercio sería más provechoso si:



Fuente: Elaboración propia con base en *Principios de economía política y tributación (Obras y correspondencia vol. I)*; Traducción de Juan Broc B., Nelly Wolff y Julio Estrada M. Fondo de Cultura Económica; pág. 102

2.2.1.3 Regulación del comercio internacional.

Hasta este punto se han abordado diferentes teorías, las cuales explican cómo se ha originado y desarrollado el comercio, tanto interior como exterior; sin embargo, es importante mencionar la parte que regula al mismo. Diversos autores aluden que lo ideal es que exista un libre comercio con la finalidad de obtener un mayor beneficio. Por un lado David Ricardo (traducido en, 1994) refiere que, en un sistema de comercio absolutamente libre, cada país invertirá su capital y su trabajo en empleos tales que sean lo más beneficiosos para ambos. Esta persecución del provecho individual está admirablemente relacionada con el bienestar universal. (p.102)

Por otro lado, Adam Smith (traducido en,1994) hace referencia a una mano invisible que permita regular al comercio, es decir, el gobierno únicamente se debe limitar a la protección y defensa del ciudadano con la finalidad de evitar alguna “injusticia”. Smith alude que el gobierno debe tener únicamente tres deberes los cuales son:

1. “(...) defender a la sociedad de violencia y la injusticia de otras sociedades independientes, se vuelve más y más oneroso a medida que progresa la civilización de la sociedad.
2. (...) proteger en cuanto le sea posible a cada miembro de la sociedad contra la injusticia y opresión de cualquier otro miembro de la misma o establecer una administración exacta de la justicia, también requiere un gasto muy distinto en los diversos estadios de la sociedad. y
3. Mantener obras e instituciones públicas para la defensa de la sociedad y la administración de la justicia y permitan facilitar el comercio de la sociedad.” (p.674)

Smith (traducido en, 2002), indica que:

“(...) cada individuo en particular se afana continuamente en buscar el empleo más ventajoso para el capital de que puede disponer. Lo que desde luego se propone es su propio interés, no el de la sociedad; pero los mismos esfuerzos hacia su propia ventaja le inclinan a preferir, de una manera natural, o más bien necesaria, el empleo más útil a la sociedad como tal.

Todo individuo procura emplear su capital lo más cerca que pueda de su lugar de residencia y, por consiguiente, se esforzará en promover, en los límites de sus fuerzas, la industria doméstica, con tal de que por dicho medio pueda conseguir las utilidades ordinarias del capital o, por lo menos, ganancias que no sean mucho menores que éstas. (p. 400)

En consecuencia, si son iguales, o casi iguales, las utilidades, cualquier mayorista prefiere naturalmente el comercio nacional al exterior de consumo, y éste al de transporte entre pueblos extraños. En el comercio interno nunca tiene el capital tan lejos de su vista como en el externo,

dedicado al consumo. Puede conocer mejor el carácter y la situación de las personas en quienes ha de depositar su confianza para manejarlo, y cuando lo engañen, estará más al tanto de las leyes del país para conseguir una satisfacción cumplida. En el comercio de tránsito el capital del traficante se encuentra como dividido entre dos naciones extrañas y, atendida la naturaleza del tráfico, nunca será necesario que parte de este venga a situarse bajo su inmediata disposición y vigilancia.

El comerciante, para evitarse los gastos de carga y descarga procura siempre vender en el mercado doméstico cuantos artículos le es posible vender de los que estaban destinados al comercio internacional de transporte, transformándose éste en un tráfico orientado al consumo interior.

Un capital empleado en el comercio interno pone en movimiento, una mayor actividad económica, proporcionando ocupación e ingresos a un mayor número de habitantes si se compara con un capital de igual volumen empleado en el comercio exterior para el consumo: y un capital empleado en esta especie de tráfico goza de igual ventaja respecto al que trabaja en el comercio internacional, que se desarrolla entre diferentes plazas extranjeras. (p. 401)

Finalmente, Krugman (traducido en, 2006) menciona que otro argumento a favor del libre comercio es que, "(...) al proporcionar a los empresarios un incentivo para buscar nuevas vías para exportar o competir con las importaciones, el libre comercio ofrece más oportunidades para el aprendizaje y la innovación que un sistema de comercio <<administrado>>, en el que el gobierno dicta en gran parte el patrón de importaciones y exportaciones". (p.224)

2.2.2. Teoría neoclásica del comercio internacional.

El modelo Heckscher-Ohlin es conocido también como la teoría neoclásica del comercio o teoría de proporciones factoriales este modelo es una "nueva explicación", que complementa a la teoría de la ventaja competitiva. Ohlin citado por Steinberg (2004) explica en qué consiste este modelo:

“(…) generalmente los factores abundantes son relativamente baratos y los factores escasos relativamente caros en cada una de las regiones. Aquellas mercancías que en su producción requieren una buena cantidad de los primeros y pequeñas cantidades de los segundos se exportan a cambio de bienes que utilizan factores en la proporción inversa. Así, indirectamente, los factores cuya oferta es abundante se exportan y aquellos otros con oferta más escasa se importan” (p.22)

Por otro lado, el autor Oscar Bajo, en su libro *teorías de comercio internacional* menciona que el modelo Heckscher-Ohlin, en su versión más simple, parte de los siguientes supuestos:

- a. Existen dos países (A y B), dos bienes (X e Y) y dos factores productivos (K y L, que representan el capital y el trabajo, respectivamente).
- b. Los bienes son perfectamente móviles entre los países, pues no existen ni costes de transporte ni otros impedimentos al comercio; a su vez, los factores productivos se mueven sin costes entre ambas industrias dentro de cada país, pero son completamente inmóviles entre los países.
- c. Las funciones de producción son las mismas para cada bien en ambos países, y se caracterizan por presentar rendimientos constantes a escala y productos marginales decrecientes para ambos factores; la tecnología es conocida plenamente y se incorpora instantáneamente y sin costes a los procesos productivos.
- d. Los factores productivos (cuya oferta está dada, y son de idéntica calidad en ambos países) se utilizan con diferentes intensidades en la producción de cada bien; las intensidades factoriales no son reversibles, es decir, son las mismas para cada bien cualquiera que sea el precio de los factores.
- e. Competencia perfecta en los mercados de bienes y de factores productivos, que vacían completamente a los precios de equilibrio.
- f. En el lado de la demanda, las preferencias de los agentes se suponen idénticas y homotéticas, lo que quiere decir que, dados unos mismos precios de los bienes, en ambos países se consumirán los dos bienes en las mismas proporciones independientemente del nivel de renta. (p.31)

Para comprender mejor esta teoría Robert J. Carbaugh, (traducido en, 2004) en su libro *Economía Internacional*, da ejemplos del modelo de Heckscher-Ohlin,

“las diferencias en las condiciones relativas de la oferta de las naciones son las únicas que explican la ventaja comparativa. La teoría destaca el papel que desempeña la dotación de recursos (trabajo y capital) como determinante básico de la ventaja comparativa.” Esto implicaría que Brasil exporta café porque tiene una enorme superficie, así como las condiciones climatológicas necesarias para la producción de café; Estados Unidos y Canadá exportan trigo porque tienen una dotación extensa de tierras de la zona templada, muy adecuadas para producir trigo; India y China son enormes exportadores de calzado y ropa porque tienen una dotación importante de trabajo.

“(…) la dotación de factores parte de tres supuestos simples:

1. Las naciones tienen los mismos gustos y preferencias (condiciones de la demanda).
2. Sus factores son insumos de calidad uniforme y
3. Usan la misma tecnología, con el objeto explícito de neutralizar la posibilidad de que la base del comercio sean las variaciones internacionales de la tecnología, en favor de la posibilidad de sustentar el comercio exclusivamente en las diferencias de la oferta de trabajo y capital.

Según esta teoría, los niveles relativos de los precios varían de una nación a otra porque:

1. Los países tienen distintas dotaciones relativas de insumos y
2. Diversas mercancías requieren que los insumos se usen en distinta medida para su producción. “(p.76)

Esencialmente, lo que esta teoría nos indica es nuevamente que resultará más provechoso, importar aquel producto que resulte más caro o difícil de producirlo y exportar el producto que se facilite su producción. Así Carbaugh concluye que, “Eso explica por qué los países que tienen gran superficie (como Australia) exportan bienes que requieren muchas tierras, como la carne, mientras que las naciones que

tienen mucho trabajo (Como Corea del Sur) exportan bienes que requieren mucha mano de obra, como los textiles”. (p. 76).

2.2.3 Teoría positiva del comercio internacional.

De acuerdo con Schettino (2002) la teoría neoclásica del comercio internacional se complementa con una serie de teoremas y proposiciones relativos a temas de crecimiento y bienestar.

Este autor define a la teoría positiva del comercio internacional como “(...) conjunto de cuatro resultados fundamentales obtenidos en forma de teoremas”. (p.272) Entendiendo como teorema a la “(...) conclusión universalmente válida si se obtiene bajo un esquema lógico determinado a partir de ciertos supuestos”. “(...) el modelo rinde excelentes resultados siempre y cuando los supuestos se cumplan”. (p.272)

Los cuatro teoremas principales son:

1. Igualación de los precios de los factores. Bajo ciertas circunstancias, el libre comercio entre los países provocará que los precios de los factores de producción tiendan a ser iguales en todos los países. Si hay libre comercio, no se requiere libre movimiento de trabajadores. (Schettino; 2002; 273)
2. Teorema de Rybczynski. Bajo ciertas circunstancias, un incremento en la oferta de un factor llevaría a un incremento en la producción del bien que utiliza intensivamente dicho factor y a una disminución en la producción del otro bien. (Bajo; 1991: 39)
3. Teorema de Heckscher-Olin. Bajo ciertas circunstancias, al incrementarse la dotación de cierto factor, el bien que lo utiliza intensivamente incrementará no sólo su producción, sino también su exportación. (Schettino; 2002; 273).
4. Teorema de Stolper-Samuelson. Bajo ciertas circunstancias, un incremento en el precio del bien de importación (lo que podría ocurrir si se impone un arancel sobre dicho bien) llevaría a un incremento en la remuneración del factor escaso y a una disminución en la remuneración del factor abundante. (Bajo; 1991: 39).

2.2.4 Nuevas teorías de comercio internacional

Czinkota R., Ronkaínen A., Moffett H (traducidos en, 2007) aluden que con forme la teoría del comercio evolucionó, cambió su perspectiva a nivel industria y el producto, dejando la cuestión de la competitividad a nivel nacional un tanto atrás. Estos autores señalan al economista Michael Porter, como el líder de esta área de investigación, quien argumenta que la prosperidad nacional es creada, no heredada. Czinkota R., et al., mencionan que:

La prosperidad nacional “(...) No se crea a partir de las dotaciones naturales de un país. Su fuente de mano de obra, sus tasas de interés o los valores de su moneda, como la economía clásica insiste. La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y actualizarse. Las compañías ganan ventaja contra los mejores competidores del mundo por presión o desafío. Se benefician de tener fuentes rivales domésticos, proveedores agresivos con sede en casa y clientes locales exigentes”. (p. 171).

Hill Charles (traducido en, 2007) menciona que el propósito fundamental de cualquier empresa es obtener ganancias y estas se obtienen cuando el precio que puede cobrar por su producción es mayor que los costos de producción. También indica que otra forma de incrementar las ganancias es “(...) agregar valor a un producto para que los clientes estén dispuestos a pagar más por él”. (p.421).

Complementando Hill alude que las estrategias de una empresa pueden definirse como una serie de acciones ejecutadas por los administradores con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa.

Con el propósito de ser lucrativa en un ambiente competitivo global, la empresa debe de poner atención constantemente, tanto en la reducción de costos de la creación de valor como en la diferenciación de su producto, para que los clientes estén dispuestos a pagar por éste una cantidad mayor a su costo de producción. De esta forma a menudo la estrategia se vincula con la identificación y la adopción de acciones que reducirán los costos de creación de valor y/o diferenciarán el producto de

la empresa, a través de un diseño, calidad, servicio y funcionalidad superiores. (p.423)

Por otro lado, Schettino (2002) indica que la nueva teoría del comercio internacional inició desde mediados de la década de 1980, la cual "(...) no es un cuerpo coherente como la teoría positiva, pero tiene la ventaja de que explica mucho mejor la realidad. Dentro de esta visión hay cuatro grandes perspectivas: la tecnología, economías de escala, organización industrial y diferenciación del producto". (p. 274)

En síntesis las nuevas teorías de comercio nos indican que partiendo de la finalidad del comercio, la cual es obtener un beneficio, para lograr un mayor beneficio es importante mejorar nuestro producto o mejor dicho *innovar* el producto que se desea comerciar; para ello es necesario brindar especial importancia en la empresa u organización que va a producir el producto que se desea comerciar, con la finalidad de complementar este tema, se procederá a dar un marco referencial de diferentes conceptos de empresa y en qué consiste su administración.

Capítulo III Marco conceptual

En este capítulo se mencionarán los diversos conceptos se consideran importantes mencionar, para efectos de esta investigación con la finalidad de complementar las teorías del comercio internacional antes mencionadas.

3.1 Administración de empresas

3.1.1. La empresa y sus clasificaciones.

Para J. M. Fernández Pirla, citado por Lidón (1998) “la empresa es ante todo la unidad económica de producción. Su función es crear o aumentar la utilidad de los bienes, en orden a satisfacer las necesidades y fines humanos” (p.120)

Algunos autores mencionan que hay que analizar a la empresa desde el punto de vista económico, tanto positivo como normativa. En el aspecto económico Reyes Ponce, (2012) considerada a la empresa como “una unidad de producción de bienes y servicios para satisfacer un mercado” (p.74). Desde de la economía positiva García Echeverria, (c1994) la define como “(...) la institución que realiza la combinación de factores con el fin de obtener productos y servicios en las mejores condiciones de racionalidad económica de forma que satisfaga las necesidades de los clientes de forma eficiente.” (p.101). Este autor da la siguiente definición de empresa desde el punto de vista de la economía normativa “(...) institución que integra los entornos competitivos de la empresa a través de su filosofía, cultura y estrategia empresarial, a través de su capacidad directiva, buscando la mayor eficiencia económico-social, tanto interna como externamente.” (p.101)

Por otro lado, Gil Estallo (2010) analiza a la empresa como un sistema de esta forma la define de la siguiente manera:

“(...) la empresa está formada por un conjunto de partes interrelacionadas de forma directa o indirecta para conseguir una finalidad. Esta finalidad no es más que la obtención de unos *outputs* (salidas) mediante un proceso de transformación de unos *inputs* (entradas). Asimismo, es necesario un proceso de retroalimentación para que la empresa se adapte a los

cambios que se hayan producido. Esto es lo que define a la empresa como un sistema abierto.” (p.32)

Respecto a la clasificación de empresas hay una gama muy amplia de clasificaciones, no obstante, para efectos de esta investigación solo se contemplarán las siguientes. De acuerdo con Dopacio, Lázaro, Martín, Masa y Villar (2014) podemos clasificar las empresas atendiendo los siguientes criterios:

1. Por la naturaleza de la actividad económica que desarrollan: de acuerdo con el criterio, hay tantos tipos de empresas como sectores o ramas de actividad:

- Empresas extractivas o del sector primario: sitúan los recursos de la naturaleza en disposición de ser utilizados.
- Empresas transformadoras o del sector secundario: crean utilidad al dar a los bienes una forma más apta para el consumo que la primitiva en que la naturaleza los ofrece.
- Empresas del sector terciario: crean utilidad al facilitar la labor de los grupos anteriores y a veces el valor directo al consumidor. (p.11)

2. Por su dimensión o tamaño: se suelen utilizar determinados indicadores (número de trabajadores, volumen de sus ventas anuales, etc.)

3. Por su forma jurídica:

- Personas físicas que pueden ser:
 - a) Empresario individual: Existe un solo propietario, no hay limitación de responsabilidad patrimonial.
 - b) Comunidad de bienes: conjunto de socios (mínimo 2) que gestionan un derecho, bien o patrimonio, sin obligación de aportar dinero, derechos o capital.
 - c) Sociedad civil: contrato privado en el que realizan aportaciones por parte de los socios en el que debe reflejarse el porcentaje de participación que cada socio tiene en las pérdidas y ganancias de esta.

- Personas jurídicas: sociedades formadas por varias personas que, mediante un contrato, se obligan a poner en común dinero y/o bienes con el fin de obtener un lucro a repartir entre sí.

4. Por la titularidad de su capital social:

- Empresas públicas: el capital y control está en el Estado.
- Empresas privadas: el capital y control están en particulares.
- Empresas semipúblicas o semiprivadas.

5. Por su ámbito de actuación:

- Empresas locales: actúan en una localidad.
- Empresas regionales: desarrollan su actividad en una región o comunidad autónoma.
- Empresas nacionales: comercian en todo el territorio nacional.
- Empresas internacionales:
 - a) Empresas exportadoras: realizan su actividad productiva en el país de origen, pero comercian con otros países, exportando y/o importando.
 - b) Empresas multinacionales: tienen distintas empresas en diferentes países y comercializan con esos países y con otros.

(p.12)

De acuerdo con la forma jurídica, en México existe la Ley General de Sociedades Mercantiles, esta ley sirve como marco legal para los actos de comercio en México, con la finalidad de ampliar esta referencia, sólo se citarán las clasificaciones que esta ley hace, en su Artículo 1:

Las sociedades mercantiles se refieren a una persona jurídica que tiene como finalidad realizar actos de comercio sujetos al Derecho Comercial. Esta Ley reconoce las siguientes especies de sociedades mercantiles:

1. Sociedad en nombre colectivo;
2. Sociedad en comandita simple;
3. Sociedad de responsabilidad limitada;
4. Sociedad anónima;
5. Sociedad en comandita por acciones;
6. Sociedad cooperativa, y

7. Sociedad por acciones simplificada.

Finalmente, la Secretaría de Economía de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, publican en el Diario Oficial de la Federación la siguiente estratificación para las empresas:

Tabla 1.2 ESTRATIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (millones de pesos)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	250

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.

Fuente: Diario Oficial de la Federación; 28/12/2013; *Reglas de operación del fondo nacional emprendedor para el ejercicio fiscal 2014*; actualizado en < http://www.diariooficial.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5508940&fecha=26/12/2017 > el 26/12/2017

Para efectos de esta investigación, se consideró la clasificación que establece la Secretaría de Economía, y por su ámbito de actuación.

3.1.2 Concepto de administración de empresas.

Reyes Ponce (2012) define la administración de empresas como "(...) la técnica que busca lograr resultados de máxima eficiencia en la coordinación de las cosas y personas que integran una empresa". (p.27)

Por otro lado, Stoner, J. (1994) define a la administración de empresas en cuatro funciones: la planificación, la organización, la dirección y el control. "(...) la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de una organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas en la organización". (p.11)

Complementando la definición de administración de empresas se describirá brevemente en qué consiste el proceso administrativo.

3.1.3. Proceso administrativo:

De acuerdo con Stoner, J. (1994) un proceso es "(...) una forma sistemática de hacer las cosas". (p.11), e indica que "(...) se habla de la administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los gerentes, desempeñen ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar las metas que desean". (p.11) Así este autor describe cuatro actividades administrativas básicas (planeación, organización, dirección y control) las cuales conforman el proceso administrativo, de la siguiente manera:

1. Planeación: Proceso para establecer metas y un curso de acción adecuado para alcanzarlas.

Planificar implica que los administradores piensan con antelación en sus metas y acciones, y que basan sus actos en algún método, plan o lógica, y no en "corazonadas". Los planes presentan los objetivos de la organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos. Además, los planes son la guía para que la organización obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar sus objetivos. (Stoner;1996; p.11)

Sobra decir que, al elegir objetivos y preparar programas, el gerente de mayor jerarquía analiza su viabilidad, así como las posibilidades de que otros gerentes y empleados de la organización los acepten. (p.11)

2. Organización: Proceso para comprometer a dos o más personas para que trabajen juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas.

Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización.

"Diferentes metas requieren diferentes estructuras. (...) Por tanto los gerentes deben adoptar la estructura de la organización a sus metas y recursos, proceso conocido como diseño organizacional". (p.12)

3. Dirección: Proceso para dirigir e influir en las actividades de un grupo o una organización entera, con respecto a una tarea.

Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades de la dirección. De hecho, la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos. Los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás de que se les unan para lograr el futuro que surge de los pasos de la planificación y la organización. Los gerentes al establecer el ambiente adecuado ayudan a sus empleados a hacer su mejor esfuerzo. (p.13)

4. Control: Proceso para asegurar que las actividades reales se ajustan a las actividades planificadas.

El gerente debe estar seguro de los actos de los miembros de la organización que, de hecho, la conducen hacia las metas establecidas. Ésta es la función de control de la administración, la cual entraña los siguientes elementos básicos: 1) establecer estándares de desempeño; 2) medir los resultados presentes; 3) comparar estos resultados con las normas establecidas, y 4) tomar medidas correctivas cuando se detectan desviaciones. El gerente, gracias a la función de control, puede mantener a la organización en el buen camino. Las organizaciones están estableciendo, cada vez con mayor frecuencia, maneras de incluir la calidad en la función de control. Un enfoque que goza de gran popularidad es la Administración de la Calidad Total (ACT), la cual requiere que la administración se concentre en la superación constante de todas las operaciones, funciones y, sobre todo, de los procesos de trabajo. La satisfacción de las necesidades del cliente es una preocupación primordial.

Los administradores tienen que preocuparse por el control porque, con el tiempo, los efectos de las relaciones organizadas no siempre resultan como se planearon. (p.13)

Lo anterior indica lo importante que es llevar un adecuado proceso administrativo en una empresa pues como el autor antes referido nos plantea, si no existe este proceso la empresa puede perder su objetivo si no se lleva una adecuada planeación.

Hasta este punto, se ha mencionado que es el comercio, las teorías que comprenden el comercio, por qué comerciar con otras regiones, así como un marco conceptual en el que se menciona qué es la empresa y los procesos para administrarla, a continuación se describirá en qué consiste el Tratado de Libre Comercio Unión Europea México, ya que es el tratado objeto de estudio de esta investigación.

Como se ha mencionado en el marco teórico de esta investigación es importante mencionar diversos factores en el comercio internacional para efectos de este trabajo se mencionarán los siguientes, así como un panorama general de en qué consiste el TLCUEM, con la finalidad de tener un contexto más amplio de este tema.

3.2 Factores en el comercio internacional.

3.2.1 Inversión extranjera directa e indirecta

El Fondo Monetario Internacional (FMI), (citado por Martínez, 2006) define la Inversión Extranjera Directa (IED) como aquella cuyo objeto es adquirir una participación permanente y efectiva en la dirección de una empresa en una economía que no sea la del inversionista. Martínez complementa esta definición como “(...) la inversión extranjera directa sucede cuando una firma invierte directamente en medios para producir o comercializar un producto en un país extranjero”. “(...) La inversión debe contemplar los cambios en la participación efectiva en el capital de las empresas incluyendo las utilidades que se reinvierten”. (p.98)

Asimismo, este autor señala dos conceptos claves: el primero es flujo de inversión extranjera directa “(...) en la economía mundial que se refiere al capital total acumulado en activos extranjeros en un tiempo determinado”; y el segundo es stock de la inversión extranjera directa “(...) se refiere al capital total acumulado en activos extranjeros en un tiempo determinado”. (p.98)

La Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, (citada por S.E. 2013) a través de su informe estadístico sobre el comportamiento de la inversión extranjera directa en México; publica que la IED se desagrega en tres apartados según el modo de financiamiento: nuevas inversiones, reinversión de utilidades y cuentas entre compañías. (p.10)

1. Nuevas inversiones: se refiere a los movimientos de IED asociados a:
 - Inversiones iniciales realizadas por personas físicas o morales extranjeras al establecerse en México; dentro de estas inversiones se incluyen aquellas en activo fijo y capital de trabajo para la realización habitual de actos de comercio en México.
 - Aportación al capital de sociedades mexicanas (inicial o aumentos) por parte de la IED.
 - Transmisiones de acciones por parte de inversionistas mexicanos a la IED.
 - Monto inicial de la contraprestación en los fideicomisos que otorguen derechos sobre la IED.

2. Reinversión de Utilidades: es la parte de las utilidades que no se distribuye como dividendos y que se considera IED por representar un aumento de los recursos de capital propiedad del inversionista extranjero.

3. Cuentas entre compañías: son las transacciones originadas por deudas entre sociedades mexicanas con IED en su capital social y otras empresas relacionadas residentes en el exterior.

3.2.2 Aranceles

Como se ha mencionado con anterioridad un arancel es un pago establecido por concepto de derecho del bien o servicio que se adquiere, simplificando esta definición Moreno, (2006) los define como "(...) un impuesto aplicado cuando se importa un bien". Moreno, también hace la siguiente clasificación de aranceles:

los aranceles fijos “(...) son una cantidad establecida exigida por cada unidad de bien importado –por ejemplo 3 dólares por cada barril importado–“y

los aranceles ad-valorem “(...) son impuestos exigidos como porcentaje del valor de los bienes importados –por ejemplo, el 25% del valor de los camiones importados–. “

En ambos casos, el efecto del arancel es aumentar el coste de trasladar los bienes a un país.”

Los aranceles son la forma más antigua de la política comercial y han sido utilizados tradicionalmente como una fuente de ingreso para el Estado, (...) Su verdadera finalidad ha sido, generalmente, no sólo proporcionar ingresos, sino proteger sectores nacionales concretos. La importancia de los aranceles ha disminuido en los tiempos modernos, porque (...) los Estados generalmente prefieren proteger las industrias nacionales mediante una variedad de barreras no arancelarias, tales como cuotas de importación –limitaciones a la cantidad de importación– y restricciones a la exportación –limitaciones sobre la cantidad de exportaciones, normalmente impuestas por el país exportador a solicitud del país importador –. No obstante, la comprensión de los efectos de un arancel continúa siendo una base esencial para entender las diversas políticas comerciales. (p.190).

3.2.3 Acuerdos comerciales.

Los acuerdos o tratados comerciales son: convenios entre dos o más países en virtud del cual las partes firmantes se conceden mutuamente condiciones favorables en materia comercial y aduanera. (Vidales; 2003; p.28)

Aunado al concepto anterior Schettino (2002) alude a lo siguiente:

Cuando se construye una asociación internacional, se realiza una especie de control entre los países que la forman. Puesto que estos países son soberanos (son la máxima autoridad que cada uno de ellos acepta), no existe un intermediario que pueda resolver conflictos entre ellos. Cuando entre dos ciudadanos de un país se firma un contrato, si uno de ellos no lo

cumple, el otro puede recurrir al sistema judicial para resolver al conflicto. En cambio, cuando el acuerdo es entre países, como en el caso de las asociaciones comerciales, no existe ningún sistema judicial que pueda intervenir. En consecuencia, estos acuerdos normalmente incluyen algún procedimiento para solucionar las disputas (...). A diferencia del sistema judicial, que puede imponer su decisión, un árbitro no lo puede hacer. Es por aceptación de las partes que funciona, no porque el derecho así lo establezca. (p.278)

Complementando, Moreno (2006) argumenta que el efecto de los acuerdos comerciales sobre el comercio internacional es real cuando:

“(...) si un acuerdo comercial es eficaz, debe generar un comercio significativamente mayor entre sus socios del que prevería, sin considerar sus PIB y las distancias entre los países.

Aunque los acuerdos comerciales suelen acabar con todas las barreras formales al comercio entre países, pocas veces hacen que las fronteras nacionales pierdan toda su relevancia. La investigación económica ha demostrado que, incluso cuando la mayoría de las bienes y servicios intercambiados entre fronteras nacionales no pagan aranceles y tienen muy pocas restricciones legales, se produce un comercio mucho mayor entre las regiones de un mismo país que entre regiones a una distancia análoga en distintos países.” (p.19).

3.2.4 Distancias

Moreno (2006) sugiere que los economistas consideran varios factores menos factibles que se deben de considerar en el comercio internacional uno de ellos es la distancia, él argumenta que “(...) el comercio tiende a ser intenso cuando los países tienen un estrecho contacto personal, y este contacto tiende a disminuir cuando las distancias son mayores.” (p. 18), también comenta lo siguiente:

El comercio internacional ha alcanzado un nivel récord respecto al tamaño de la economía mundial, gracias a la disminución de costes de transporte y las comunicaciones. (p. 25)

En discusiones sobre la economía mundial se suele oír afirmaciones de que el transporte y las comunicaciones modernas han eliminado las distancias, que el mundo se ha convertido en un lugar muy pequeño. (...) internet posibilita una comunicación instantánea y casi gratuita entre personas que están a miles de kilómetros de distancia, mientras que el transporte en avión permite un rápido acceso físico a todas partes del planeta. (p. 21)

3.2.5 Tecnología.

Una definición simple pero muy entendible de tecnología la plantea la Real Academia Española, la cual la define como: “conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.” Czinkota R., et al. (2002) argumentan que “la tecnología determina la forma como se combinan los factores (trabajo y capital) para formar un bien. Diferentes bienes requerirían diferentes proporciones de los factores de producción”. (p.159).

En este contexto Schettino (2002) complementa, con el siguiente argumento:

Partiendo de la idea de David Ricardo, de que la tecnología determina el comercio, se han desarrollado nuevos enfoques para explicar el flujo internacional de bienes. El argumento es muy sencillo: un país goza de ciertas ventajas en la producción de un bien y, en consecuencia, lo exporta. Sin embargo, la ventaja comparativa en este caso no es específica de un país, sino que puede ser copiada por otros; lo que produciría una igualación tecnológica que impediría el comercio. No obstante, dado que el país originalmente competitivo sabe que a la larga puede perder su ventaja, trata de mejorar los procesos, manteniendo siempre un flujo internacional de bienes. (p. 274).

Este mismo autor menciona que el otro enfoque tecnológico tiene que ver con el ya famoso concepto del ciclo de vida de los productos, el cual se define a continuación.

“(...) en los mercados de países industrializados hay una gran atracción por los productos nuevos. Esto fuerza a las empresas a estar en constante innovación, generando nuevos productos. Y ocurre que,

conforme envejece el producto la tecnología para producirlo se hace obsoleta en los países industrializados. En ese momento, es mejor mover la producción hacia países en vías de desarrollo, donde el bien puede producirse de manera eficiente y mantener buenas ventas en todo el mundo”. (p.274).

3.2.6 Ciclo de vida del producto.

Czinkota R., et al. (traducidos en, 2007) aluden que “(...) la teoría del ciclo del producto tiene una orientación tanto de oferta (costo de la producción), como de la demanda (niveles de ingresos de los consumidores)”. Vernon citado por Czinkota R., et al. (traducidos en, 2007) indica que esta teoría se compone de tres etapas diferentes las cuales las define de la siguiente manera:

Etapa I. El nuevo producto, la innovación requiere mano de obra muy calificada y grandes cantidades de capital para investigación y desarrollo. Normalmente, el producto será diseñado con mayor efectividad y fabricado primero cerca de la casa matriz y por tanto en un mercado muy industrializado debido a la necesidad de proximidad a la información y la de comunicación entre los muchos componentes de mano de obra calificada requeridos. En esta etapa de desarrollo, el producto no está estandarizado. Por tanto, los Costos de producción son bastante altos. El innovador en esta etapa es monopolista y por ello disfruta de (...) altos márgenes de utilidades requeridos para recuperar los elevados costos de desarrollo y el costoso proceso de producción. La elasticidad de precios de la demanda en esta etapa es baja; los consumidores de altos ingresos comprarán sin importar el precio.

Etapa II. El producto en madurez, conforme la producción se extiende, su proceso se vuelve cada vez más estandarizado. La necesidad de flexibilidad en el diseño y manufactura declina y, por tanto, la demanda de mano de obra muy calificada declina. El país innovador incrementa sus ventas a otros países. Se desarrollan competidores con variaciones ligeras, poniendo presión descendente en precios y márgenes de utilidad. Los costos de producción son una preocupación creciente. Conforme los

competidores se incrementan, al igual que sus presiones en el precio, la empresa innovadora enfrenta decisiones críticas sobre cómo mantener la participación de mercado. Vernon sostiene que la empresa enfrenta una decisión crítica en esta etapa, o perder participación de mercado ante fabricantes con sede en el extranjero que usan mano de obra de menor costo, o invertir en el exterior para mantener su participación de mercado al explotar las ventajas comparativas de los factores de costos en otros países. Esta es una de las primeras explicaciones teóricas de cómo el comercio y la inversión se mezclan cada vez más.

Etapa III. En esta etapa final, el producto está estandarizado en su manufactura por completo. Así, con acceso a capital en los mercados de capital mundiales, el país de producción es simplemente el que tiene la mano de obra no calificada más barata. Los márgenes de utilidad son estrechos y la competencia es feroz. El producto ha recorrido su curso en términos de rentabilidad para la empresa innovadora en mayor grado. La ventaja comparativa del país ha cambiado, conforme la tecnología de manufactura del producto ha madurado. El mismo producto cambia en su ubicación de producción. El país que posee el producto durante esa etapa disfruta de los beneficios de excedentes del comercio neto. Pero tales ventajas son pasajeras. (p.164)

3.2.7 Economías de escala.

De acuerdo con Pugel A. (traducido en, 2004) Las economías de escala, o rendimientos crecientes, no son fáciles de medir, estas "(...) existen economías de escala si al duplicar la cuantía de todos los factores (trabajo, capital, etc.), el producto varía más del doble." (p. 95)

Según este autor las economías de escala pueden ser internas o externas a cada empresa:

Son internas si la expansión del tamaño de la empresa es, por sí misma, la razón para la disminución de los costes medios (...) mediante una mayor especialización de sus trabajadores, la utilización de maquinaria especializada o la diseminación de los costos fijos la investigación y

desarrollo o los costos de instalación de la producción sobre más unidades de producto. (p.95)

Son externas a la empresa cuando se relacionan con el tamaño de toda la industria en un área geográfica específica. Estas pueden aparecer si (...) se dan unos mejores incrementos de factores. Por ejemplo, la concentración de las empresas de una industria en un área geográfica concreta puede atraer a mayores ofertas locales de servicios especializados para la industria o a grandes bolsas de trabajo especializado requerido. También (...) cuando un nuevo conocimiento sobre la tecnología del producto y de la producción se difunde rápidamente entre las empresas de área, ya sea mediante contactos directos entre las empresas o cuando el trabajo cualificado cambia de empleo. Las economías de escala externas parecen explicar el agrupamiento de algunas industrias. (p. 96)

En este contexto Pugel A., alude que si las economías de escala son moderadas esto es positivo, no obstante, si son amplias no resulta ser muy benéfico, este argumento lo plantea de la siguiente manera:

Si las economías de escala son moderadas, hay lugar en la industria para un gran número de empresas. Si, además, los productos están diferenciados, entonces tenemos una forma benigna de competencia imperfecta denominada competencia monopolística, un tipo de estructura de mercado en donde un gran número de firmas compiten vigorosamente entre sí, produciendo y vendiendo variedades de los productos básicos. Debido a que el producto de cada empresa es algo distinto, cada una tiene cierto control sobre el precio que fija por su producto. Esto contrasta con la estructura de mercados perfectamente competitivos, utilizada en la teoría estándar del comercio. Con competencia perfecta, cada una de las numerosas empresas pequeñas toma el precio de mercado como dado y considera que no tiene ningún control directo o influencia sobre el mismo.

Si las economías de escala se dan sobre un amplio intervalo de producción, es probable que unas pocas empresas crezcan con el fin de conseguir las mismas. Si unas pocas grandes empresas dominan la industria global, tal vez debido a sólidas economías de escala, entonces

se tendrá un oligopolio. Las grandes empresas, en un oligopolio, saben que pueden controlar o influir en los precios. Una cuestión clave en un oligopolio es cuán activamente estas grandes empresas compiten entre sí. Si no compiten agresivamente, entonces es posible que obtengan un beneficio económico (o puro beneficio) superior al rendimiento normal sobre el capital invertido. En el caso límite, la industria podría ser un monopolio según el cual, una empresa domina la industria mundial. (p.96)

3.2.8 Organización industrial.

Schettino (2002) indica que un tema relacionado con la organización industrial es el comercio industrial, este “(...) tiene lugar cuando se comercian bienes intermedios entre industrias (y aún más, entre empresas, donde se conoce como intrafirma), lo que no se puede explicar tan fácilmente con funciones de utilidad de los consumidores, como se hace en la teoría positiva”. (p. 276) Schettino da el siguiente ejemplo:

“México en la industria maquiladora. Esta industria importa insumos, les agrega un poco de valor y los exporta. En muchas ocasiones esto significa que una parte del proceso productivo se hace en México, mientras que el resto se hace en Estados Unidos; se trata de comercio intrafirma que no tiene ninguna relación con la utilidad de los consumidores, ni con el tipo de cambio ni el ingreso”. (p. 276)

3.2.9 Diferenciación del producto.

Carrión (2006) argumenta que la estrategia de diferenciación “(...) busca crear singularidad en el producto o servicio que se ofrece al mercado. Proporcionándole alguna característica de valor que el cliente percibe como única”. (p.202) esto permite que un cliente esté dispuesto a pagar más por un producto o servicio que por otro, siempre que sean comparables.

Las empresas consiguen la diferenciación cuando su sobreprecio excede los costes extra en lo que se incurre por llegar a ser únicos. Un diferenciador siempre buscará caminos para distinguirse de competidores similares y poder justificar su sobreprecio. Pero no puede ignorar los

costes en todas aquellas áreas que no afecten a la diferenciación. La diferenciación se puede conseguir en múltiples vías entre ellas se puede mencionar: la imagen de marca, la innovación tecnológica, la calidad, la innovación en proceso empresariales etc. (p.202)

Spencer Milton (traducido en 1993) indica que “(...) en una industria caracterizada por la industria monopolista, los productos que fabrican las empresas están diferenciados.” y “(...) la diferenciación como la belleza, está en la vista del que lo posee (...), la vista la tiene siempre el comprador.” (p.510)

En consecuencia, los productos pueden estar diferenciados por el nombre de marca, el color del empaquetado, por la locación del vendedor, por el servicio al cliente, por las condiciones de crédito o por la sonrisa del vendedor incluso si los productos son físicamente idénticos. Como consecuencia, cada empresa tiene un monopolio parcial respecto a su propio producto diferenciado. (p.510)

3.2.10 Estrategias empresariales.

Hill Charles (traducido en, 2007) explica que la expansión global permite que las firmas aumenten su rentabilidad en ciertas formas no accesibles para las empresas nacionales y que algunas estrategias que las firmas pueden implementar para incrementar su rentabilidad son:

→Competencia clave: se refiere a las aptitudes, propias de una empresa cuya imitación es prácticamente imposible. Estas habilidades pueden existir en cualquiera de las actividades de creación de valor de la firma bien sea la producción, el marketing, la investigación y desarrollo, los recursos humanos entre otras. La competencia clave permite que la empresa reduzca los costos de creación de valor y/o lleve a cabo reacción en forma tal, que sea posible un precio superior. (p.423)

→Economías de localización: surgen a partir del desempeño de una actividad relativa a la creación de valor, en la ubicación óptima de dicha actividad en donde sea que se encuentre. Puede reducir los costos de creación de valor y ayuda a que las firmas alcancen una posición de bajo

costo y/o puede permitir que la empresa diferencie la oferta de su producto de sus competidores. (p.426)

→Curva de experiencia: se refiere a las reducciones sistemáticas en los costos de producción, que acontecen durante la vida de un producto. Una serie de estudios indican que los costos de producción de un artículo declinan por alguna razón, cada vez que se duplica una producción acumulada. (p.427)

3.3 Tratado de Libre Comercio Unión Europea – México (TLCUEM)

La Unión Europea (UE), es una asociación económica y política singular de 28 países europeos que abarcan juntos gran parte del continente. Cabe destacar que aunque ya no forma parte del periodo de investigación. El 29 de marzo de 2017, el Reino Unido comunicó oficialmente al Consejo Europeo su intención de abandonar la UE, no obstante, el Reino Unido sigue siendo miembro de pleno derecho de la Unión Europea². Ampliando la referencia se mencionarán los países que integran esta asociación:

- 1957. La Unión Europea se funda en 1957 por: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos.
- 1973. El 1 de enero Dinamarca, Irlanda y el Reino Unido - El 23 de junio de 2016, los ciudadanos del Reino Unido votaron a favor de abandonar la Unión Europea (UE). El 29 de marzo de 2017, el Reino Unido comunicó oficialmente al Consejo Europeo su intención de abandonar la UE mediante la activación del artículo 50 del Tratado de Lisboa. Por el momento, el Reino Unido sigue siendo miembro de pleno derecho de la Unión Europea, con todos los derechos y obligaciones correspondientes. (U.E.,2018)- entran a formar parte de la Unión Europea, con lo que el número de Estados miembros aumenta a nueve.
- 1981. Grecia pasa a ser el décimo miembro de la UE
- 1986. Se suman España y Portugal.

² Para mayor referencia consultar: Unión Europea < https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/unitedkingdom_es#bexit >

- 1995. Ingresan en la UE tres países más, Austria, Finlandia y Suecia
- 2004. Diez nuevos países ingresan los cuales son: Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia y República Checa.
- 2007. Se completa la quinta ampliación de la Unión Europea iniciada en mayo de 2004, con la adhesión de Rumanía y Bulgaria; así la Unión pasa a tener 27 Estados miembros.
- 2013. La Unión Europea pasó a tener los 28 países miembros, con la adhesión de Croacia, países con los que cuenta en la actualidad. (UE;20108)

3.3.1 Antecedentes del TLCUEM.

De acuerdo con la Subsecretaría de Comercio Exterior (2012), México y la Comunidad Económica Europea establecieron en 1975 un acuerdo con el objetivo de desarrollar y equilibrar su comercio recíproco y de ampliar su cooperación comercial y económica; inspirados por su determinación de consolidar, ahondar y diversificar estas relaciones para su beneficio mutuo. Este acuerdo fue sustituido por el Acuerdo Marco de Cooperación firmado en 1991. En el cual, el Consejo de las Comunidades Europeas por una parte y el gobierno de los Estados Unidos Mexicanos por otra, se comprometen a dar un renovado impulso a su relación. Para alcanzar este objetivo fundamental, están decididas a fomentar en particular el desarrollo de su cooperación en materia de comercio, inversiones, finanzas y tecnología, teniendo en cuenta la situación especial de México como país en desarrollo.

Tomando como base las relaciones privilegiadas instituidas por el acuerdo marco de 1991 y los principios establecidos en la Declaración Conjunta Solemne firmada en París el 2 de mayo de 1995 entre la Comisión³ y el Consejo Europeo⁴, por una parte, y México, por otra, se decidió desarrollar sus relaciones recíprocas

³ La Comisión Europea representa los intereses de la Unión en su conjunto. Propone nueva legislación al Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea, y garantiza la correcta aplicación del Derecho de la UE por parte de los países miembros. (Comisión Europea; 2014)

⁴ El Consejo Europeo marca la dirección política general de la UE, pero no tiene poder para aprobar leyes. Se reúne durante dos o tres días cada seis meses como mínimo, con su presidente a la cabeza, en la actualidad Herman Van Rompuy, y está compuesto por los Jefes de Estado o de Gobierno nacionales, además del presidente de la Comisión. (Unión Europea; 2014)

dotándolas de una perspectiva a largo plazo. Para lo que la Comisión Europea el 23 de octubre de 1995 solicita el Mandato para negociar un Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación con México, el cual fue adoptado el 25 de junio de 1996. (párr.3-4)

En octubre de 1996 inician las negociaciones del acuerdo y concluyen en julio de 1997. México y la Unión Europea firman tres instrumentos el 8 de diciembre de 1997; el Acuerdo Global, el cual sienta las bases para la negociación del tratado de libre comercio (TLC) entre México y la Unión Europea; el Acuerdo Interino, el cual establece los mecanismos y el formato para lograr la liberalización comercial; y el Acta Final.

3.3.2 Objetivos.

Objetivos del TLCUEM		
El Acuerdo tiene por finalidad fortalecer las relaciones entre las Partes (La Unión Europea, por una parte, y México, por otra) sobre la base de la reciprocidad y del interés común. A tal fin, el Acuerdo institucionalizará el <i>diálogo político</i> , fortalecerá las <i>relaciones comerciales y económicas</i> a través de la liberalización del comercio de conformidad con las normas de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y reforzará y ampliará la cooperación.		
Dialogo político:	Relaciones comerciales:	Relaciones económicas:
El dialogo político se basará en la adhesión común de las Partes a la democracia y al respeto de los derechos humanos, así como su voluntad de mantener la paz e instaurar un orden internacional	Se establecerá un marco para fomentar el desarrollo de los intercambios de bienes y servicios, incluyendo una liberalización bilateral y preferencial, progresiva y recíproca del comercio de	Se establecerá un marco para fomentar la liberalización progresiva y recíproca de los movimientos de capital y pagos entre México y la Comunidad Europea, sin perjuicio de las demás disposiciones

equitativo y estable, de conformidad con la Carta de las Naciones Unidas.	bienes y servicios que tenga en cuenta la sensibilidad de determinados productos y sectores de servicios, y de conformidad con las normas pertinentes de la OMC.	del presente Acuerdo y de otras obligaciones en virtud de otros acuerdos internacionales que sean aplicables entre las Partes.
Fuente: DECRETO Promulgatorio del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea y sus Estados Miembros, la Decisión del Consejo Conjunto de dicho Acuerdo; y la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino sobre Comercio y Cuestiones Relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea. < http://www.ift.org.mx/sites/default/files/asuntos_internacionales/tratados/5T-2000-06-26-TLC-Uni%C3%B3n%20Europea.pdf >		

3.3.3 Vigencia.

El Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea es un acuerdo preferencial que ha liberalizado el comercio de todos los productos industriales y la mayoría de las agrícolas, y mejora de las condiciones de acceso al mercado, ya sea a los mercados para los exportadores mexicanos y europeos. (Delegación de la UE en México;2014)

El Tratado de Libre Comercio entró en vigor desde el 1 de julio de 2000. La fecha de culminación es indefinida. (párr.7-8)

México fue el primer país de América Latina que celebró un Acuerdo de asociación económica, concertación política y cooperación con la UE en 1997. Este “acuerdo global”, que entró en vigor en el 1 de octubre del 2000, abarca: diálogo político, comercio y cooperación. Con este acuerdo se ha conseguido, entre otras cosas, establecer una zona de libre comercio UE-México que ha impulsado el comercio bilateral y la inversión. (Unión Europea Acción Exterior;2014)

Capítulo IV Estatus del comercio mexicano

Antes de desarrollar esta sección, es importante señalar que para identificar el comportamiento de la variación porcentual de los datos estadísticos que se manejan en esta investigación, se utilizó la fórmula planteada por Krugman (traducido, en 2007) en su obra de Macroeconomía la cual consiste en:

$$\text{Variación porcentual} = \frac{VF - VI}{VI} \times 100$$

Dónde VF = Valor Final y

VI = Valor Inicial

4.1 Comercio mexicano a nivel mundial

De acuerdo con la Secretaría de la Organización Mundial de Comercio (OMC), los principales países exportadores de mercancías en el mundo, durante el periodo del 2000 al 2010, son: China, Estados Unidos, Alemania, Japón, Países Bajos, Francia, Reino Unido, Italia, Canadá, estos países permanecen constantes en el “*top ten*” de los países que más exportan mercancías a nivel mundial. En el caso de México durante el periodo referido, figura en los lugares 12 al 16, en la siguiente tabla se puede observar la variación porcentual de las exportaciones mexicanas durante el periodo citado.

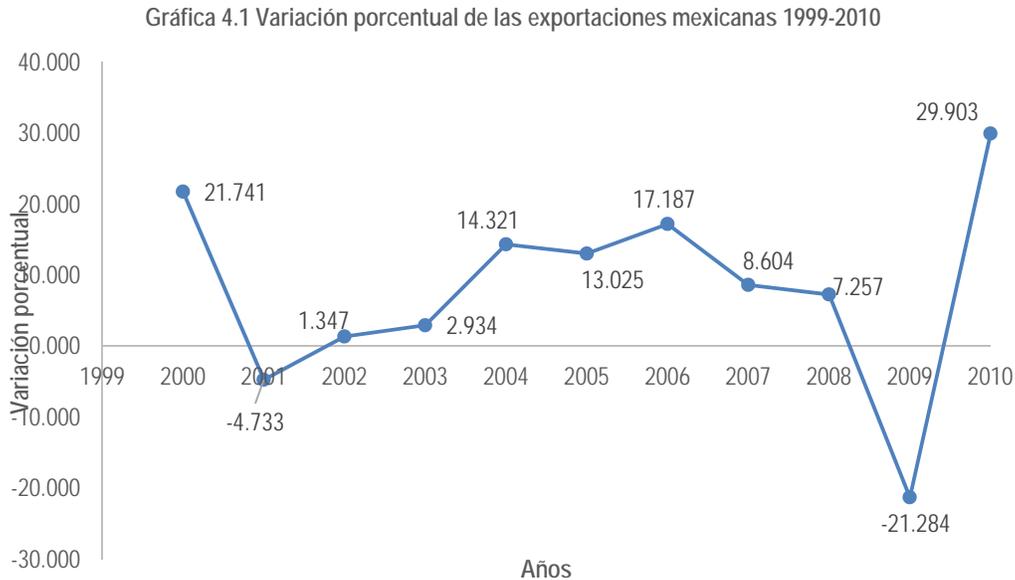
Tabla 4.1 Variación porcentual de las exportaciones mexicanas, a nivel mundial, 2000-20010 (Miles de millones de dólares)

Año	Posición	Valor	Variación %
1999	13	136.703	
2000	13	166.424	21.741
2001	12	158.547	-4.733
2002	13	160.682	1.347
2003	13	165.396	2.934
2004	8	189.083	14.321
2005	15	213.711	13.025
2006	15	250.441	17.187
2007	15	271.99	8.604
2008	16	291.729	7.257

2009	15	229.637	-21.284
2010	15	298.305	29.903

Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de la Organización Mundial de Comercio. <<https://www.wto.org>> consultado el 07/08/2012

La representación en porcentaje de estas exportaciones se puede observar en la siguiente gráfica:



Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de la Organización Mundial de Comercio. <<https://www.wto.org>> consultado el 07/08/2012

Reafirmando la finalidad del comercio, la cual es obtener un beneficio, lo ideal sería que las exportaciones mexicanas reflejaran un incremento, no un decremento. En esta grafica se puede apreciar que las exportaciones no permanecen constantes ni han aumentado; por el contrario hay dos periodos en los cuales existe una disminución muy notoria, esta disminución se puede justificar con los siguientes acontecimientos:

1. De acuerdo con el informe anual 2001, emitido por el Banco de México:

“Durante 2001, la economía mundial mostró una desaceleración sincronizada en los Estados Unidos, Japón y Europa. El deterioro del crecimiento global a lo largo del año incidió marcadamente sobre el desempeño de la economía mexicana, con la consecuente pérdida en los

niveles de exportación, actividad económica y empleo. Los ataques terroristas del 11 de septiembre influyeron negativamente sobre la operación del principal centro financiero mundial al causar incertidumbre y desconcierto”. (p. 3) y

2. En el 2008 existió una recesión económica a nivel mundial, de acuerdo con Zurita J.; Froilán, J. y Rodríguez, F. (2009) esta crisis fue originada por el exceso de gasto y del endeudamiento por parte de los estadounidenses, estimulado por bajas tasas de interés. En este contexto, se otorgaron un número creciente de créditos hipotecarios muchos de ellos sin el respaldo y que luego se vendieron a intermediarios financieros no sólo de Estados Unidos sino también de Europa y Asia. (p.18)

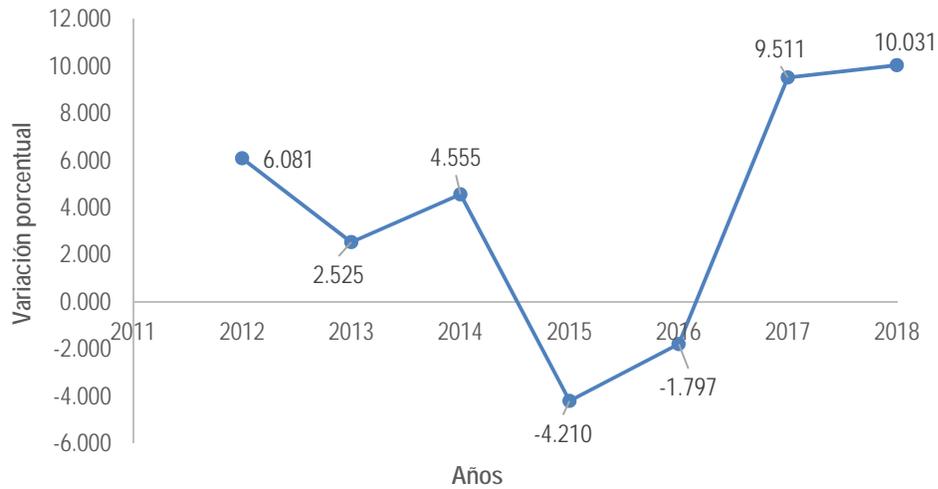
Respecto al periodo del 2011 al 2018, los datos se ven reflejados en las siguientes gráficas:

Tabla 4.1.1 Variación porcentual de las exportaciones mexicanas, a nivel mundial, 2011-20018 (Miles de millones de dólares)

Año	Posición	Valor	Variación %
2011	16	349.569	
2012	16	370.827	6.081
2013	15	380.189	2.525
2014	15	397.506	4.555
2015	13	380.772	-4.210
2016	13	373.93	-1.797
2017	13	409.494	9.511
2018	12	450.572	10.031

Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de la Organización Mundial de Comercio. <<https://www.wto.org>> consultado el 12/08/2019

Gráfica 4.1.1 Variación porcentual de las exportaciones mexicanas 2011-2018



Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de la Organización Mundial de Comercio. <<https://www.wto.org>> consultado el 12/08/2019

La gráfica anterior nos muestra que las exportaciones mexicanas no han mejorado el panorama respecto al periodo del 2000 al 2010, incluso, muestra etapas en los cuales el decremento de las exportaciones son muy notorios, existen diversos factores que de acuerdo con el Banco Mundial, México no logró una economía estable lo que a su vez se ve reflejada en las exportaciones entre estos factores se pueden mencionar: la política fiscal que se instrumentó debilidad en el mercado interno, implementación de las reformas estructurales y su impacto sobre las expectativas de los inversionistas.

Por otro lado, la OMC, en su base de estadísticas, durante el periodo del 2000 al 2010, posiciona a los mismos países (China, Estados Unidos, Alemania, Japón, Países Bajos, Francia, Reino Unido, Italia, Canadá) como los países que más importan mercancías. No obstante, México ha reflejado de la siguiente manera sus importaciones a nivel mundial.

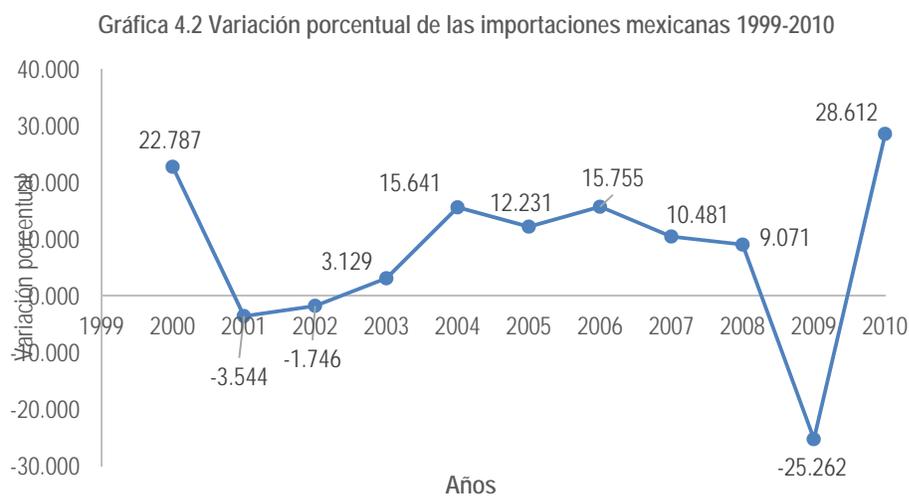
Tabla 4.2 Variación porcentual de las importaciones mexicanas, a nivel mundial, 1999-2010 (Miles de millones de dólares)

Año	Posición	Valor	Variación %
1999	12	148.741	
2000	11	182.635	22.787

2001	11	176.162	-3.544
2002	12	173.087	-1.746
2003	14	178.503	3.129
2004	8	206.423	15.641
2005	14	231.67	12.231
2006	14	268.169	15.755
2007	14	296.275	10.481
2008	14	323.151	9.071
2009	16	241.515	-25.262
2010	16	310.618	28.612

Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de la Organización Mundial de Comercio. <<https://www.wto.org>> consultado el 07/08/2012

La siguiente figura muestra la representación en porcentaje de dichas importaciones a nivel mundial:



Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de la Organización Mundial de Comercio. <<https://www.wto.org>> consultado el 07/08/2012

Para el periodo del 2011 al 2018 la variación porcentual se muestra de la siguiente manera:

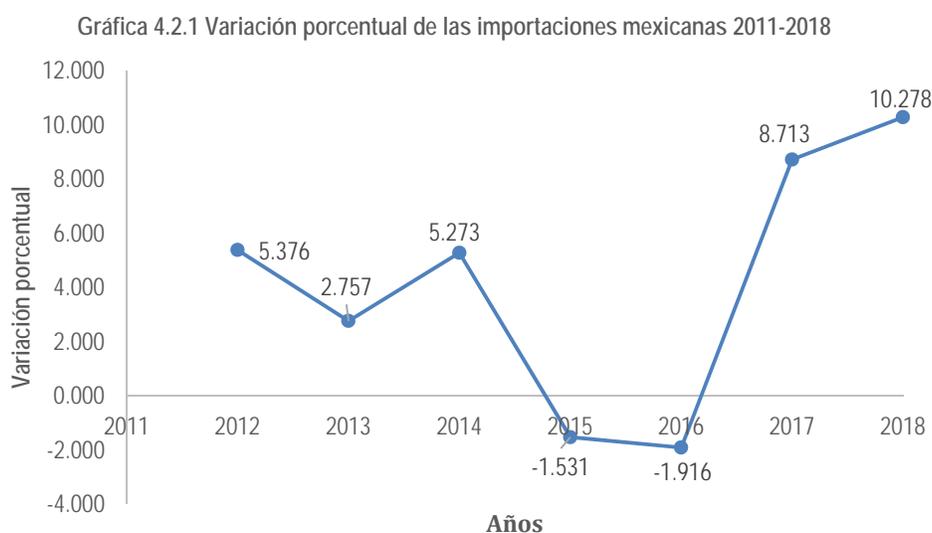
Tabla 4.2.1 Variación porcentual de las importaciones mexicanas, a nivel mundial, 2011-20018 (Miles de millones de dólares)

Año	Posición	Valor	Variación %
2011	16	361.0678	
2012	14	380.4772	5.376
2013	14	390.9654	2.757
2014	14	411.581	5.273

2015	12	405.28	-1.531
2016	12	397.516	-1.916
2017	13	432.153	8.713
2018	12	476.569	10.278

Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de la Organización Mundial de Comercio. <<https://www.wto.org>> consultado el 12/08/2019

El comportamiento de esta variación porcentual se observa mejor en el gráfico 4.2.1, de igual forma existe un decremento en las importaciones mexicanas, en teoría sería ideal, una disminución en las importaciones siempre y cuando en el mismo periodo hubiera existido un aumento en las exportaciones, lamentablemente, esto no aplica ya que las gráficas anteriores nos permiten apreciar que en los mismos periodos tanto las exportaciones como las importaciones se redujeron, lo cual permite inferir que es resultado de los acontecimientos referidos anteriormente.



Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de la Organización Mundial de Comercio. <<https://www.wto.org>> consultado el 12/08/2019

4.2 Comercio mexicano respecto a los Tratados de Libre Comercio que ha establecido.

El comportamiento de las exportaciones, mexicanas respecto a los países con los que se ha establecido un TLC, se ven reflejadas en la siguiente tabla:

Tabla 4.3 Variación porcentual anual de exportaciones mexicanas destinadas a países con los que se ha establecido un TLC 1999-2010

Año	Exportaciones	Variación
1999	134,343.7	
2000	163,558.9	21.747
2001	156,045.2	-4.594
2002	158,210.4	1.388
2003	161,362.9	1.993
2004	184,218.1	14.164
2005	209,739.7	13.854
2006	244,565.9	16.604
2007	265,236.4	8.452
2008	283,477.6	6.877
2009	224,702.0	-20.734
2010	293,087.2	30.434

Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Economía, Negociaciones Comerciales de México <<https://www.gob.mx/se/documentos/comercio-externo-informacion-estadistica-y-arancelaria-importaciones-y-exportaciones-por-pais-1993-2012-por-socios?state=published>> consultado 08/08/2012

El comportamiento de la variación porcentual de las exportaciones mexicanas; hacia los países con los que México ha firmado un tratado de libre comercio, se aprecia mejor en el siguiente gráfico:



Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Economía, Negociaciones Comerciales de México <<http://www.economia.gob.mx>> consultado 08/08/2012

Como se ha referenciado en el marco teórico, un tratado de libre comercio es un factor que contribuye a incrementar el flujo comercio entre los países involucrados, por consiguiente lo que se esperaría del comportamiento de las exportaciones, es que paulatinamente existiera un incremento o en su defecto permanecieran constantes, no obstante lo que refleja la gráfica anterior es que las exportaciones mexicanas no han sido contantes e incluso existen periodos en los que hay un decremento muy notorio.

La actualización de esta información se ve reflejada, de la siguiente manera:

Tabla 4.3.1 Variación porcentual anual de exportaciones mexicanas destinadas a países con los que se ha establecido un TLC 2011-2018

Año	Exportaciones	Variación
2011	341,592.3	
2012	360,706.5	5.596
2013	368,925.2	2.279
2014	387,544.6	5.047
2015	373,066.6	-3.736
2016	364,955.4	-2.174
2017	398,954.6	9.316
2018	438,956.3	10.027

Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Economía, Negociaciones Comerciales de México <<https://www.gob.mx/se/documentos/comercio-externo-informacion-estadistica-y-arancelaria-importaciones-y-exportaciones-por-pais-1993-2012-por-socios?state=published>> consultado 12/08/2019

Gráfica 4.3.1 Variación porcentual anual de exportaciones mexicanas destinadas a países con los que se ha establecido un TLC 2011-2018



Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Economía, Negociaciones Comerciales de México <<http://www.economia.gob.mx>> consultado 12/08/2019

Complementando, esta sección, existían diversos programas implementados por el gobierno español y el gobierno mexicano para promover las exportaciones mexicanas. En los siguientes párrafos se hará referencia de un pequeño marco conceptual, en qué consistieron estos programas:

4.3 Acciones para facilitar el comercio entre México y Unión Europea.

De acuerdo con la Subsecretaría Comercio Exterior, de la Secretaría de Economía (2011), El TLCUEM ha sido apoyado por esquemas de cooperación que promueven la facilitación comercial para que los operadores mexicanos, en particular las pequeñas y medianas empresas, puedan aprovecharlo.

Con este fin, México y la UE instrumentaron dos programas de cooperación en materia económica:

- El Programa Integral de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (PIAPYME), cuya ejecución concluyó en 2009; y
- El Proyecto de Facilitación del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (PROTLCUEM), cuyo cierre financiero se registró en diciembre de 2011.

El objetivo del PIAPYME fue el fortalecimiento de las relaciones económicas, comerciales y empresariales entre México y la Unión Europea a través del incremento de la competitividad y de la capacidad exportadora de la pequeña y mediana empresa mexicana. El PIAPYME tuvo una duración de 4 años e inicia sus actividades en el segundo semestre del año 2004. (PIAPIME;2008; párr.1-2)

De acuerdo con el Centro Empresarial México Unión Europea, (2008) los beneficiarios del programa son las empresas mexicanas pequeñas y medianas que poseen madurez tecnológica y empresarial y que tengan la posibilidad de exportar, o ya lo estén haciendo, y quieran reforzar o diversificar esta actividad al mercado de la Unión Europea. (párr.3)

” (...) este programa trabajó con el apoyo de operadores, quienes también fueron susceptibles de recibir los servicios de capacitación, asistencia técnica e información

que facilita el PIAPYME, con el fin de apoyar sus actividades de vinculación con las PyMES mexicanas”. PIAPYME (2008; párr. 4)

De igual manera PIAPYME (2008) alude que se incrementó la competitividad de las PyMES mexicanas y europeas mediante acciones de asistencia técnica y capacitación, de aproximadamente 800 empresas, así como, el apoyo a la transferencia de tecnología, "know how" de aproximadamente 15 operadores mexicanos. No obstante, al indagar más respecto a esta información, no se cuenta con un registro de qué empresas son las beneficiadas, de dicho programa.

Por otro lado, el PROTLCUEM (2011) fue un proyecto cuya implementación involucró no sólo el diseño de mecanismos jurídico-financieros adecuados para hacer posible la cooperación intergubernamental y también generó una mayor coordinación interinstitucional entre dependencias, organismos y entidades gubernamentales encargadas de la administración del TLCUEM, tanto en México como en la UE. Se trató de un proyecto insignia con los más altos niveles de cumplimiento entre los programas de cooperación instrumentado por la UE en América Latina. (párr.10)

Su objetivo fue: facilitar, agilizar y promover el intercambio comercial y los flujos de inversión, fortaleciendo las capacidades de las instituciones y organismos gubernamentales responsables de la aplicación del Tratado en México. (PROTLCUEM; 2011; párr.11)

Los Beneficiarios directos del PROTLCUEM (2011) fueron las siguientes dependencias, entidades y organismos gubernamentales vinculados con la aplicación del TLCUEM:

- Secretaría de Economía (Dirección General de Normas, Dirección General de Inversión Extranjera y la Subsecretaria de Comercio Exterior.
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (Servicio de Administración Tributaria - SAT (Administración General de Aduanas – AGA-).
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, SAGARPA (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria, SENASICA y Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca, CONAPESCA).

- Secretaría de Salud (Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios COFEPRIS).
- Comisión Federal de Competencia (CFC).
- Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO).
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

Los beneficiarios indirectos del Proyecto son los operadores económicos y comerciales de México y de la Unión Europea, dada la mejora en las condiciones de acceso a los respectivos mercados y su mejor conocimiento de ellos, así como los consumidores y la población en general, como consecuencia del aumento del comercio bilateral. (PROTLCUEM;2013)

De acuerdo con la Dirección General de Comunicación Social, de la Secretaría de Economía (2011) el PROTLCUEM ha contribuido a la facilitación de los flujos de exportación de los estados del sursureste del país, en casos específicos como la miel, donde destacan los altos estándares de calidad de este producto sobre todo de estados como Yucatán, seguido por Veracruz, Campeche, Jalisco, Guerrero, Chiapas, Puebla y Quintana Roo. (Dirección General de Comunicación Social [DGCS];2011; Comunicado de Prensa 134/11; p.2)

El PROTLCUEM ha fortalecido la relación de trabajo y la confianza entre el Gobierno de México y la Comisión Europea, lo que contribuyó a crear un ambiente favorable para la ejecución de nuevos proyectos de cooperación, como el Programa de Competitividad e Innovación, PROCEI, a cargo de ProMéxico, que a partir de 2011 buscará la promoción del acceso de las PyMES mexicanas al mercado de bienes y servicios de la Unión Europea. (DGCS;2011; Comunicado de Prensa 134/11; p.3)

El 10 de enero de 2011, la Comisión Europea y los Estados Unidos Mexicanos suscriben el Convenio de Financiación No. DCI-ALA/2010/022-005, “Programa de Competitividad e Innovación México-Unión Europea” (PROCEI), siendo ProMéxico el gestor de dicho programa.

El Programa tuvo una duración de 48 meses y contó con un presupuesto de 18 millones de euros, aportados en partes iguales por México y la Unión Europea.

Para su funcionamiento PROCEI estableció: incrementar la relación comercial entre México y la UE; el fortalecimiento de las relaciones económicas, comerciales, empresariales y tecnológicas entre la Unión Europea y México; y el incremento de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas mexicanas a través de la incorporación de las tecnologías y procesos de innovación necesarios para facilitar su acceso al mercado de la Unión Europea.

El PROCEI se aplica por medio de subvenciones a proyectos relacionados con el apoyo a las PyMES mexicanas que buscan mejorar su competitividad, mediante asesoría y asistencia técnica europea especializada, orientada hacia nuevas tecnologías e innovación de sus procesos productivos que les permita acceder a los mercados europeos.

Apoyó actividades como: programas de capacitación, asistencia técnica, estudios, talleres, equipamiento necesario para el proyecto, licencias, materiales para la construcción de pequeñas infraestructuras, entre otras.

Como principales resultados se esperaba:

1. El incremento de la competitividad e internacionalización de las PyMES mexicanas en el mercado de la Unión Europea a través del fortalecimiento de sus procesos de innovación y transferencia de tecnología;
2. El incremento de la capacidad exportadora de las pymes mexicanas mediante el apoyo a los procesos de certificación requeridos para la comercialización de productos y servicios en el mercado de la Unión Europea; y
3. El fortalecimiento de mercados mediante la creación de un Sistema de Inteligencia Comercial y de Negocios y el apoyo a los sistemas de información comercial. (PROCEI;2015; Boletín de Prensa 39/15; p.1-2)

Lamentablemente, no se han logrado los resultados esperados en la aplicación de programas para el fomento a las exportaciones. Como se pudo apreciar en las

gráficas presentadas en este capítulo, las exportaciones mexicanas no han permanecido constantes o se han incrementado constantemente, cabe citar, la declaración emitida por el director de ProMéxico en 2009 el Lic. Bruno Ferrari, quien afirmó lo siguiente en una entrevista que se le realizó en el periódico el economista:

“La mitad de las empresas exportadoras de México desaparece en un promedio de dos años, una mortandad que muestra un error en las políticas públicas y que los distintos organismos promotores del comercio exterior (...)”

De las 35,445 empresas exportadoras registradas por el gobierno federal durante el 2008, sólo 49.9% habían exportado dos o más años.

“El error es darle dinero a una empresa para que luego exporte sólo una vez; a lo mejor lo que quería era simplemente el dinero.”

(...) casi cuatro de cada cinco de ellas murieron durante ese periodo. Vidrio San Pedro, productora de artesanías de vidrio, ubicada en la ciudad de México, es una de las empresas que han dejado de exportar, tras haberlo hecho por primera vez en el 2004 con apoyo del gobierno federal. (Morales N. R.; 2009; p.32).

Esta declaración coincide con la falta de información veraz que se detectó en esta investigación, una vez que se identificaron en la base de datos de la Secretaría de Economía a las empresas registradas como exportadoras, en la Ciudad de México y área metropolitana al momento de asistir a la dirección señalada ya no existía la empresa en cuestión, o en su defecto no desearon atender la entrevista.

En este contexto, existen diversos autores quienes coinciden que los resultados del TLCUEM, no eran las esperadas; por una parte, Manrique (2016, traducción propia), menciona que las exportaciones mexicanas aumentaron, pero no tan altas como se esperaba porque las empresas mexicanas necesitan mejorar aspectos relacionados con la competitividad y la innovación, así como en tecnología. “(...) El gobierno mexicano podría brindar apoyo financiero e invertir

más en infraestructura o tecnología y necesitaría explorar a nuevos mercados que serían relevantes para la interacción con el mercado europeo”. (p.133) De hecho el autor considera que, “(...) un gran número de empresas europeas utilizan a México como una plataforma para ingresar al mercado norteamericano y no manifiestan un interés real o la intención de invertir en el mercado mexicano y su industria a largo plazo”. (p.133)

Al respecto Lozas (2003), alude que los intentos del presidente Fox de mostrar una imagen nueva y positiva, democrática y segura de México ante la Unión Europea para captar una mayor inversión de este socio comercial, fueron intentos fallidos, ya que considera que no hay comparación de la internacionalización entre las empresas europeas y las empresas mexicanas, de igual manera considera que una gran parte de las exportaciones mexicanas son producto del comercio intra-firma por parte de grandes transnacionales estadounidenses.

Para el gobierno del presidente Calderón, De la Mora (2013) menciona que se presentó una “fatiga de negociaciones comerciales” el uso de los instrumentos de política comercial (negociaciones, desgravación, facilitación y defensa) no pareció tener una estrategia clara.

“La política comercial de México pareció operar en sentidos opuestos, careció de una visión estratégica (...) Por un lado, se implementó la apertura unilateral más profunda en la historia del país, como una manera de elevar la competitividad y eficiencia del sector productivo. Sin embargo, ésta no creó una vinculación efectiva con el sector productivo nacional, pues no promovieron incentivos para desarrollar cadenas de valor o proveedores locales que pudieran sustituir las importaciones de insumos del exterior y así impulsar el crecimiento nacional”. (De la Mora; 2013; p.813).

Posteriormente Velásquez (2014) mencionó que durante el gobierno del presidente Peña, México no tuvo las expectativas deseadas. México perdió densidad industrial. Por ello, las exportaciones no tienen la capacidad de ser la locomotora de crecimiento que arrastre al resto del aparato productivo a una senda robusta de expansión. Citando a este autor “(...) Para avanzar hacia un desarrollo con igualdad

es necesario, además de una reforma fiscal realmente progresiva, elevar el coeficiente de inversión y dedicar más recursos a la innovación, así como canalizar más y mejor el crédito a la actividad productiva”. (p.237)

En este contexto la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2017) hace referencia a que en México sólo determinadas industrias se ven beneficiadas con las “reformas estructurales” que el gobierno mexicano ha implementado.

“Las reformas estructurales han rendido frutos y deben impulsarse más. El gobierno mexicano ha (...) aplicando (...) mayor competencia en el sector energético (electricidad, petróleo y gas) y las telecomunicaciones, al tiempo que faculta a las autoridades de competencia para disuadir la colusión, los monopolios y otras prácticas anticompetitivas. Las empresas más productivas de México tienen un buen desempeño, (...) pero la mayoría de las empresas siguen batallando para lograr mejores resultados con un éxito limitado, lo que causa una dispersión creciente de la productividad.” (OECD,2017, p.40)

Por otro lado, las expectativas que hace el Banco Mundial (2018) en un *Panorama General de México* argumenta que:

“A medida que disminuya la incertidumbre política relacionada con las renegociaciones del TLCAN y con el ciclo político electoral, se espera que el crecimiento de la inversión se acelere (...) Esto debería apoyar un repunte en el crecimiento económico durante el período de pronóstico hacia su tasa de potencial a largo plazo”. (Banco Mundial, 2018, párr.5)

Finalmente si agregamos las condiciones políticas y económicas, como son: la desigualdad de las reformas estructurales, el cambio de gobierno mexicano, la renegociación del TLCAN, que esta inició en agosto del 2017, la cual genera mucha expectativa con el resto de los socios comerciales de México, la informalidad del comercio mexicano, la falta de especialización en sus productos, por mencionar algunos factores que han impedido a México competir con otros países, en los últimos años, no se puede contemplar un panorama favorable para fomentar las exportaciones mexicanas.

Capítulo V Estatus del comercio español

A partir del año 2000 al 2010 el saldo de la balanza comercial de España ha sido deficitario, el saldo se ve reflejado en la siguiente tabla:

*Tabla 5.1 Balanza comercial de España 2000-2010
(Valores en miles de euros)*

Año	Importación	Exportaciones	Saldo
2000	169468	124177.5	-45290.5
2001	173210.1	129771	-43439.1
2002	175267.9	133267.7	-42000.2
2003	185113.7	138119	-46994.7
2004	208410.7	146924.7	-61486
2005	232954.5	155004.7	-77949.8
2006	262687.2	170438.6	-92248.6
2007	285038.3	185023.2	-100015.1
2008	283387.8	189227.9	-94159.9
2009	206116.2	159889.6	-46226.6
2010	239630.1	186458.5	-53171.6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de España; consultado el 2 de junio de 2012
<<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t41/a121/a1998/I0/&file=x1002.px&type=pcaxis&L=0>>

Actualizando esta información los datos son los siguientes:

*Tabla 5.1.1 Balanza comercial de España 2011-2018
(Valores en miles de euros)*

Año	Importación	Exportaciones	Saldo
2011	263140.7	215230.4	-47910.3
2012	257945631.01	226114593.97	-31831037
2013	252346775.23	235814069.04	-16532706.19
2014	265556606.87	240581830.22	-24974776.65
2015	274772330.22	249794415.65	-24977914.57
2016	273778599.40	256393380.08	-17385219.32
2017	302431158.46	276142906.54	-26288251.92
2018	318863932.77	285023922.40	-33840010.37

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de España; consultado 12/08/2019
<<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t41/a121/a1998/I0/&file=x1002.px&type=pcaxis&L=0>>

5.1 Principales exportaciones de España.

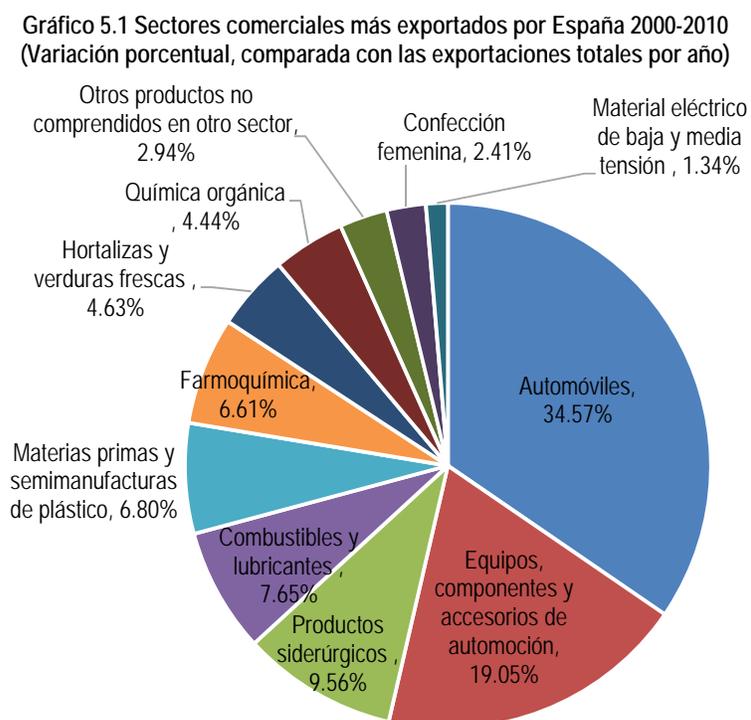
La siguiente tabla muestra los sectores comerciales más exportados por España, durante el periodo 2000 al 2010:

Tabla 5.2 Sectores comerciales más exportados por España 2000-2010
(Variación porcentual, comparada con las exportaciones totales por año)

Orden	Productos:	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Automóviles	17.6	17.2	16.5	17.1	17	15.3	14.7	15.1	13.8	13.5	12.6
2	Equipos, componentes y accesorios de automoción	8.8	8.7	8.9	9.1	9.2	9.1	9.1	8.7	7.8	7.2	7.3
3	Productos siderúrgicos	3.7	3.4	3.3	3.3	4	4.2	4.5	5.2	5.9	4.4	5.2
4	Combustibles y lubricantes	3.6	2.8	2.1	2.4	2.9	3.4	3.7	3.7	4.9	3.7	4.5
5	Materias primas y semimanufacturas de plástico	2.9	2.9	2.8	2.8	2.9	3.2	3.2	3.3	3.1	3	3.4
6	Farmoquímica	1.4	1.7	2.5	2.3	2.3	3.1	3.2	3.5	3.7	4.5	4.4
7	Hortalizas y verduras frescas	2	2.2	2.3	2.3	2.1	2.1	1.9	1.8	1.8	2.3	2
8	Química orgánica	2	2	2	2.1	2	2.1	2	2.1	1.8	1.8	2
9	Otros productos no comprendidos en otro sector					1.5	1.5	1.8	2	2.3	2.6	2.8
10	Confección femenina	1.1	1.2	1.4	1.5					1.9	2.5	2.3
11	Material eléctrico de baja y media tensión					1.5	1.6	1.7	1.8			

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; 2003; 2007 y 2011; consultado de: http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp el 23/05/2012

En la siguiente gráfica se logra apreciar mejor los productos más exportados:



Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; 2003; 2007 y 2011; consultado de: http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_muultiselect.jsp el 23/05/2012

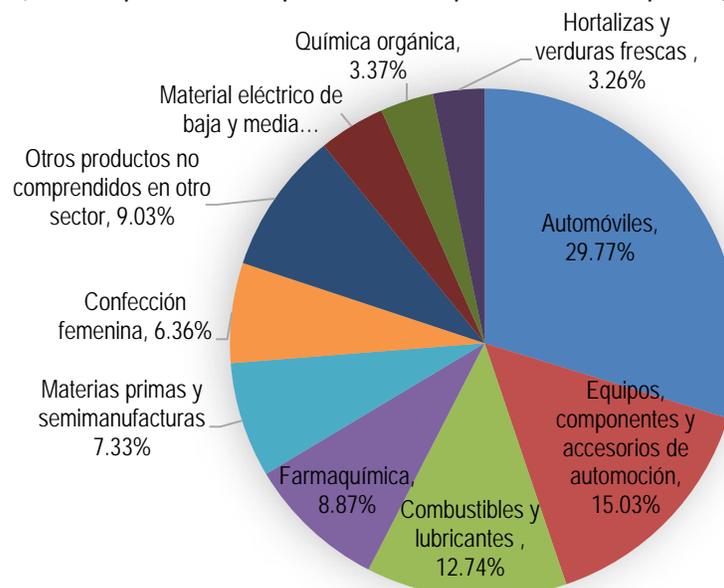
Las tablas y graficas anteriores permiten identificar las exportaciones españolas, han sido muy inestables, pues hay productos que sólo se exportaron en determinados periodos, por ejemplo: confección femenina y material eléctrico de baja y media tensión, no obstante, a diferencia de las exportaciones mexicanas existe una mayor diversidad y existen productos destinados al consumidor final.

*Tabla 5.2.1 Sectores comerciales más exportados por España 2011-2018
(Variación porcentual, comparada con las exportaciones totales por año)*

Orden	Productos	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Automóviles	12.6	10.6	11.6	12.3	14.1	15.5	15.3	14.8
2	Equipos, componentes y accesorios de automoción	7.1	6.7	6.6	6.6	6.8	6.8	6.6	6.7
3	Combustibles y lubricantes	5.4	7.2	6.5	7	4.6	3.7	5.3	6
4	Farmaquímica	4.2	4.4	4.1	3.9	4.1	3.8	3.7	3.6
5	Materias primas y semimanufacturas	3.3	3.2	3.2	3.4	3.4	3.2	3.3	3.3
6	Confección femenina	2.4	2.5	2.7	2.8	3	3.1	3.2	3.1
7	Otros productos no comprendidos en otro sector	3.2	4.4	4.2	4	2.9	2.5	2.3	8.9
8	Material eléctrico de baja y media tensión	1.6	1.8	1.9	2	2	1.9	1.9	2.1
9	Química orgánica	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.3	1.4	1.4
10	Hortalizas y verduras frescas	1.7	1.8	1.9	3		1.1	1.1	1.1

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español;2; consultado de: <http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp> el 20/08/2019

**Gráfico 5.1.1 Sectores comerciales más exportados por España 2011-2018
(Variación porcentual, comparada con las exportaciones totales por año)**



Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español;
<http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp> el 20/08/2019 62

5.2 Principales países destino de la exportación española

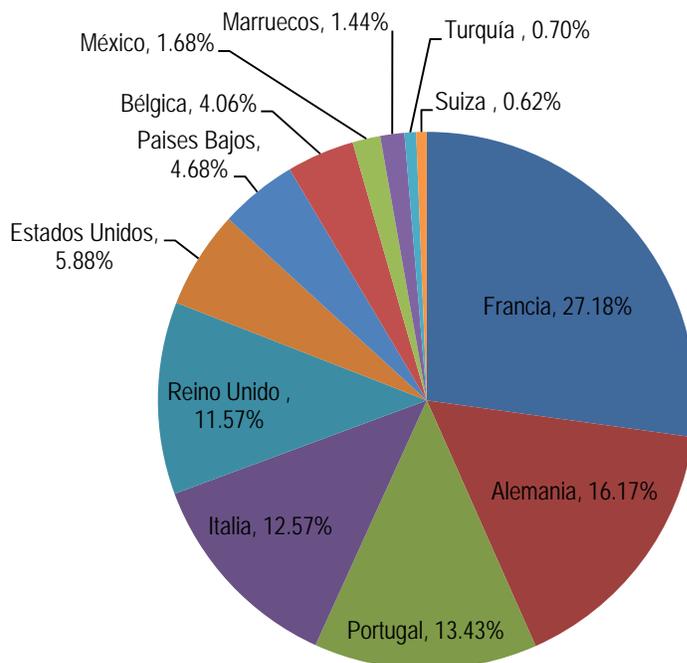
Tabla 5.3 Principales países destino de la exportación española 2000-2010
(Representación en porcentaje comparado con las exportaciones totales anuales)

Orden	País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Francia	19.4	19.5	19	19.2	19.4	19.2	18.7	18.8	18.2	19.3	18.2
2	Alemania	12.3	11.8	11.5	11.9	11.6	11.4	10.9	10.8	10.5	11.1	10.5
3	Portugal	9.5	10.2	10.2	9.6	9.8	9.6	8.9	8.6	8.8	9.2	8.8
4	Italia	8.7	9	9.4	9.7	9	8.4	8.5	8.9	8	8.2	8.8
5	Reino Unido	8.2	9	9.7	9.3	9	8.4	8	7.7	7.1	6.3	6.2
6	Estados Unidos	4.9	4.4	4.3	4.1	3.9	4.1	4.4	4	4	3.6	3.5
7	Países Bajos	3.7	3.5	3.2	3.4	3.3	3.1	3.3	3.3	3.1	3	3.1
8	Bélgica	2.7	2.9	2.6	3	3	2.8	2.9	2.8	3	2.7	2.8
9	México	1.2	1.5	1.8	1.6	1.6	1.7	1.8	1.7			
10	Marruecos	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.4	1.5	1.7			
11	Turquía									1.6	1.8	2

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; 2003;2007 y 2011; consultado de: <http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp> el 23/05/2012

La representación porcentual de estos países se muestra en la siguiente gráfica:

Gráfico 5.2 Principales países destino de la exportación española 2000-2010



Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; 2003;2007 y 2011; consultado de: <http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_mu> el 23/05/2012

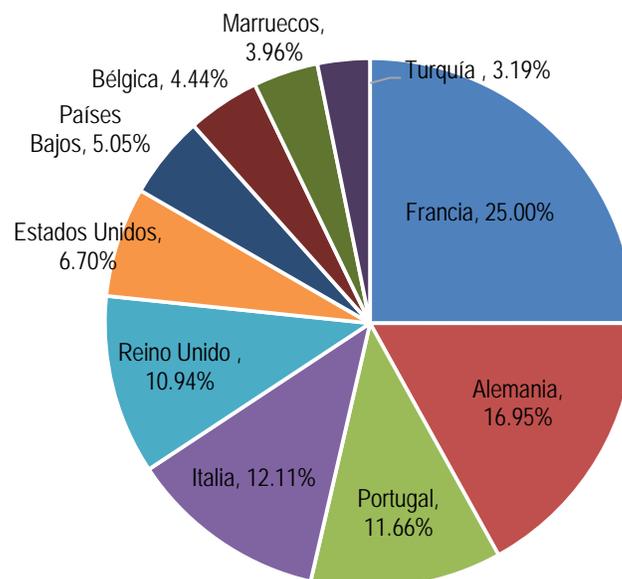
Retomando lo referido en el marco teórico, el comercio se desarrolla en las naciones más cercanas, en el caso de España los principales países destino de sus exportaciones, fueron los países que tiene más cerca geográficamente, como son: Francia, Alemania, Portugal e Italia; mientras que los países que están más lejos geográficamente, dejaron de figurar como los principales países destino en el periodo del 2008 al 2010, como son Marruecos y México, en el caso de este último dejó de figurar en esta lista a partir del 2008.

*Tabla 5.3.1 Principales países destino de la exportación española 2011-2018
(Representación en porcentaje)*

Orden	País	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Francia	17.3	16.2	16.1	15.7	15.5	15.2	15	15.1
2	Alemania	10.3	10.6	10.1	10.4	10.8	11.4	11.1	10.8
3	Portugal	8.2	7	7.3	7.4	7.2	7	7.3	7.4
4	Italia	8.2	7.4	7	7.2	7.4	7.9	8	8
5	Reino Unido	6.6	6.3	6.8	6.9	7.3	7.8	6.8	6.7
6	Estados Unidos	3.7	4	3.7	4.4	4.6	4.4	4.5	4.5
7	Países Bajos	2.9	3.1	2.9	3.2	3.2	3.2	3.5	3.5
8	Bélgica	2.8	2.8	2.6	2.5	2.6	3.2	3	2.9
9	Marruecos	1.9	2.3	2.3	2.4	2.5	2.8	2.9	2.9
10	Turquía	2.1	2.1	2	2.1	2	2	2.1	1.7

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; consultado de: http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp el 20/08/2019

Gráfico 5.2.1 Principales países destino de la exportación española 2011-2018



Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; consultado de: http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp el 20/08/2019

5.3 Principales sectores comerciales más importados por España

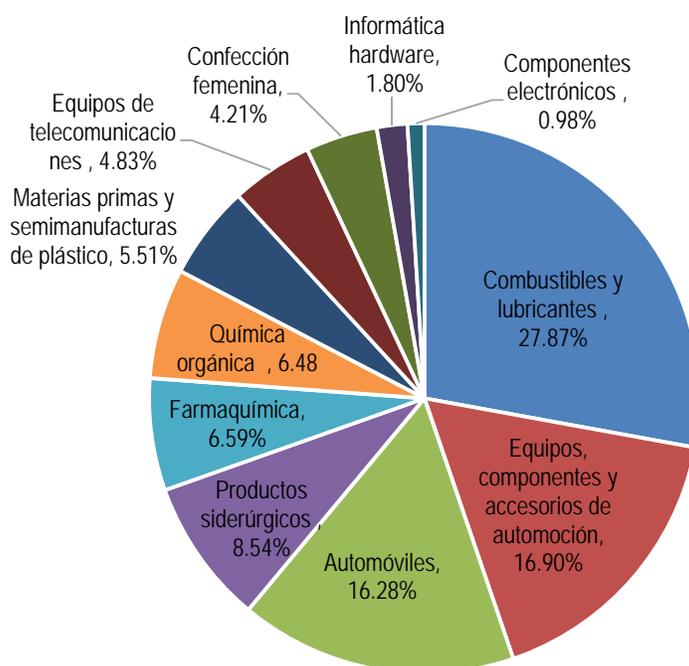
Durante el periodo de 2000 al 2010 los sectores más importados por España fueron:

Tabla 5.4 Sectores comerciales más importados por España 2000-2010
(Representación en porcentaje, comparadas con las importaciones totales por año)

Orden	Productos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Combustibles y lubricantes	12	11.1	10.6	10.1	10.9	13.6	15.2	14.4	18.7	15.8	17.7
2	Equipos, componentes y accesorios de automoción	9.6	9.2	9.5	9.7	9.1	7.6	7.4	7.7	6.6	7.3	7.3
3	Automóviles	8.7	8.9	8.7	9.1	9.9	9.3	8.7	8.9	6.4	4.9	4.2
4	Productos siderúrgicos	3.6	3.6	3.6	4	4.6	4.3	4.8	5.2	4.9	3.4	4
5	Farmaquímica	2	2.5	3.1	3.2	3	2.9	2.7	2.9	3.4	5.3	4.5
6	Química orgánica	2.7	2.7	3	3	2.8	2.8	7	2.5	2.5	2.9	3
7	Materias primas y semimanufacturas de plástico	2.7	2.7	2.9	2.9	2.8	2.8	2.7	2.6	2.4	2.6	2.6
8	Equipos de telecomunicaciones	3.4	2.7	2.2	2.3	2.5	2.5	2.3	2.1	1.9	2.1	2
9	Confección femenina	1.3	1.5	1.7	1.8	1.9	2	2.1	2.1	2.4	3	2.9
10	Informática hardware	2.7	2.5	2.2	2.3							
11	Componentes electrónicos					1.1	0.9	1.3	2			

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; 2003;2007 y 2011; consultado de: <http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp> el 23/05/2012

Gráfico 5.3 Sectores comerciales más importados por España 2000-2010



Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; 2003;2007 y 2011; consultado de: <http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp> el 23/05/2012

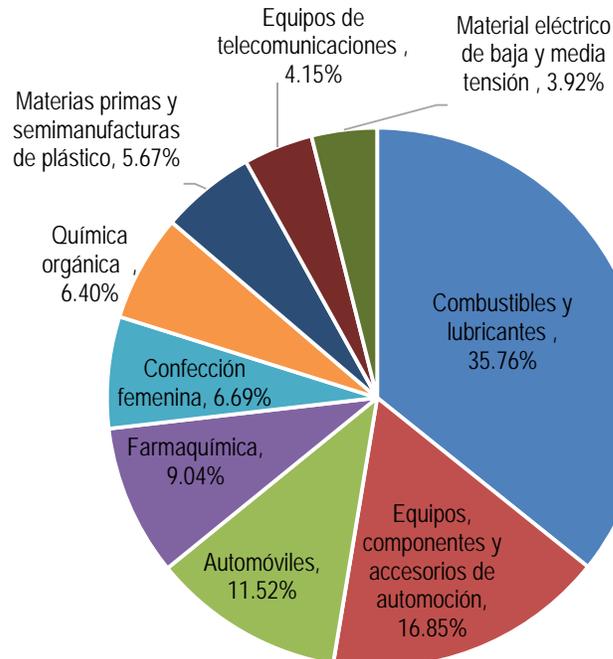
Durante el periodo del 2011 al 2018 los sectores más importados por España fueron los siguientes:

Tabla 5.4.1 Sectores comerciales más importados por España 2011-2018 (Representación en porcentaje, comparadas con las importaciones totales por año)

Orden	Productos	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Combustibles y lubricantes	20.7	23.4	22.1	19.9	13.4	10.5	12.6	14.3
2	Equipos, componentes y accesorios de automoción	7.5	7	8	8.4	8.9	8.8	8.1	7.8
3	Automóviles	4.3	3.6	3.9	4.9	6.3	7.1	7	7
4	Farmaquímica	4.1	4.3	4.3	4.3	4.8	4.6	4.1	4.1
7	Confección femenina	2.8	2.8	2.9	3.1	3.4	3.7	3.5	3.4
6	Química orgánica	3	3	3.3	3.2	3.1	3	2.9	3
8	Materias primas y semimanufacturas de plástico	2.5	2.5	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	2.9
9	Equipos de telecomunicaciones	2	1.8	1.9	2	2.2	2.1	1.9	2
10	Material eléctrico de baja y media tensión	1.6	1.6	1.7	1.8	2	2.1	2.1	2.1

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; consultado de: <http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp> el 20/08/2019

Gráfico 5.3.1 Sectores comerciales más importados por España 2001-2018



Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; consultado de:
http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp el 20/08/2019

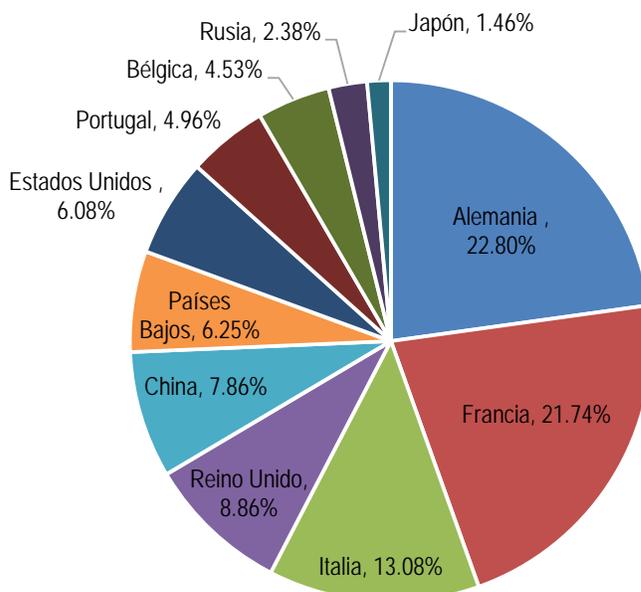
5.4 Principales países origen de la importación española

Tabla 5.5 Principales países origen de la importación española 2000-2010
 (Representación en porcentaje)

Orden	País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Alemania	14.8	15.5	16.1	16.3	16	14.7	14.2	15.3	13.9	13.4	11.7
2	Francia	17.1	16.7	16.4	16.1	15.3	14.1	12.8	12.3	11.1	11.7	10.8
3	Italia	8.9	9.2	9.1	9.1	9.1	8.5	8.3	8.7	7.7	7.2	7.1
4	Reino Unido	7.1	7	6.5	6.4	6.1	5.7	5.1	5	4.6	4.8	4.6
5	China	2.8	2.9	3.3	3.6	4.1	5	5.5	6.5	7.2	7	7.9
6	Países Bajos	3.8	3.9	3.9	4	4.1	4	4	4	3.8	4.5	4.4
7	Estados Unidos	5.2	4.5	4.1	3.7	3.6	3.2	3.3	3.5	4	4.1	4
8	Portugal	2.7	2.8	3.1	3.2	3.3	3.2	3.2	3.3	3.3	3.6	3.5
9	Bélgica	3.2	3.3	3.2	3	3.1	3	2.9	2.8	2.5	2.7	2.5
10	Rusia					1.8	2.2	2.8	2.8	2.6	2.2	2.5
11	Japón	2.9	2.5	2.4	2.6							

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; 2003; 2007 y 2011; consultado de:
http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp el 23/05/2012

Gráfica 5.3 Principales países origen de la importación española 2000-2010



Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; 2003;2007 y 2011; consultado de:
http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp el 23/05/2012

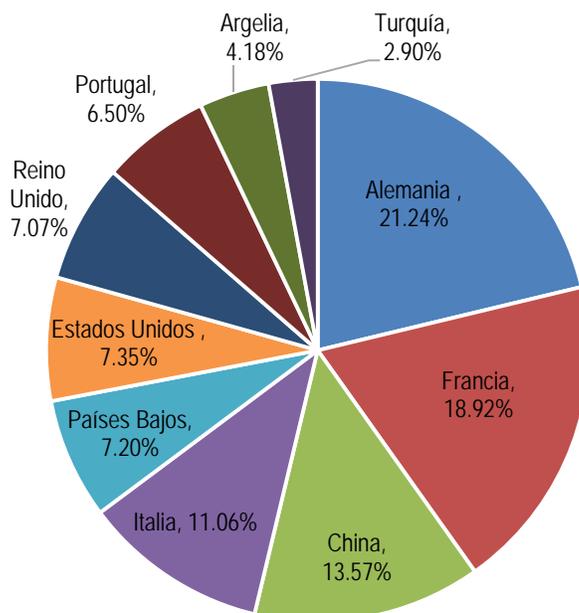
Se puede observar que México no figura dentro de los principales países origen de la importación española, ni en el periodo del 2011 al 2018, para este último periodo, los principales países origen de las importaciones españolas fueron:

*Tabla 5.5.1 Principales países origen de la importación española 2011-2018
(Representación en porcentaje)*

Orden	País	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Alemania	11.8	10.9	11.2	12.2	13.1	13.4	12.8	12.6
2	Francia	10.9	10.6	10.8	11	10.9	11.3	11	10.8
3	China	7.1	6.9	6.9	7.5	8.6	8.7	8.5	8.4
4	Italia	6.6	6.3	5.9	6	6.3	6.6	6.7	6.6
5	Países Bajos	4.1	4.4	4	4	4.2	4.3	4.1	4.1
6	Estados Unidos	4.1	3.8	4.1	3.9	4.7	4.7	4.5	4.1
7	Reino Unido	4.2	4.1	4	4.2	4.6	4.1	3.8	3.6
8	Portugal	3.5	3.5	3.9	3.8	4	4	3.7	3.6
9	Argelia	2.2	2.7	3.7	3.4	2.4	1.7	1.7	1.5
10	Turquía	1.3	1.3	1.5	1.5	1.7	1.9	2	2.2

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; consultado de: http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp el 21/08/2019

Gráfica 5.3.1 Principales países origen de la importación española 2011-2018



Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; consultado de: http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp el 21/08/2019

Capítulo VI Comercio bilateral entre México y España

6.1 Balanza comercial de México respecto a España

El saldo de la balanza comercial de México respecto a España ha reflejado un saldo negativo, es decir se importa más de lo que se exporta, durante el periodo del 2000 al 2010, periodo de investigación se puede apreciar que sólo en el año del 2000 y 2010 se obtuvo un saldo positivo

Tabla 6.1 Balanza comercial de México con España
1999 a 2010

Valores en miles de dólares

Año	Exportaciones	Importaciones	Comercio Total	Balanza Comercial
1999	951,797	1,321,824	2,273,621	-370,027
2000	1,513,026	1,430,014	2,943,040	83,012
2001	1,287,599	1,827,396	3,114,995	-539,797
2002	1,393,736	2,223,866	3,617,602	-830,130
2003	1,512,434	2,287,969	3,800,403	-775,535
2004	2,026,906	2,852,573	4,879,479	-825,667
2005	2,954,097	3,324,588	6,278,685	-370,491
2006	3,270,119	3,638,168	6,908,287	-368,049
2007	3,583,743	3,833,388	7,417,131	-249,645
2008	4,447,255	4,056,938	8,504,193	390,317
2009	2,392,852	3,004,042	5,396,894	-611,190
2010	3,678,135	3,232,306	6,910,441	445,829

¹ nota: Las estadísticas están sujetas a cambio

Fuente: Secretaría de Economía recuperado de <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria> consultado el 11 de marzo de 2012.

En el siguiente periodo analizado del 2011 al 2018 nuevamente se refleja un saldo deficitario, los cuales podemos apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 6.1.1 Balanza comercial de México con España
2011 a 2018

Valores en miles de dólares

Año	Exportaciones	Importaciones	Comercio Total	Balanza Comercial
2011	4,870,053	3,843,218	8,713,271	1,026,835
2012	7,075,117	4,081,091	11,156,208	2,994,026
2013	6,962,185	4,311,064	11,273,249	2,651,121
2014	5,787,564	4,753,322	10,540,886	1,034,242

2015	3,294,883	4,554,462	7,849,345	-1,259,579
2016	3,267,607	4,456,051	7,723,658	-1,188,444
2017	4,239,635	5,006,623	9,246,258	-766,988
2018	5,303,721	5,520,226	10,823,947	-216,505

Fuente: Secretaría de Economía recuperado de <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria> consultado el 13 /08/ 2019.

6.2 Comportamiento de las exportaciones mexicanas a España

El hecho de tener un saldo deficitario en la balanza comercial implica que México ha importado más productos de los que ha exportado, lo que permite inferir que el país que ha aprovechado más el TLCUEM es España, pues sus exportaciones hacia México se han incrementado o en su defecto han permanecido constantes, a partir de la entrada en vigor del tratado de libre comercio referido. Para complementar mejor este análisis es importante destacar cual ha sido el comportamiento de las exportaciones mexicanas las cuales se pueden observar en las siguientes tablas y gráficas:

*Tabla 6.2 Exportaciones de México a España 1999-2010
Valores en Millones de dólares*

Año	Exportación	Variación %
1999	943,013	
2000	1,502,995	59.382
2001	1,270,685	-15.456
2002	1,393,731	9.683
2003	1,512,428	8.516
2004	2,026,901	34.016
2005	2,954,092	45.744
2006	3,270,114	10.698
2007	3,689,796	12.834
2008	4,232,896	14.719
2009	2,507,821	-40.754
2010	3,838,046	53.043

Nota 1: Las estadísticas están sujetas a cambio, en particular las más recientes

Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Economía recuperado de <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria> consultado el 11 de marzo de 2012



Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Economía recuperado de <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria> consultado el 11 de marzo de 2012

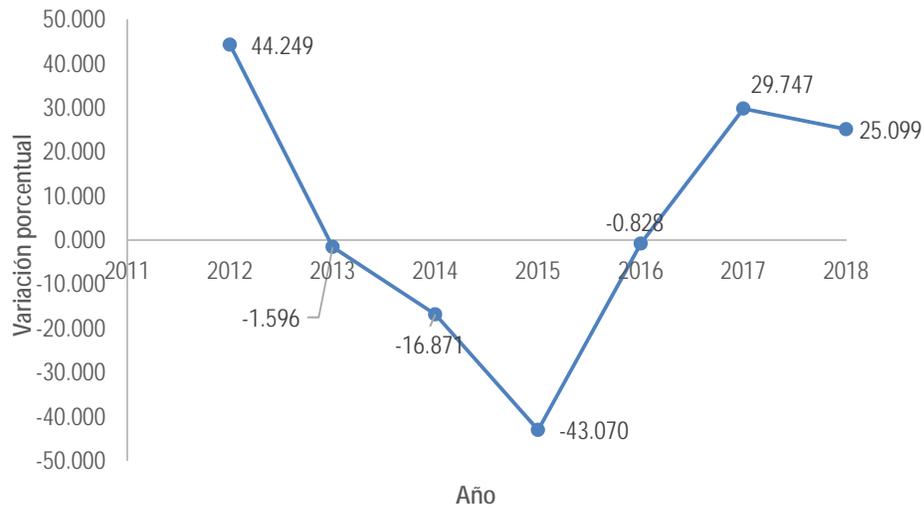
Actualizando estos datos, podemos apreciar que las exportaciones mexicanas siguen reflejando inestabilidad, incluso existen periodos en los que reflejan una baja muy notoria, la cual se puede apreciar mejor en la tabla 6.2.1 y en el gráfico 6.1.1

*Tabla 6.2.1 Exportaciones de México a España 2011-2018
Valores en Millones de dólares*

Año	Exportación	Variación %
2011	4,904,780	
2012	7,075,117	44.249
2013	6,962,185	-1.596
2014	5,787,564	-16.871
2015	3,294,883	-43.070
2016	3,267,607	-0.828
2017	4,239,635	29.747
2018	5,303,721	25.099

Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Economía recuperado de <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria> consultado el 13 /08/ 2019

Gráfica 6.1.1 Exportaciones de México a España 2011-2018



Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Economía recuperado de <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria> consultado el 13/08/2019

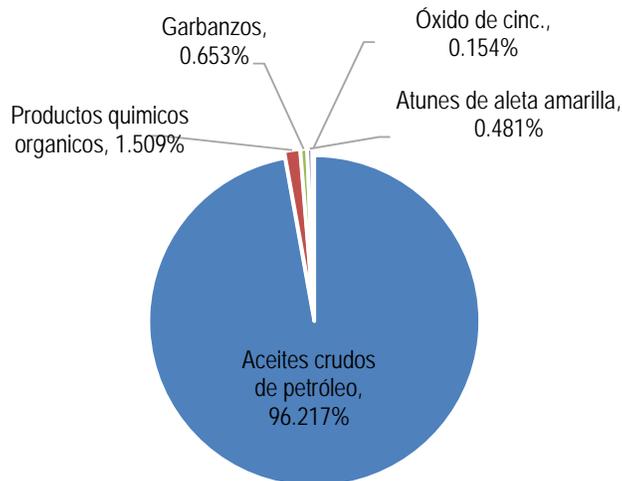
Consecutivamente se identificaron las fracciones arancelarias más exportadas de México a España, estas exportaciones se pueden ver en las siguientes tablas:

Tabla 6.3. Productos más exportados de México a España 2000-2010

Orden	Producto
1	27090090: Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos (excepto condensados de gas natural)
2	99900000: Mercancías no especificadas suficientemente.
3	07132000: Garbanzos secos desvainados, incluso mondados o partidos.
4	22030001: Cerveza de malta en botellas de contenido no superior a 10 litros. -posición sin obligación de expresar peso-
5	90189085: Los demás instrumentos y aparatos (excepto los demás instrumentos y aparatos para medir la presión arterial, endoscopios, riñones artificiales, aparatos de diatermia, de transfusión, de anestesia, lito trituradores de ultrasonidos y aparatos para la estimulación neural).
6	29189090: Ácidos carboxílicos con función oxigenada suplementaria y anhídridos; halogenuros; peróxidos y peroxiácidos; sus derivados halogenados; sulfonados; nitrados o nitrosados (salvo ácidos carboxílicos) con función: alcohol fenol, aldehído o CE
7	84099100: Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a los motores de embolo de encendido por chispa de las partidas 84.07 u 84.08 (excepto motores para la aviación).
8	26131000: Minerales de molibdeno y sus concentrados, tostados.
9	29012190: Etileno no saturado (excepto el que se destine a su utilización como carburante o combustible)
10	85119000: Partes para aparatos y de dispositivos electrónicos de encendido o de arranque, para motores de encendido por chispa o por compresión.
11	03034212: Atunes de aleta amarilla (Rabiles) (Thunnus Albacares), enteros, congelados, de peso superior a 10 Kg. por unidad, destinados a la fabricación industrial de productos de la partida 16.04, con exclusión de los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04, y de los hígados, huevas y lechas.

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; 2003; 2007 y 2011; consultado de: <http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp> el 23/05/2014

Gráfica 6.2 Principales fracciones arancelarias más exportadas por México a España de 2000 a 2010



Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Economía http://www.economia-snci.gob.mx/sic_php/pages/estadisticas/mexicojun2011/G7ppx_e.html y Cámara Oficial Española de Comercio de México A.C. <<http://www.camescom.com.mx/info/mx/pagina07.htm>> Actualizada en marzo

Diversos autores como Agosin M. (2012), Samen S. (2010), Vinesh Sannassee R., Seetanah B.; John Lamport M. (2014) y González J., Gómez C., Zamora A, Celaya R. y Lenin J. (2014), aluden que el crecimiento económico de una entidad no depende únicamente del volumen o el nivel de las exportaciones sino también de la diversificación de estas. De igual manera, en las teorías planteadas en el marco teórico de esta investigación indican que para que exista un crecimiento económico debe de existir una especialización en los productos que se elaboran o que se desean comerciar.

Por lo tanto, si existe una correlación muy estrecha entre el crecimiento económico y la diversidad de las exportaciones, habría que contemplar esta área de oportunidad, ya que la gráfica anterior muestra claramente que México no tiene una amplia variedad de productos exportados hacia la nación española por el contrario, la exportación más fuerte es sólo un artículo que son los aceites crudos de petróleo, sin agregar ningún valor.

Actualizando los datos, se puede observar que, efectivamente se aumentó la diversidad de los productos exportados, sin embargo, los productos que se siguen exportando son productos que no tienen *innovación*, como se ha referido con anterioridad, para obtener un mayor beneficio de los productos que intercambiamos hay que especializarse en su producción o innovar el producto, lamentablemente, la tabla 6.3.1 y la gráfica 6.2.1 revelan que los productos exportados por México no son destinados a un consumidor final, es decir, son productos que serán innovados o serán el complemento de otra mercancía.

Durante el periodo de 2011 al 2018 las principales exportaciones de México a España fueron:

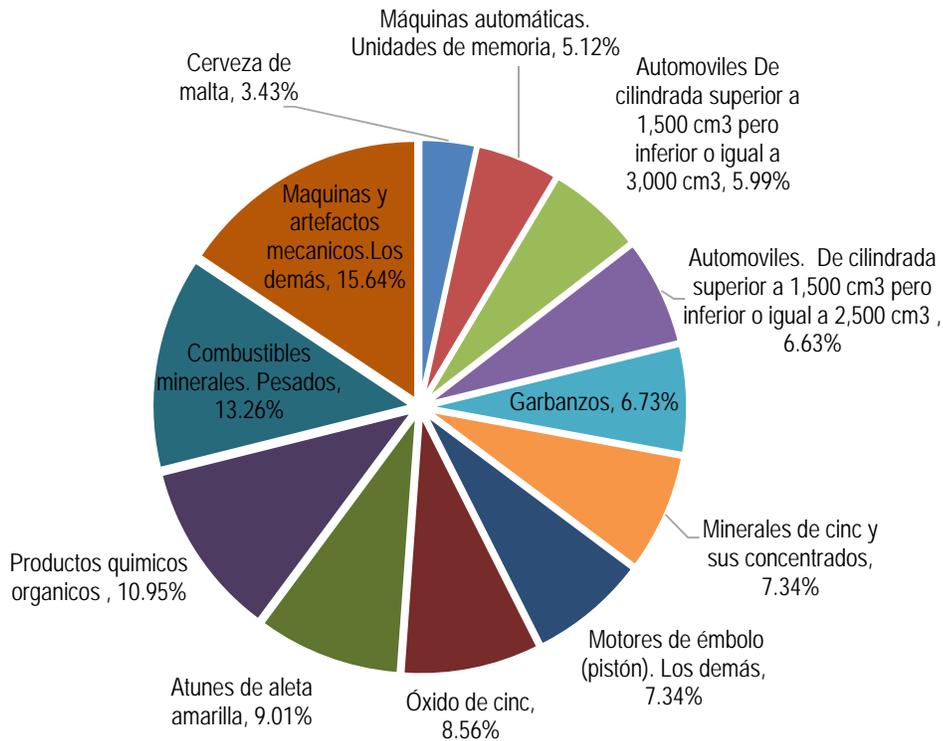
Tabla 6.3.1 Principales productos exportados de México a España 2011-2018

Orden	Producto
1	27090090: Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos (excepto condensados de gas natural)
2	90189084: (Aparatos Médico-Quirúrgicos) Los más instrumentos y aparatos (excepto instrumentos y aparatos para medir la presión arterial, endoscopios riñones artificiales, aparatos de diatermia, de transfusión, de anestesia, aparatos para estimulación neural)
3	84099100: Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a los motores de embolo de encendido por chispa de las partidas 84.07 u 84.08 (excepto motores para la aviación).
4	07132000: Garbanzos secos desvainados, incluso mondados o partidos.
5	29173600: Acido tereftálico y sus sales
6	28170000: Oxido se cinc; peróxido de cinc.
7	03034290: Atunes de aleta amarilla (Rabiles) (Thunnus Albacares), congelados, exclusión de los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04, y de los hígados, huevas y lechas y los destinados a la fabricación industrial de productos de la partida 16.04.
8	84073499: Motores de embolo o alternativo o rotativo, encendido por chispa (motores de explosión) del tipo de los utilizados para propulsión vehículos capítulo 87, nuevos cilindrada mayor 1,500 CM3 (excepto destinados industria de montaje; de motocultores subpartida 8701.10; de vehículos automóviles partidas: 87.03;87.04 con motor cilindrada menor 2,800 CM3; para motocicleta y demás ciclos)
9	22089075: Tequila en recipientes de contenido superior a 2 litros.
10	40021910: Caucho Estireno-Butadieno producido por polimerización en emulsión (E-SBR), en balas.
11	90183900: Catéteres, cánulas e instrumentos similares (excepto jeringas y agujas).

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; 2019; consultado de: http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp el 23/08/2019

Lamentablemente, lo que más se exporta México a la nación española son productos sin valor agregado y no productos terminados y los aceites crudos de petróleo siguen siendo el producto más exportado por México.

Gráfica 6.2.1 Principales fracciones arancelarias más exportadas por México a España del 2011 al 2018



Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Economía http://www.economia-snci.gob.mx/sic_php/pages/estadisticas/mexicojun2011/G7ppx_e.html y Cámara Oficial Española de Comercio de México A.C. <<http://www.camescom.com.mx/info/mx/pagina07.htm>> consultado el 12/08/2019.

6.3 Principales exportaciones españolas a México

Tabla 6.3 Principales exportaciones de España a México 2000-2010

Orden	Producto
1	87032319: Coches de turismo y demás vehículos automóviles proyectados principalmente para transporte de personas, incluido vehículos tipo familiar y de carreras, con motor de embolo alternativo, de encendido por chispa, cilindrada mayor a 1,500 CM3, pero menor o igual a 3,000 M3, nuevos (excepto los especialmente proyectados para desplazarse sobre nieve o en terrenos de golf, vehículo similar y auto-caravanas)
2	27101145: Gasolinas para motores con un contenido en plomo igual o inferior a 0.013g. Por litro, con un octanaje (RON) inferior a 95, que se destinen a otros usos (exceptuando las destinadas a un tratamiento definido o a una transformación química mediante un tratamiento distinto a los de las gasolinas especiales y gasolinas de aviación)
3	49019900: Libros, folletos e impresos similares (excepto en hojas sueltas, incluso pegadas y diccionarios y enciclopedias incluso en fascículos)
4	87089998: Partes y accesorios vehículo automóvil (salvo de acero estampado, carrocería (incluida cabina); barra estabilizadora, de torsión o destinada industria montaje de motocultor de vehículo automóvil, con motor de embolo encendido por: compresión, diésel o semidiesel, cilindrada menor o igual 2,500 CM3, chispa, cilindrada 2,800 CM3)
5	27101141: Aceites pesados, gasóleo, con un contenido en azufre inferior o igual al 0.05%, que se destinen a otros usos.
6	87089997: Las demás partes y accesorios de automóviles de las partidas 87.01 a 87.05 (exceptuando las de acero estampado)

- 69089091: Baldosas y losas, de gres para pavimentación o revestimiento, barnizadas o esmaltadas
- 7 (exceptuando baldosas dobles del tipo spaltplatten, y baldosas, cubos, dados y artículos similares de cualquier forma en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadro de lado inferior a 7cm)
- 26209990: Cenizas y residuos (excepto los de la siderurgia) que contengan metal o compuestos metálicos (excepto que contengan cinc, plomo, cobre, aluminio, arsénico, mercurio, talio o sus
- 8 mezclas, de los tipos utilizados para la extracción de arsénico o de estos metales o para la fabricación de sus compuestos químicos, antimonio, berilio, cadmio, cromo o sus mezclas, níquel, niobio o tántalo, volframio, estaño, molibdeno, titanio, cobalto y circonio)
- 26209995: Cenizas y residuos (excepto los de las siderurgias) que contengan metal o compuestos metálicos (excepto que contengan cinc, plomo, cobre, aluminio, arsénico, mercurio, talio o sus
- 9 mezclas, de los tipos utilizados para la extracción de arsénico o de estos metales o para la fabricación de sus compuestos químicos, antimonio, berilio, cadmio, cromo o sus mezclas, níquel, niobio o tántalo, estaño, titanio)
- 10 94060031: Invernaderos prefabricados de hierro o de acero
- 11 88023000: Aviones y demás partes accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05 (excepto acero estampado)

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; País México; 2003;2007 y 2011; consultado de: <http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp> el 23/05/2014

Durante el periodo de 2011 al 2018 los productos más exportados por España a México fueron:

Tabla 6.1.1 Principales exportaciones de España a México 2011-2018

Orden	Producto
1	87032319: Coches de turismo y demás vehículos automóviles proyectados principalmente para transporte de personas, incluido vehículos tipo familiar y de carreras, con motor de embolo alternativo, de encendido por chispa, cilindrada mayor a 1,500 CM3, pero menor o igual a 3,000 M3, nuevos (excepto los especialmente proyectados para desplazarse sobre nieve o en terrenos de golf, vehículo similar y auto-caravanas)
2	85023100: Grupos de electrógenos de energía eólica (excepto con motor de embolo de encendido por compresión o por chispa)
3	84073499: Motores de embolo alternativo o rotativo, encendido por chispa (motores de explosión) del tipo de los utilizados para propulsión vehículos capítulo 87, nuevos, cilindrada mayor 1500 CM3 (excepto destinados industria de montaje: de motocultores subpartida 8701.10: de vehículos automóviles partidas:87.03,87.04 con motor cilindrada menor 2800 CM3, para motocicleta y demás ciclos)
4	87089997: Las demás partes y accesorios de automóviles de las partidas 87.01 a 87.05 (exceptuando las de acero estampado)
5	49019900: Libros, folletos e impresos similares (excepto en hojas sueltas, incluso pegadas y diccionarios y enciclopedias incluso en fascículos)
6	3004900: Medicamentos (con exclusión de los productos de las partidas 30.02,30.05 ó 30.06) constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los administrados por vía transdérmica) o acondicionados para venta al por menor (excepto que contengan antibióticos o derivados, hormonas u otros productos de la partida 29.37, alcaloides o sus derivados, vitaminas u otros productos de la partida 29.36)
7	87032210: Coches de turismo y demás vehículos automóviles proyectados principalmente para transporte de personas, incluido vehículos tipo familiar y de carreras, con motor de embolo alternativo, de encendido por chispa, cilindrada mayor a 1,000 CM3, pero menor o igual 1500 CM3, nuevos (salvo los de la partida 87.02, los especialmente proyectados para desplazarse sobre nieve o en terrenos de golf y vehículos similares).
8	22082029: Los demás aguardientes de vino o de urojo de uvas, en recipientes de contenido inferior o igual a 2 litros (excepto coñac, armañac, grappa y brandy de jerez)
9	33030090 -- Aguas de tocador.

- 10 85030099: Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a las máquinas de las perdidas 85.01 u 85.02 (excepto coladas o moldeadas, de fundición, de hierro o de acero y zunchos no magnéticos)
 - 11 (DESDE 01.01.11) Barcos de pesca; barcos factoría y demás barcos para el tratamiento o la preparación de conservas de productos de la pesca, para la navegación marítima
-

Fuente: Elaboración propia con base en: Análisis del Comercio Exterior Español; País México; 2019; consultado de: <http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp> el 23/08/2019

Por otro lado, de acuerdo con el INEGI para el 2010 existían 4,331,202 establecimientos manufactureros, en México y para el 2018 se habían incrementado a 5 095 953 establecimientos, estos datos permiten magnificar el gran número de empresas manufactureras existentes en nuestro país, regularmente son empresas extranjeras que se establecen en el territorio nacional, con la finalidad de utilizar mano de obra a un bajo costo. Como se ha mencionado, lo ideal es que la producción de México sean productos terminados y no productos a los que se les agregue un poco de valor y posteriormente sean exportados. Así lo idóneo sería que en lugar de seguir incrementando las empresas que sólo le agreguen un poco de valor al producto, se deberían de incrementar las empresas que elaboren productos dirigidos al consumidor final.

Finalmente, se tuvo, la oportunidad de realizar diversos proyectos en varias de estas empresas, en el estado de Chihuahua; las características que logró percibir es que son empresas grandes con una planeación y organización administrativa definida y la constitución de la empresa (sucursal matriz) está en otro país, en esta investigación se detectó que la mayoría de las empresas son multinacionales, es decir cuentan con una sucursal en algún otro país, lo que me permite suponer que en las importaciones mexicanas a nación española se hacen intrafirma.

Capítulo VII Resultados de la investigación

Se encontró bastante información para realizar esta investigación, no obstante, también se encontraron muchas limitantes tales como: falta de información veraz en algunas bases de datos, debido a que se detectó, que muchas empresas no registran la situación real de sus actividades con la finalidad de evadir impuestos; otra limitante es que muchas empresas no desearon responder a la entrevista solicitada o tardaron mucho tiempo en responder.

De las bases de datos de la Secretaría de Economía, Bancomext, ProMéxico y la Bolsa Mexicana de Valores; se identificaron a 187 empresas exportadoras ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana (ver anexo 4); debido a que no se detectó un gran número de empresas exportadoras a la nación española, estas no se clasificaron por tamaño, sector ni tipo de producción; si no que se decidió contactarlas, para encuestarlas, obteniendo la siguiente información:

Con 83 empresas no se pudo establecer contacto, ni por correo electrónico, por teléfono y ni en sus instalaciones, de estas empresas:

- > 10 empresas no existen en el domicilio registrado,
- > 60 no respondió a la entrevista y
- > 13 dejaron de existir.

104 empresas proporcionaron la siguiente información:

- > 60 empresas tienen sucursales en España o en algún otro país cerca de la nación española, que abastecen dicho mercado. De acuerdo con la clasificación planteada en el marco teórico estas empresas se consideran como multinacionales ya que cuentan con distintas empresas en diferentes países y comercializan con esos países y con otros.
- > 21 empresas no exportan sus productos a España ni a países de la Unión Europea.
- > 9 respondieron que no exportan su producto a España pero sí a diversos países de la Unión Europea.
- > 13 sí exporta sus productos a España; estas empresas contestaron que el TLCUEM ha favorecido la exportación con la reducción de los aranceles.

Sin embargo sólo 3 de estas empresas mencionaron que gracias a esto han logrado incrementar sus exportaciones.

- > 1 empresa dejó de exportar su producto 6 años antes del día en que se le entrevistó, debido a un cambio de giro comercial. La persona entrevistada mencionó que no podía proporcionar información pues la desconocía.

Otros aspectos relevantes que se detectaron en las encuestas son los siguientes:

De las empresas que tienen sucursales en España o cerca de ese país, 6 compañías no necesitan realizar exportaciones; más bien se realizan intercambios entre sucursales como: equipos de producción, materiales y/o conocimiento, pero no se consideran exportaciones como tal, algunos ejemplos que se mencionaron fueron: capacitación de personal, envío de un diseño de producción e intercambio de máquinas de producción o piezas de estas.

Las nueve empresas, que no exportan su producto a España pero sí a diversos países de la Unión Europea, consideran que el TLCUEM ha contribuido para fomentar la exportación, principalmente en la reducción de aranceles. Estas empresas no consideran importante el idioma, pues para ellas existen aspectos más relevantes para la exportación del producto como la demanda y medios de distribución de este. Comentaron que la comprensión del idioma facilita la exportación, sin embargo, no es un factor determinante para exportar su producto.

Respecto a las preguntas y las hipótesis de investigación se encontró la siguiente información:

Pregunta principal

¿Qué ha sucedido con las exportaciones a España, de las empresas mexicanas, ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, durante el periodo 2000-2010, con la entrada en vigor del TLCUEM?

Las estadísticas de comercio entre ambas naciones reflejan un incremento de flujo comercial a partir de la fecha de entrada en vigor del tratado en cuestión; sin embargo, el saldo de México fue deficitario la mayoría de los años, durante el

periodo del 2000 al 2010; ya que, a partir de la entrada en vigor del TLCUEM –año 2000–, las exportaciones españolas hacia México, también se incrementaron.

Por otro lado, únicamente tres de las empresas encuestadas consideran que sus exportaciones a España, sí se incrementaron con la entrada en vigor del TLCUEM; estas empresas sólo representan el 1.6% del total de las empresas encuestadas, y el 23.07% de las empresas que sí exportan sus productos a España; estas empresas no representan una muestra significativa para afirmar que a partir de la entrada en vigor del TLCUEM, las exportaciones a España de las empresas mexicanas ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, se incrementaron o en su defecto que se hayan disminuido.

Preguntas específicas

¿Qué ha ocurrido con las empresas exportadoras mexicanas durante el periodo del 2000 a 2010?

Desafortunadamente no se cuenta con un registro de las empresas exportadoras del año 2000, no obstante se obtuvo un registro de las empresas que exportaron durante el año de 1999 y en el año 2008 se realizó un comparativo con las empresas que exportaban durante ese año y se logró identificar lo siguiente:

Table 7.1 Empresas ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana que exportan a España

En 1999 se identificaron 883 empresas, para el 2008 se identificaron 1546 de las cuales:		
Exportaban en 1999 y siguieron exportando en el 2008	Exportaban en 1999 y dejaron de exportar	Empresas que exportaron en 2008
109	274	510

Fuente: Secretaría de Economía Directorio de empresas exportadoras en México. 2008

La tabla anterior, nos muestra que para el periodo de 1999 al 2008, las empresas mexicanas exportadoras se incrementaron en 57.11%, pese a que 274 empresas dejaron de exportar sus productos.

En el año 2010, PROMEXICO, contaba con un registro de 893 empresas exportadoras ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, lamentablemente, para el 2019 la base de datos antes referida, indica que el sitio está en construcción y no se pudo obtener la información deseada, no obstante, la

última actualización que se tiene es del año 2012, en el que se registraron 1,077 empresas exportadoras, en mencionada base de datos, esto refleja que las empresas se incrementaron en un 20.6%. Al indagar más acerca de esta información, se presentó una limitante, debido a que algunas empresas con la finalidad de evadir impuestos no declaran toda la información pertinente de sus actividades comerciales, y en ocasiones sólo exportan por un periodo determinado y cuando lo dejan de hacer, no se dan de baja en el registro de exportadoras; es por ello por lo que se desconoce, si efectivamente siguen las mismas empresas exportadoras o se crearon nuevas.

¿Qué beneficios ha establecido el TLCUEM, para las empresas mexicanas exportadoras?

Los beneficios más notorios que el TLCUEM ha establecido para las empresas exportadoras son la eliminación de aranceles a un gran número de productos exportados. Posteriormente se crearon herramientas de negociación, como el Proyecto de Facilitación del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (PROTLCUEM) el cual inició en el año del 2006 y concluyó en el 2011; tuvo como finalidad la cooperación bilateral en materia comercial y agilizar los trámites gubernamentales y empresariales para simplificar algunas de las actividades previstas en el TLC entre México y los estados miembro de la Unión Europea.(Subsecretaría de Comercio Exterior; 2011)

De acuerdo con el PROTLCUEM (2011) se utilizó la formación y capacitación, realización de estudios y análisis sectoriales; asistencia técnica y asesorías de expertos; equipamiento y modernización de instalaciones mexicanas, con el objetivo de fortalecer las relaciones económicas, comerciales y empresariales entre México y la UE.

El principal ejemplo es el apoyo brindado para concluir el proceso de trazabilidad de la miel, requisito indispensable para el acceso de dicho producto al mercado europeo. Gracias a las estrictas normas de calidad y control con las que la miel es producida en México, tiene una gran aceptación en la UE.

En cuanto a la pesca los empresarios del sector fueron orientados a través de la Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca (CONAPESCA) para exportar productos como camarón, sardina, callos de hacha, ostión, almeja, tilapia y otras especies de escama a mercados europeos. (PROTLCUEM; 2011)

Por otro lado México también estableció el programa de apoyo para Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), el cual fue implementado por el Gobierno mexicano a partir del año de 1990 con una duración indefinida. Este programa promueve las exportaciones de productos mexicanos, destinado a apoyar su operación mediante facilidades administrativas y fiscales; uno de los logros más importantes para este programa, es que las empresas ALTEX obtienen la devolución de saldos a favor del IVA por concepto de exportaciones en un plazo aproximado de 5 días hábiles. Adicionalmente, se encuentra el acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por esta Secretaría de Economía. (Secretaría de Economía; 2014)

Finalmente, de acuerdo con PROMÉXICO (2014), el 11 de junio de 2014, México y España firmaron 21 acuerdos de cooperación en materia de cultura, economía, educación, seguridad y turismo, con ello se esperaba que se incrementen las relaciones comerciales entre ambas naciones, desafortunadamente, al indagar respecto a los resultados obtenidos de estos acuerdos no se logró identificar los resultados de los mismos, para el año 2017 el Gobierno de México⁵ emitió el comunicado de prensa "*México y España fortalecen la relación cultural bilateral con acuerdos en diversos ámbitos*", no obstante, sólo se plantean las expectativas esperadas de estos acuerdos.

¿Cuáles son las áreas de oportunidad que pueden implementar las empresas mexicanas, analizadas, para incrementar sus exportaciones a España?

⁵ Gobierno de México; 2017; Comunicado de prensa "*México y España fortalecen la relación cultural bilateral con acuerdos en diversos ámbitos*"; recuperado de <<https://www.gob.mx/cultura/prensa/mexico-y-espana-fortalecen-la-relacion-cultural-bilateral-con-acuerdos-en-diversos-ambitos>> 09-09-2019

En esta investigación se detectó que la mayoría de las empresas pequeñas y medianas, indagadas no cuentan con una estructura organizacional definida, es decir no tienen una misión, visión u objetivos de la organización, tampoco cuentan con una página web donde se pueda consultar los productos que venden.

Como se mencionó en el marco conceptual, es relevante que las empresas lleven a cabo el proceso administrativo, para identificar si se están cumpliendo con las metas esperadas por la empresa. De acuerdo con Rodríguez J. (2005) la planeación es esencial "(...) ya que a través de ella se prevén los cambios que depara el futuro y se establecen las medidas necesarias para afrontarlos. Por otra parte, reconocer hacia dónde se dirige la acción permite encaminar y aprovechar mejor los esfuerzos." (p.22)

Aunado a lo anterior la Secretaría de Economía, a través de las guías empresariales menciona que:

"(...) la exportación no se circunscribe a un tamaño determinado de empresa, aunque pueden existir algunos bienes y servicios en los que se requiera de capitales y la capacidad de coordinar recursos humanos en magnitudes importantes, asimismo la exportación es una actividad de mediano y largo plazos que exige una adecuada planeación de los recursos; esta sin embargo, no existe cuando la empresa atraviesa por un período de crisis. Se debe exportar cuando se tenga la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos, administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional." (Secretaría de Economía;2012)

Si bien, el número de las empresas encuestadas fue limitado, se pudo identificar que algunas de las empresas entrevistadas no contemplan el proceso administrativo como un elemento primordial para la exportación, lo que representa una debilidad en las empresas exportadoras, esto a su vez puede ser un factor por el cual las empresas encuestadas no han logrado un incremento significativo en sus exportaciones.

De acuerdo con la Comisión Nacional De Inversiones Extranjeras; España ha sido

uno de los países que más inversión extranjera aporta a México en 2010 se posicionó como el tercer lugar con 7.1% de la IED, en ese año el primer lugar lo ocupó Holanda y el segundo Estados Unidos; y se distribuyó de la siguiente manera: el 64.7% corresponde a nuevas inversiones, el 15.1% corresponde a la reinversión de utilidades y el 20.2% a cuentas entre compañías (CNIE;2011). Para el 2018 España representa el segundo país, sólo después de Estados Unidos, con el 13.1 % del total de la IED. Lo que en teoría permite inferir que esta inversión fomentaría las exportaciones mexicanas; no obstante la IED se distribuyó de la siguiente manera: el 66.4% corresponde a nuevas inversiones, el 16.1% corresponde a la reinversión de utilidades y el -171.4% a cuentas entre compañías. (CNIE;2019)

La siguiente tabla refleja la inversión extranjera directa de México durante el periodo del 2000 al 2010.

Tabla 7.2 Inversión Extranjera Directa de México 2000-2010 (millones de dólares)

Año	Nuevas Inversiones	Reinversión de Utilidades	Cuentas entre Compañías	Total
2000	8603.8	3909	5788.8	18301.7
2001	22972.3	3908.8	3121.8	30002.9
2002	15521.4	2553.7	5922	23997.1
2003	9536.2	2222.6	7139	18897.9
2004	14953.9	2700.5	7439.9	25091.3
2005	13064.2	4269.9	7406.6	24740.7
2006	6571.6	8098.1	621.9	20888.6
2007	17709.4	8451.6	6178.7	32339.7
2008	12089.2	8932.2	7556.6	28578
2009	8875.2	4800.4	3827	17502.5
2010	15040.7	4082.1	4368.4	23491.2

Fuente: Elaboración propia con base en: Comisión Nacional De Inversiones Extranjeras; Informe Estadístico Sobre El Comportamiento De La Inversión Extranjera Directa En México; consultado de <<http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/competitividad-normatividad/inversion-extranjera-directa/estadistica-oficial-de-ied-en-mexico>>

Tabla 7.2.1 Inversión Extranjera Directa de México 2001-2018 (millones de dólares)

Año	Nuevas Inversiones	Reinversión de Utilidades	Cuentas entre Compañías	Total
2011	9294.4	8997.3	5428.5	23720.2
2012	3807.5	8070.9	5931.6	17809.9
2013	17,587.9	10,335.1	7,265.4	35,188.4
2014	4,234.6	12,768.6	5,565.2	22,568.4
2015	10,564.3	8,711.4	9,106.6	28,382.3
2016	10,099.9	8,243.5	8,395.2	26,738.6

2017	11,428.7	9,639.0	8,627.3	29,695.0
2018	29,695.0	12,251.2	7,884.8	31,604.3

Fuente: Elaboración propia con base en: Comisión Nacional De Inversiones Extranjeras; Informe Estadístico Sobre El Comportamiento De La Inversión Extranjera Directa En México; consultado de < https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/468266/Informe_Congreso-2019-1T.pdf > 20/08/2019

A pesar de que en México el 64.7% de la inversión extranjera directa se destina para nuevas inversiones, lamentablemente, esta inversión no fue percibida por las empresas encuestadas en esta investigación. En este contexto es importante mencionar que en México las empresas exportadoras no reflejan toda la información de sus actividades con la finalidad de evadir impuestos, también que muchas empresas sólo exportan unos años y después lo dejan de hacer. Desafortunadamente para esta investigación no se cuenta con una lista de empresas que perciben la inversión extranjera directa que ingresa a México.

Hipótesis principal:

H₁: Durante el periodo 2000-2010 las exportaciones a España, de las empresas mexicanas, ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, se han incrementado, debido a la liberación comercial que se estableció en el TLCUEM.

Esta hipótesis se rechaza debido a que en esta investigación no se encontró evidencia suficiente para probar que las exportaciones a España, de las empresas exportadoras mexicanas, ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, se hayan incrementado, con la liberación comercial que se estableció en el TLCUEM.

No obstante considero relevante señalar, que las estadísticas consultadas, muestran que sí existió un incremento en el flujo comercial entre México y España a partir de la entrada en vigor del TLCUEM, ya que las estadísticas indagadas reflejan que el saldo las exportaciones mexicanas en el año 2000 fue de 1,513,026 millones de dólares y para el 2010 se incrementó a 3,678,135 millones de dólares.

Por otro lado, de las 25 empresas indagadas en esta investigación, que sí exportan sus productos a la Unión Europea, (9 exportan a diversos países de Europa y 13 exportan a España); el 48% de estas empresas consideran que sus exportaciones sí

se incrementaron a partir de la entrada en vigor del TLCUEM.

Hipótesis nula:

Ho: Durante el periodo 2000-2010 las exportaciones a España, de las empresas mexicanas, ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, no se han incrementado, debido a la liberación comercial que se estableció en el TLCUEM.

Se aprueba esta hipótesis, los datos estadísticos presentados en el gráfico 6.1, indican que a partir de la entrada en vigor del TLCUEM -año 2000-, las exportaciones de México a España han sido muy variables y no muestran un aumento continuo o en su defecto no han permanecido constantes. Por otro lado con los resultados obtenidos, al momento de aplicar la encuesta, sólo 3 empresas, consideran que sí se incrementaron sus exportaciones después de la entrada del TLCUEM, lo cual no se considera como una muestra significativa para poder aseverar que las exportaciones de las empresas mexicanas ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana hayan incrementado sus exportaciones a la nación española.

Conclusiones

La finalidad de esta investigación fue conocer las relaciones comerciales que México ha establecido con España e identificar algunos aspectos que se pueden mejorar, con el objeto de fomentar un adecuado desarrollo de las exportaciones y las relaciones comerciales, entre estas dos naciones. Lamentablemente, se han identificado varios factores por los cuales México no ha podido rivalizar, con el socio comercial en cuestión, ya que carece de una estructura organizada tanto a nivel de la empresa como a nivel gobierno. Por un lado las empresas indagadas muchas no cuentan con información establecida en una página web o la información que se tiene no es fehaciente. Por parte del gobierno las “reformas estructurales”, las cuales solo benefician un determinado sector, el energético (electricidad, petróleo y gas) y las telecomunicaciones. (ver sección 4.3 página 59)

Si bien, el número de las empresas encuestadas fue limitado, se pudo identificar que algunas de las empresas, entrevistadas no contemplan una adecuada administración, como un elemento primordial para la exportación, consecuentemente, carecen de un proceso administrativo, lo que representa una debilidad en las empresas exportadoras, esto a su vez puede ser un factor por el cual las empresas encuestadas no han logrado un incremento significativo en sus exportaciones. Existen diversas razones por las cuales una empresa, puede dejar de exportar entre ellas podemos mencionar: la falta de capacidad productiva de la empresa, desconocimiento de los trámites administrativos y normas de exportación, falta de capital, entre otras, no obstante, actuar sin planeación permite muchas contingencias, como el desperdicio de recursos y esfuerzos, esto fue referenciado en el marco conceptual de la investigación.

La falta de planeación y la organización en México, se puede apreciar incluso en su cotidianidad, el primer ejemplo, que puedo mencionar es la ausencia de respeto a los señalamientos peatonales, mi formación académica se realizó en la Ciudad de Chihuahua, como ciudad fronteriza existe mayor accesibilidad para visitar Estados Unidos, posteriormente, realice un intercambio académico a la Universidad Complutense de Madrid, por ende se tuvo la oportunidad de conocer España, sé que no puede existir una comparación en cuanto a la infraestructura de México y los

países que visité, sin embargo, sí percibí una falta de organización, en un hecho tan “simple” como cruzar la calle, en México aunque realicemos el cruce por el lugar señalado, no hay un orden pues las personas desean pasar “primero” en comparación con otros países en los cuales hay una dirección de avance.

Como estudiante, la perspectiva que me referían de México alumnos de otros países, en términos coloquiales, era que: no entendían por qué éramos tan “tontos”, pues México es un país con una abundante riqueza, tanto en recursos naturales como en cultura, sin embargo, dejábamos que nuestros gobernantes “hicieran lo que quisieran” “los manejan a su antojo” referían y por tal motivo la riqueza de México no se distribuía equitativamente, lo cual no nos permitía crecer como país.

Por supuesto como estudiante, la perspectiva que se tiene es muy diferente a la que se percibe en el ámbito laboral, durante mi formación laboral disfruté la oportunidad de negociar nuevamente con personas de diversas nacionalidades (alemanes, londinenses, franceses y estadounidenses). Reiteradamente, la percepción que se mencionaba de los negocios en México era señalada con falta de “compromiso” mencionaban, lo que les falta a los mexicanos es tener “camaradería”, unirse como pueblo, para poder revolucionar su país y “liberarse”, tienen mucha riqueza natural pero “les falta aprovecharla”.

El transcurso de tiempo, que existe entre el intercambio académico que realicé y mi experiencia laboral (negociaciones en el extranjero) es de un tiempo de 10 años, aproximadamente, lo cual me indica que en ese tiempo no se ha podido modificar la imagen de México en el extranjero. Esto se complementa con las estadísticas planteados en el capítulo IV de esta investigación, pese a que las teorías de comercio nos indican que hay que *innovar* la producción de un país para obtener mayor rentabilidad, en los dos periodos analizados – el primero de 2000 a 2010 y el segundo de 2011 a 2018 – las exportaciones mexicanas siguen siendo productos sin innovación y no están destinados a un consumidor final.

Con anterioridad, se hizo referencia a que México sólo es un “trampolín” para sus socios comerciales, con la finalidad de llegar a su objetivo principal América del Norte. Es muy notorio en esta investigación, que la mayor parte de las empresas que se identificaron como exportadoras, son empresas multinacionales, es decir, tienen distintas empresas en diferentes países. México, es un país con una vasta

riqueza natural, esta característica lo hace muy atractivo como socio comercial, para muchos países; aunado a esto, el principal producto exportado por México a la nación española, son aceites crudos de petróleo (ver gráfica 6.2) y sumado a que la mayoría son empresas multinacionales, es evidente que México no produce artículos terminados, o mejor dicho dirigidos al consumidor final.

Al inicio de este trabajo se planteó una postura en la que era imprescindible detectar por qué no se ha logrado un equilibrio en la balanza comercial de México respecto a España; como se mencionó en el marco teórico, son diversos factores los que influyen para lograr tal equilibrio; tales como la posición geográfica, la situación económica del país, la demanda que exista en el mercado extranjero, la capacidad de producción de las empresas exportadoras, etc., sin embargo, haciendo un análisis en las exportaciones de México a España, sí han reflejado un incremento, aunque cabe señalar que aún existe un déficit muy marcado en la balanza comercial entre ambos países, esto permite inferir que el país que más se benefició con el TLCUEM ha sido España.

Finalmente, se detectó que a México le falta contemplar diversos factores para realizar una exportación exitosa, tales como, organización administrativa, elaboración de productos terminados, es decir, dirigidos al consumidor final, innovación y diversificación en los productos, habría que contemplar esta área de oportunidad, ya que México lo que más exporta a la nación española son aceites crudos de petróleo.

Ejemplificar “cruzar la calle” puede parecer un hecho muy simple, no obstante, cómo podemos concebir una organización más compleja, sea a nivel empresarial, como industria o como país, si no hemos iniciado con lo más básico. Se sugiere para futuras investigaciones, definir de forma inteligible la correlación que existe entre la planeación estratégica y el logro de los objetivos organizacionales, con la finalidad de proponer un modelo de estructura organizacional y que las empresas exportadoras mexicanas lo consideren como un requisito primordial para su creación, es decir, la planeación estratégica, se debe contemplar como un requisito básico para constituir una empresa en México; con la finalidad de prolongar su vida productiva y desvanecer las estadísticas que indican: “las exportadoras dejan de existir, a los dos años de su creación”.

Bibliografía y fuentes de información

1. Agosin M. (2012) *Crecimiento y diversificación de exportaciones en economías emergentes*, Santiago de Chile, Banco de Desarrollo de América Latina.
2. Bajo R. Oscar (1991) *Teorías del comercio internacional*, Barcelona, Primera Edición, Editor Antoni Bosch.
3. Bacaria-Colom, J., Osorio-Caballero, María I., Artal-Tur, A. (2013) *Evaluación del Acuerdo de Libre Comercio México-Unión Europea mediante un modelo gravitacional*. Economía Mexicana. Nueva Época [en línea] [Fecha de consulta: 18 de julio de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32329694004>> ISSN 1665-2045
4. Ballesteros Román, A. (2001) *Comercio exterior: teoría y práctica*, Murcia, Universidad de Murcia, Servicio de publicaciones.
5. Carbaugh, R. (2004) *Economía internacional*; México; Traducción de Pilar Mascaró Sacristán, Editores Thomson, 9ª Edición.
6. Carrión Maroto J. (2006) *Estrategia: de la visión a la acción*, Madrid, Segunda Edición, ESIC.
7. Castellot Rafful, Rafael A. (2000) *La Unión Europea una experiencia de integración regional*, México D.F., Plaza y Valdés Editores, Segunda Edición,
8. Czinkota R., Ronkaínen A., Moffett H. (2007) *Negocios Internacionales*; Traducción de Ortiz Staines M., México, Séptima Edición, Editorial International Thomson.
9. Daniels, John D., Radebaugh, Lee H., Sullivan, Daniel P. (2013) *Negocios Internacionales: ambientes y operaciones*, México, Traducción Mues Zepeda, Astrid, Madrigal Muñiz, Óscar; Décima Edición; Pearson Educación.
10. De la Mora, Luz María, (2013) *La política comercial de México durante el gobierno del presidente Felipe Calderón (2006-2012): avances y desafíos*. Foro Internacional [en línea], LIII (Julio-diciembre): [Fecha de consulta: 18 de julio de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59931907013>> ISSN 0185-013X
11. Dominick Salvatore (1999) *Economía internacional*, México, Traducción de Lozano Hirschfeld Lozano Andrés, Sexta Edición, Prentice Hall.

12. Dopacio, Cristina I., Lázaro Aguilera, I., Martín Gómez, S., Masa Lorenzo, C. & Villar Fernández N. (2014) *Fundamentos de economía de la empresa: casos prácticos*, Madrid, Primera edición, Ediciones pirámide.
13. Escribano Úbeda-Portugués J., (2009) *Veinte Años de Relaciones entre España e Iberoamérica en el Marco de la Unión Europea (1986-2006)*; Madrid, Segunda Edición.
14. Fred R. David, (2003) *Conceptos de Administración Estratégica*, México, Novena Edición, Pearson Prentice Hall.
15. García, Echeverría S. (c1994) *Introducción a la economía de la empresa*, Madrid, Ed. Diez de Santos.
16. Griffin, Ricky W. (2011) *Administración*, México, Traducción Magda Elizabeth Treviño Rosales, Décima Edición, Cengage Learning Editores.
17. Gil Estallo, María de los Ángeles (2010) *Cómo crear y hacer funcionar una empresa: conceptos e instrumentos*; Madrid, Octava Edición.
18. Gil Villegas, F. (c 2012) *México y Europa: una relación centenaria que trasciende la economía y el comercio*, México, El Colegio de México A.C., Los grandes problemas de México IV, Primera Edición.
19. González García J., Zamora Torres A., Celaya Figueroa R., Lenin Navarro J. (2016) *Competitividad y Logística del Comercio Exterior de México*, México, Ed. ITSON.
20. Hill Charles W. (2007) *Negocios internacionales: competencia en un mercado global*, México, Traducción de Dávila Martínez Francisco J.; Segunda Edición; McGraw Hill.
21. H. McNeill, William (2000) *La civilización de Occidente. Manual de Historia*, Puerto Rico, versión española de la 6ª. Edición, Rosa Lydia Vélez, Ana Fernández Seín y Luis González Vales; Editado por George N. Atiyeh; Editorial Universidad de Puerto Rico.
22. Krugman Paul R., Obstfeld Maurice (2006) *Economía Internacional teoría y política*, Madrid España, Traducción Moreno Yago, Séptima edición, Pearson Educación.
23. Krugman Paul, Robin Wells (2007) *Macroeconomía: Introducción a la economía*, España, Traducción Gotzone Pérez; revisada por José Ramón de Espíndola.

24. Lavanda Reyes, F., Tabra Castillo, E. (2005) *Negocios Internacionales*, Perú, Contacto Empresarial Perú SAC y Asociación Peruana de Logística Empresarial; Consultado el 17 septiembre 2014 de: <<http://books.google.com.mx/books?id=31LaaxWk7WgC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>>
25. Lidón, J. (1998) *Conceptos básicos de economía*, Valencia, Universidad Politécnica de Valencia.
26. Lozas Muñoz, L. (2003) *La política exterior de Fox hacia la Unión Europea ¿cambio o continuidad?* El Cotidiano [en línea] [Fecha de consulta: 18 de julio de 2018] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32512006>> ISSN 0186-1840
27. Manrique de Luna Barrios, A. (2016) *The Free Trade Agreement Between the European Union and Mexico - Impact on Trade and Foreign Direct Investment*. Revista Chilena de Derecho [en línea] [Fecha de consulta: 18 de julio de 2018] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=177046308006>> ISSN 0716-0747
28. Martínez Aldana C., Corredor Villalba A., Herazo Cueto G. (2006) *Negocios Internacionales Estrategias Globales*, Bogotá Colombia, Universidad Santo Tomás, Consultado el 30 de julio de 2013 de: <<http://books.google.com.mx/books?id=TvCLGbfdRIEC&printsec=frontcover&dq=Negocios+Internacionales+Estrategias+Globales&hl=es-419&sa=X&ei=i9x8U5vqPIqLqgan1YGwAg&ved=0CDUQ6AEwAA#v=onepage&q=Negocios%20Internacionales%20Estrategias%20Globales&f=false>>
29. Mercado, S. (2000) *Comercio Internacional I: Mercadotecnia internacional importación-exportación*, México, Ed. Limusa, 4ta. Edición.
30. Morales N. Roberto (2009) “Muere la mitad de las empresas exportadoras de México en dos años”, México, El economista, Empresas y Negocios; p.32
31. Münch Galindo, L. (2010) *Fundamentos de administración: casos y prácticas*, México; Ed. Trillas
32. Piñón Antillón, Rosa M. (1999) *México y la Unión Europea frente a los retos del siglo XXI*, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, Delegación de la Comisión Europea en México, Coordinación Editorial.
33. Porter Michael E. (2003) *Ser competitivo nuevas aportaciones y conclusiones*, España, Traducción de Aparicio Aldazábal Rafael; Ediciones Deusto.

34. Porter Michael E. (1991) *La ventaja competitiva de las naciones*, Buenos Aires Argentina, Traducción Aparicio Martín Rafael; Editorial J. Vergara.
35. Pugel A. Thomas (2004) *Economía Internacional*, Madrid, Traducción Fernández de Castro Rivera Juan, Decimosegunda Edición, McGraw Hill/ Interamericana de España.
36. Ricardo David (c1959) *Principios de economía política y tributación (Obras y correspondencia vol. I)*, México, Traducción de Juan Broc B., Nelly Wolff y Julio Estrada M., Fondo de Cultura Económica.
37. Reyes Ponce, Agustín (2012) *Administración de empresas: teoría y práctica*, México, Ed. Limusa
38. Rodríguez Valencia, J. (2005) *Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa*, México: CENGAGE Learning.
39. Samen Salomon (2010) *A primer on export diversification: Key concepts, theoretical underpinnings and Empirical evidence*, Growth and Crisis Unit World Bank Institute.
40. Smith Adam (c1994) *La riqueza de las naciones (Libros I, II, III y selección de los libros IV y V)*, Madrid, Traducción Rodríguez Braun, Ed. Alianza.
41. Schettino Yáñez, M. (2002) *Introducción a la economía para no economistas*, México, Pearson Educación, Prentice Hall.
42. Smith Adam (2002) *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones (Libro I, Capítulo I)*, México, Edición de Edwin Cannan, Duodécima reimpresión; Editorial Fondo de Cultura Económica;
43. Smith Adam (c 1994) *La riqueza de las naciones (Libros I, II, III y selección de los libros IV y V)*, Madrid, Traducción Rodríguez Braun, Ed. Alianza.
44. Spencer Milton H. (1993) *Economía contemporánea*, Barcelona, Traducción de Morata Berta, Tercera Edición, Editoriales Reverte.
45. Steinberg Federico (2004) *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*, Madrid, Universidad Autónoma de Madrid.
46. Stoner James A.F., Freeman Edward R., Gilbert Daniel R., (c1996) *Administración*, México, Pearson Educación.
47. Torres, B. y Vega G. (2010) *Relaciones internacionales / Los grandes problemas de México; v. 12; 1a. ed.*, México D.F., El Colegio de México
48. Torres Gaytán, R. (1994) *Teoría del comercio internacional*; México; Siglo XXI.

49. Velázquez Zárate, E. (2014) *México en la globalización: pasado, presente y futuro. Crisis civilizatoria*. El Cotidiano [en línea] 2014, (septiembre-octubre): [Fecha de consulta: 2 de julio de 2018] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32531885015>> ISSN 0186-1840
50. Vidales Rubi, Leonel (2003) *Glosario de términos financieros: términos financieros, contables, administrativos, económicos, computacionales y legales*, México, Universidad Autónoma de Baja California.
51. Vinesh Sannassee R., Seetanah B. y John Lampton M. (2014) *Diversificación de las exportaciones y crecimiento económico: el caso de Mauricio*, The World Trade Organization (WTO).
52. Zabudovsky K., Jaime; Gómez, Sergio (2004) *La ventana europea: Retos de la negociación del tratado de libre comercio de México con la Unión Europea*, Banco Interamericano de Desarrollo; INTAL; ITD.
53. Zurita González, J., & Martínez Pérez, J., & Rodríguez Montoya, F. (2009). La crisis financiera y económica del 2008. Origen y consecuencias en los Estados Unidos y México. *El Cotidiano*, (157), 17-27.
54. Banco de España < <https://www.bde.es/bde/es/>>
55. Banco de México <<http://www.anterior.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/informes-periodicos/anual/index.html> >
56. Banco Mundial <<http://www.bancomundial.org/>>
57. Bancomext & ITESM Campus Guadalajara; (2005) Guía para Exportar Productos Mexicanos a la Unión Europea; recuperado el 11/06/2012 <<http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/82/1/images/GuiaParaExportarProductosMexicanosALaUnionEuropea.pdf>>
58. Bancomext < <http://www.bancomext.com/Bancomext/index.jsp> >
59. Cámara Mexicana de Comercio Industria y Turismo en Europa < <http://www.cideiber.com/camecite.html> >
60. Cámara de Diputados <<http://www3.diputados.gob.mx>>
61. Cámara Oficial Española de Comercio de México <<http://www.camescom.com.mx>>
62. Centro Empresarial México-Unión Europea, (2004) Oportunidades de Negocios <<http://www.esmas.com/emprendedores/oprtunidadesdenegocio/412900.html>> Recuperado el 20 de julio de 2013.

63. Comisión Europea; El trabajo de la Comisión Europea
<http://ec.europa.eu/atwork/index_es.htm> consultado el 21/05/2014
64. Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior Inversión y Tecnología
< <http://www.comce.org.mx> >
65. Consejo Nacional de Población; “Escenarios demográficos y urbanos de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, 1990-2010”;
<<http://www.conapo.gob.mx> >
66. Consejo Superior de Cámaras de Comercio <<http://www.camaras.org/>>
67. Delegación de la Unión Europea en México; Tratado de Libre Comercio; consultada el 21/05/2014
<http://eeas.europa.eu/delegations/mexico/eu_mexico/trade_relation/free_trade/index_es.htm#>
68. Dirección General de Comunicación Social, 2011, Comunicado de Prensa número 134/11; México <http://eeas.europa.eu/delegations/mexico/documents/more_info/20110628bol_seminario_clausura_es.pdf>
69. Gómez A. R. (2008) “Disminuyen en México empresas exportadoras”, Web: Comercio Mexicano de Comercio Exterior; recuperado el 12 diciembre de 2012 de <http://www.comcebajio.org/noticias.php?que=918>
70. Instituto Nacional del Emprendedor (2010) Guías Empresariales Inicie y Mejore su Negocio, *Exportación - Importancia de la exportación*
<<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=32>> consultado el 16-05-2012
71. Instituto Nacional de Estadística y Geografía
<<http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx>
_____ (2019) <<http://www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/477#page=overview&tab=study-desc> > consultado el 20/08/2019
72. Organización Mundial de Comercio <<http://www.wto.org/indexsp.htm>>
73. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
<<https://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/>>
74. Procuraduría Federal del Consumidor PROFECO
<http://www.profeco.gob.mx/protlcuem/R_imp_protlcuem.pdf>
75. Programa Integral de Apoyo a Pequeñas y Medianas Empresas Unión Europea-México (2008) Cámara de Diputados
<<http://www3.diputados.gob.mx/%2Fcamara%2Fcontent%2Fdownload%2F4554%2F24782%2Ffile%2FPresentacion%2520SPYME%2520mayo%25202004%2520PIAPYME.pdf&ei=l3wfUr9hi7qwBJO5gBgL&usg=AFQjCNF7ugiGLBo>>

dRrxj1u66rmktoXP4Pw&sig2=2B_Fl37wimngUwtphzhdJA> Recuperado en julio del 2013.

76. Programa de Competitividad e Innovación México-Unión Europea PROCEI < http://www.eeas.europa.eu/archives/delegations/mexico/documents/news/2015/20151020com_procei_es.pdf >

77. ProMéxico < <http://www.promexico.gob.mx/index.jsp> >
_____ (2010) Directorio de Exportadores <http://www.promexico.gob.mx/es_us/promexico/Directorio_de_exportadores
_____ (2014) <http://www.promexico.gob.mx/documentos/pm-comparte/boletin-promexico-comparte-36.pdf>> 12-11-2014

78. Proyecto de Facilitación del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea, PROTLCUEM
<http://200.77.231.100/pics/pages/5200_5208_1_base/PROTLCUEM.pdf>
_____ (2011) Resultados e Impactos del PROTELUCUEM, consultado en <<http://www.protlcuem.gob.mx/swb/work/models/Protlcuem/pdf/PROTLCUEMResultadosImpactos.pdf>> el 4/06/2014.

79. Secretaria de Economía <http://www.economia.gob.mx/>
_____ (2010) <<http://www.2006-2012.economia.gob.mx/delegaciones-de-la-se/estatales/distrito-federal>> recuperado el 27-11-12
_____ (2012) Guías Empresariales; <<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=32>>, recuperado el 12/12/12
_____ (2014) <<http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio/instrumentos-de-comercio-exterior/altex>> recuperado el 4/06/2014
_____ (2014) < <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio/instrumentos-de-comercio-exterior/altex> > el 4/06/2014>

80. Síntesis de la legislación de la UE (2010) Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea, Tratado CEE - texto original (versión no consolidada) <http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/treaties/treaties_eec_es.htm> recuperado el 21/05/2014

81. Sistema de Información Arancelaria Vía Internet < <http://www.economia-snci.gob.mx:8080/siaviWeb/capituloAction.do?tigie=95&paper=null> >

82. Sistema de Información Empresarial Mexicana
<<http://www.siem.gob.mx/siem2013>>
83. Sistema de Información sobre Comercio Exterior
<http://www.sice.oas.org/DEFAULT_s.ASP >
84. Subsecretaría de Comercio Exterior; TLC México-Unión Europea; Marco Jurídico; consultado el 02/09/2012
<http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/Marco_juridico>
85. UNCTAD Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo; 2002; TD/B/COM.1/54; *Diversificación de las exportaciones, acceso a los mercados y competitividad*; consultado 14-11-2018 <
https://unctad.org/es/Docs/c1d54_sp.pdf >
86. Unión Europea Acción Exterior; Relaciones UE-México (2014) consultado 21/05/2014 <http://eeas.europa.eu/mexico/index_es.htm>
87. Unión Europea; Instituciones y Organismos de la UE;
<http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/index_es.htm> consultado el 21/05/2014
88. Unión Europea; La Historia de la Unión Europea; <http://europa.eu/about-eu/eu-history/index_es.htm> consultado el 20/03/2013

Anexo 1

Tabla 3.3 Tratados Comerciales Firmados por México

Tratado	Países	Publicación D.O.F.	Entrada en vigor
TLCAN	Estados Unidos y Canadá	20 de diciembre de 1993	1 de enero de 1994
TLC-G3	Colombia y Venezuela*	9 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Costa Rica	Costa Rica	10 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México –Bolivia: Mediante Decreto de fecha 04 de junio de 2010, se deja sin efectos el Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Bolivia, firmado en Río de Janeiro, Brasil, el 10 de septiembre de 1994, en virtud de la Denuncia del Estado Plurinacional de Bolivia, a partir del 7 de junio de 2010.	Bolivia	11 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Nicaragua	Nicaragua	1 de julio de 1998	1 de julio de 1998
TLC México - Chile	Chile	28 de julio de 1999	1 de agosto de 1999
TLCUEM	Unión Europea	26 de junio de 2000	1 de julio de 2000
TLC México - Israel	Israel	28 de junio de 2000	1 de julio de 2000
TLC México - TN	El Salvador, Guatemala y Honduras	14 de marzo de 2001	15 de marzo de 2001 El Salvador y Guatemala y 1 de junio de 2001 con Honduras.
TLC México - AELC	Islandia, Noruega,	29 de junio de 2001	1 de julio de 2001

Liechtenstein y Suiza

TLC México - Uruguay	Uruguay	14 de julio de 2004	15 de julio de 2004
TLC México –Japón	Japón	01 de abril de 2005	31 de marzo de 2005
TLC México - Panamá	Panamá	04 de abril de 2014	01 de julio de 2015

*A partir del 19 de noviembre de 2006 en el TLC del G-3 participan sólo México y Colombia
 Fuente: Secretaría de Economía, Negociaciones Comerciales de México
 <http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/comercio_exterior/acuerdos_y_tratados_comerciales_de_MEXico.pdf>
 consultado el 21/05/2014

Actualizando la información los acuerdos firmados por México son:

Tabla 3.3.1 Tratados Comerciales Firmados por México

Tratado	Países	Publicación D.O.F.	Entrada en vigor
TLCAN	Estados Unidos y Canadá	20 de diciembre de 1993	1 de enero de 1994
TLC- México Colombia	Colombia		2 de agosto de 2011
TLC México - Costa Rica	Costa Rica	10 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Nicaragua	Nicaragua	1 de julio de 1998	1 de julio de 1998
TLC México - Chile	Chile	28 de julio de 1999	1 de agosto de 1999
TLCUEM	Unión Europea	26 de junio de 2000	1 de julio de 2000
TLC México - Israel	Israel	28 de junio de 2000	1 de julio de 2000
TLC México - TN	El Salvador, Guatemala y Honduras	14 de marzo de 2001	15 de marzo de 2001 El Salvador y Guatemala y 1 de junio de 2001 con Honduras.
TLC México - AELC	Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza	29 de junio de 2001	1 de julio de 2001
TLC México - Uruguay	Uruguay	14 de julio de 2004	15 de julio de 2004

TLC Único. Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.	TLC Único. Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.	9 de enero de 2012	Pendiente
---	---	--------------------	-----------

Fuente: Secretaría de Economía, Negociaciones Comerciales de México
<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/1883/Cuadro_de_Acuerdos_y_Tratados_Comerciales_de_Mexico.pdf>
consultado el 21/08/2019

Anexo 2

Balanza comercial de México con el mundo
Valores en miles de dólares

Año	Exportaciones	Importaciones	Comercio Total	Balanza Comercial
1995	79,541,546	72,453,059	151,994,605	7,088,487
1996	95,999,737	89,468,759	185,468,496	6,530,978
1997	110,431,493	109,808,191	220,239,684	623,302
1998	117,539,288	125,373,054	242,912,342	-7,833,766
1999	136,361,810	141,974,759	278,336,569	-5,612,949
2000	166,120,730	174,457,815	340,578,545	-8,337,085
2001	158,779,727	168,396,428	327,176,155	-9,616,701
2002	161,045,973	168,678,884	329,724,857	-7,632,911
2003	164,766,429	170,545,840	335,312,269	-5,779,411
2004	187,998,548	196,809,645	384,808,193	-8,811,097
2005	214,232,949	221,819,518	436,052,467	-7,586,569
2006	249,925,134	256,058,346	505,983,480	-6,133,212
2007	271,875,307	281,949,042	553,824,349	-10,073,735
2008	291,342,589	308,603,244	599,945,833	-17,260,655
2009	229,703,544	234,384,965	464,088,509	-4,681,421
2010	298,473,141	301,481,812	599,954,953	-3,008,671
2011	349,433,377	350,842,868	700,276,245	-1,409,491
2012	370,769,884	370,751,552	741,521,436	18,332
2013	380,026,580	381,210,166	761,236,746	-1,183,586
2014	396,913,652	399,984,317	796,897,969	-3,070,665
2015	380,550,235	395,234,144	775,784,379	-14,683,909
2016	373,948,258	387,070,443	761,018,701	-13,122,185
2017	409,432,564	420,394,574	829,827,138	-10,962,010
2018	450,684,540	464,302,322	914,986,862	-13,617,782

Fuente: Secretaría de Economía consultado el 21-08-2019 de
<http://187.191.71.239/sic_php/pages/estadisticas/mexicojun2011/TTbc_e.html>

Anexo 3

CUESTIONARIO

Encuesta sobre “La exportación mexicana a España a casi una década del tratado de libre comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM)”

Objetivo de estudio:

Conocer si el tratado de libre comercio establecido entre México y la Unión Europea (TLECUEM) ha contribuido para que se incrementen las exportaciones mexicanas a España.

Instrucciones:

Agradeciendo de antemano el tiempo que nos dedica, nos presentamos como estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), de la facultad de contaduría y administración. Estamos elaborando nuestra tesis, denominada: “La exportación mexicana a España a casi una década del TLCUEM “. Por este motivo solicitamos su apoyo contestando la siguiente encuesta, que nos ayudará a obtener datos para esta investigación. El tiempo aproximado para contestar es de 10 minutos.

La información solicitada en este cuestionario se refiere a las operaciones que realizó su empresa desde el año 2000.

Por favor marque las siguientes opciones:

1. ¿Actualmente exporta sus productos a España?

() Sí

() No

Si su respuesta es afirmativa, pase a la pregunta 6. De lo contrario, siga con la 2.

2. ¿Ha exportado sus productos a España anteriormente?

() Sí

() No

Si su respuesta es positiva continúe con la pregunta 3. De lo contrario, pase a la 4.

3. ¿Por qué motivo dejó de exportar su(s) producto(s)?

() Falta de demanda.

() Costos elevados de exportación.

() Falta de posicionamiento en el mercado.

() Otro (especifique): _____

4. ¿Cuál es el motivo por el cual no exporta sus productos a España?
() Tiene sucursales en España que cubren la demanda del mercado.
() Cuenta con sucursales en otro país cerca de España que abastecen dicho mercado.
() No considera a España como su mercado meta.
() Su producto es elaborado en ese país.
() Otro.
5. ¿Exporta sus productos a algún otro país de la Unión Europea?
() Sí. ¿Cuál? _____
() No
6. ¿Es de su conocimiento que el TLCUEM entró en vigor a partir del año 2000?
() Sí
() No
7. ¿Exportaba sus productos antes del año 2000?
() Sí
() No
8. ¿Considera que el TLCUEM ha contribuido al incremento de sus exportaciones a España?
() Sí
() No. ¿Por qué? _____
9. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que ha mejorado a consecuencia de la entrada del TLCUEM?
() Reducción de aranceles.
() Agilización para la obtención de permisos previos ante la Secretaría de Economía.
() Otro.
10. ¿Considera que el idioma es un factor que contribuye para que realice su exportación a España?
() Sí. ¿Por qué? _____
() No. ¿Por qué? _____

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 4

a) Empresas que proporcionaron información para esta investigación:

1. 201 OFICIAL SA DE CV
2. ALFA, S.A.B. DE CV.
3. ALFAOMEGA GRUPO EDITORA SA DE CV.
4. ALTTRA, S.A. DE C.V.
5. ARTICULOS HIGIENICOS, S.A. DE C.V.
6. BARRO MEX REFRACTARIOS, SA DE CV.
7. BECTON DICKINSON DE MÉXICO, SA DE CV.
8. BJC DE MEXICO, S.A. DE C.V.
9. BOCAR, SA DE CV.
10. BRALEY MARMOLES Y GRANITO, S.A. DE C.V.
11. CAF MÉXICO SA DE CV.
12. CHOCOLATES TURÍN, SA DE CV.
13. CIA. ARROCERA COVADONGA, S.A. DE C.V.
14. COCA-COLA FEMSA, S.A.B. DE C.V.
15. COMERCIALIZADORA CRAZY SHIRTS, SA DE CV.
16. COMERCIALIZADORA ELORO, S.A DE C.V.
17. COMPAÑÍA MINERA AUTLAN, S. A. DE C. V.
18. COMPLEX QUÍMICA, SA DE CV.
19. CONSERVAS LA COSTEÑA, SA DE CV.
20. CORPORACION IMPRESORA, S.A. DE C.V.
21. CYTEC DE MÉXICO SA DE CV.
22. DANONE DE MÉXICO, SA DE CV.
23. DE ACERO, SA DE CV.
24. DISEÑO EN PLATA, S.A. DE C.V.
25. DISTRIBUCIONES FONTAMARA, S.A.
26. DISTRIBUIDORA CONTORNO, S.A. DE C.V.
27. EDICIONES ERA, SA DE CV.
28. EDITORIAL EL MANUAL MODERNO, SA DE CV.
29. EDITORIAL GEDISA MEXICANA, S.A.
30. EDITORIAL LIMUSA, SA DE CV.
31. EDITORIAL MEDICA PANAMERICANA, SA DE CV.
32. EDITORIAL SANTILLANA SA DE CV.
33. EDITORIAL TRILLAS, SA DE CV.
34. ELECTRO ÓPTICA, SA DE CV.
35. ENMEX, SA DE CV.
36. ERICSSON TELECOM, SA DE CV,
37. EUROLINK SA DE CV.
38. EUROPAN, SA DE CV.
39. FABRICA DE MUEBLES IXTAPALUCA S.A. DE C.V.
40. FONDO DE CULTURA ECONÓMICA
41. FUSONI, SA DE C.V.
42. GRISI HNOS, SA DE C.V.
43. GRUMA, S.A.B. DE C.V.
44. GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V.
45. GRUPO CARSO, S.A.B. DE C.V.
46. GRUPO EMBOTELLADORAS UNIDAS, S.A.B. DE CV
47. GRUPO MODELO, S.A.B. DE C.V.
48. GUANTES INTERNACIONALES SA DE CV
49. HERDEZ SA DE C.V.
50. HERRAMIENTAS SIGLO, S.A. DE C.V.
51. INDUSTRIAS CANNON, S.A. DE C.V.
52. INDUSTRIAS MAN DE MÉXICO SA DE C.V.
53. INDUSTRIAS NEGROMEX, SA DE C.V.
54. INTERA A, S.A. DE C.V.
55. INTERNATIONAL FLAVORS & FRAGANCES MÉXICO, SA DE C.V.

- | | |
|--|---|
| 56. ITW POLYMEX, S.A. DE C.V. | 78. PEARSON EDUCACION DE MEXICO, S.A. DE C.V. |
| 57. JANEL, SA DE C.V. | 79. PLAZA Y VALDES SA DE C.V. |
| 58. JUGOS DEL VALLE SA DE C.V. | 80. POLIOLES SA DE C.V. |
| 59. KIMBERLY - CLARK DE MEXICO S.A.B. DE C.V. | 81. PUVILL LIBROS MÉXICO SA DE C.V |
| 60. LA TIROLESA, S.A. DE C.V. | 82. PYN, S.A. DE C.V. |
| 61. LABORATORIOS LE ROY SA DE C.V. | 83. QUÍMICA AMTEX SA DE C.V. |
| 62. LABORATORIOS PISA, SA DE C.V. | 84. QUIMICA FOLIAR, S.A. DE C.V. |
| 63. LENS LITE DE MEXICO, S.A. DE C.V. | 85. ROBERT BOSCH S. DE RL DE C.V. |
| 64. LIBRERÍA DE PORRUA HNOS. Y CIA. SA DE C.V. | 86. SANDVIK DE MÉXICO SA DE CV |
| 65. LUCTA MEXICANA SA DE C.V. | 87. SICOR DE MÉXICO SA DE CV |
| 66. MANUFACTURERA DENTAL CONTINENTAL SA DE C.V | 88. SIEMENS, SA DE CV |
| 67. MAQUILADORA DGB JEAN'S, S.A. DE C.V. | 89. SIGLO XXI EDITORES SA DE CV |
| 68. MCGRAW HILL INTERAMERICANA EDITORES SA DE CV | 90. SINBIOTIK SA DE CV |
| 69. MECALUX MÉXICO, SA DE CV. | 91. SINTENOVO, SA DE CV |
| 70. MEXICANERIAS SA DE CV. | 92. SUCADI SA DE CV |
| 71. MIEL MEX, S.A. DE C.V. | 93. SURTIDORA DE TRIPLAY SA DE C.V |
| 72. MULTIVIA, S.A. DE C.V. | 94. T.F. VÍCTOR SA DE CV |
| 73. MUNDI PRENSA MÉXICO, SA DE C.V. | 95. TEKA MEXICANA SA DE CV |
| 74. NESTLE MÉXICO, SA DE C.V. | 96. TEKCHEM, S.A.B. DE C.V. |
| 75. NHUMO, SA DE C.V. | 97. TELEVISA SA DE CV |
| 76. NISSAN MEXICANA, S. A. DE C. V. | 98. TEXTILES LEÓN, SA DE CV |
| 77. NO SABE FALLAR, SA DE C.V. | 99. TEXTILES TÉCNICOS SA DE CV |
| | 100. TRUPER HERRAMIENTAS, SA DE CV |
| | 101. UNISYS DE MÉXICO, SA DE CV |
| | 102. VIBROK |
| | 103. VITRO, S.A.B. DE C.V. |
| | 104. YANDAR, S.A. DE C.V. |

b) Empresas que no respondieron la entrevista:

- | | |
|---|--|
| 1. CIDOS ORGÁNICOS SA DE | 11. CENTRO DE SERVICIOS BIBLIOGRÁFICOS, SA DE CV. |
| 2. AEROVIAS DE MÉXICO, SA DE CV | 12. CERAMICA DE NEZA, S.A. DE C.V. |
| 3. ALIMENTOS ESPECIALIZADOS GOMEZ, S.A. DE C.V. | 13. CIA. INDUSTRIAL TEXTIL DE OCOYOACAC, S.A. DE |
| 4. BACARDI Y CIA, S.A. DE C.V. | 14. CLARIMEX, SA DE CV |
| 5. BANCO DE MÉXICO | 15. COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS INTERNACIONALES, SA DE CV. |
| 6. BMT REGALOS SA DE CV. | 16. COMISIÓN FEDERAL DE ELECTRICIDAD |
| 7. BOTANICALS INTERNACIONAL, S.A. DE C.V | 17. CYDSA, S.A.B. DE C.V. |
| 8. CARREDANA DE EMPAQUES SA. DE CV. | 18. D'ESCORCIA SA DE CV. |
| 9. CARRIER TRANSICOLD DE MÉXICO SA DE CV | |
| 10. CASA DE MONEDA DE MÉXICO | |

19. DESUCA, S.A. DE C.V.
20. DISTRIBUIDORA INTERMEX SA DE CV.
21. EDITORA Y DISTRIBUIDORA YUG, SA DE CV.
22. FARIEL, S.A. DE C.V.
23. FORMACRYL DE MEXICO, S.A.
24. FRANSLUX, S.A. DE C.V.
25. FREDERICK INTERNATIONAL SA DE CV
26. GLASSER, S.A. DE C.V.
27. GRUPO DC MEX, S.A. DE C.V.
28. HERRAMIENTAS TULMEX, S.A. DE C.V.
29. HERRAMIENTAS TULTITLAN, S.A. DE C.V.
30. HILASAL MEXICANA S.A.B. DE C.V.
31. IBERTECNIA SA DE C.V.
32. INDUSTRIA AGRÍCOLA CARREDANA, SA DE C.V.
33. INDUSTRIAS VERMAR SA DE CV
34. INTERNACIONAL QUÍMICA DE COBRE, SA DE C.V.
35. LABORATORIOS MIXIM SA DE C.V.
36. LYN DE MEXICO, S.A. DE C.V.
37. MARIO A. MARTINEZ RODRIGUEZ
38. MOBEL PRINCE, S.A. DE C.V.
39. NACIONAL DE COBRE SA DE CV
40. NOBRAC COMERCIAL, S.A. DE C.V.
41. OMEGA DISTRIBUIDORA DE HILOS, SA DE C.V.
42. ORGANIZACIÓN MEXICANA DE GALVANIZADO INDUSTRIAL SA DE CV
43. PEMEX EXPLORACIÓN Y PRODUCCIÓN
44. PEMEX PETROQUÍMICA
45. POLICYD SA DE CV
46. PRODUCTOS LOL-TUN, SA DE C.V.
47. PROMOTORA TEXTIL DE TEPEJI DEL RIO, SA DE C.V.
48. Q.B. INDUSTRIAS, S.A. DE C.V.
49. QUÍMICA BLANTEX SA DE CV
50. ROSENDO AVILA LOPEZ Y/O DAVID AVILA NUÑEZ
51. SABORMEX, SA DE C.V.
52. SEMEX SA.
53. SETTERMEX SA DE CV.
54. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
55. VALRO CERAMICA, S.A. DE C.V.
56. VICTOR SOTENO FERNANDEZ
57. VIDRIOS TEXCOCO, S.A. DE C.V.
58. VITRICA, SA DE CV
59. VIVA EL BARRO, S.R.L.
60. WALWORTH VALVULAS, S.A. DE C.V.

c) Empresas que no existen en la dirección señalada:

1. ALFREDO CANO OROZCO
2. AMBIANCE, S.A. DE C.V.
3. COLECCION LACANDONA, S.A. DE C.V.
4. JOYAS PLAZA GALERÍAS, SA DE C.V.
5. MINIMODA DIN, S.A. DE C.V.
6. P.P. PEWTER, S.A. DE C.V.
7. PISOS ALFER, S.A. DE C.V.
8. PROFUNCO INDUSTRIAL, S.A. DE C.V.
9. TECNICA MEXICANA DE ALIMENTACION, S.A. DE C.V.
10. TEXTILES DENIM, S.A. DE C.V.

d) Empresas que dejaron de existir:

1. COPAL
2. CUPROSA SA DE CV
3. DEVEX, S.A. DE C.V.
4. ELECTRO COMPONENTES MEXICANA, S.A. DE C.V.
5. FELDINI, S.A. DE C.V.
6. GUILIX, S.A. DE C.V.
7. INDUSTRIAS CELSO GARCIA, S.A. DE C.V.
8. INTERPRODUCTOS, S.A. DE C.V.
9. INTERQUIM, SA DE C.V.
10. KALTEX, S.A. DE C.V.
11. KELVINATOR DE MEXICO, S.A. DE C.V.
12. MANHATTAN GROUP, S.A. DE C.V.
13. PHILLIPS Y CYCSA, S.A. DE C.V.