

20821  
24 A



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
"ACATLAN"

"LA APERTURA COMERCIAL, COMO FOMENTO AL  
DESARROLLO DE LAS PYMES MANUFACTURERAS, EN  
MEXICO (1985 - 2000)".

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN ECONOMIA  
P R E S E N T A :

**RAMIREZ SALAS ANTONIO EMMANUEL**

ASESOR: LIC, ROMAN VIDAL TAMAYO



JUNIO DEL 2003



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

3

Autorizo a la Dirección General de Biblioteca-  
UNAM a difundir en formato electrónico el presente  
contenido  
NOMBRE Antonia Emmanuel  
Ramírez Salas  
FECHA 23/Janio/2003  
FIRMA [Signature]

## **DEDICATORIA**

*A mis padres: Rigoberto Ramírez Aguilar y María de Jesús Salas Hernández, por enseñarme a luchar e impulsarme siempre hacia delante, por su gran corazón, vocación y capacidad de entrega, pero sobre todo por enseñarme a ser responsable, gracias a ustedes he llegado a esta meta.*

*Y a mi Universidad Nacional Autónoma de México, por darme la oportunidad de aprender y forjarme como profesional.*

# AGRADECIMIENTOS

## *A Dios*

*Por permitirme tener la dicha de haber concluido una de mis principales metas en mi vida.*

## *A mis Padres y Hermanos*

*Que sin su comprensión y apoyo incondicional en los momentos más difíciles, no hubiera logrado realizar este logro en mi formación profesional.*

## *A mi Novia*

*Por la comprensión y apoyo que de ella recibí para impulsar este logro.*

## *A mi Asesor de Tesis*

*Expreso mis muy sinceros agradecimientos a mi director de tesis, Lic. Román Vidal Tamayo, por el generoso tiempo que dedicó a esta investigación, por su respaldo en el desarrollo de las ideas y sugerencias aparentemente irreverentes que se dan lugar en esta tesis y por su predisposición siempre amable, que me permitieron desarrollar una visión más amplia sobre la forma de abordar los procesos de esta investigación.*

## *Mis Sinodales y Maestros*

*Agradezco También las observaciones realizadas por la comisión de sinodales, profesores: Román Vidal Tamayo, Pablo Candelaria Webster, María de los dolores Aguilera y Gómez, Joaquín López Antonio y Alberto Castillo Almanza, pues fortalecieron mi proceso de aprendizaje y contribuyeron a que el trabajo alcanzara un mejor estado de desarrollo. Ya todos los profesores de la carrera, quienes al compartir sus conocimientos y experiencias han contribuido en mi desarrollo profesional.*

## *A Todos mis compañeros*

*Que estuvieron con migo y compartimos tantas aventuras, experiencias, y convivencias (aunque hayan sido pocos, y pocas las veces). Gracias a cada uno por hacer que mi estancia en la Universidad fuera agradable.*

# I N D I C E

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>I)CAPITULO: ANTECEDENTES, ARGUMENTOS Y BASE TEORICA DE LA APERTURA COMERCIAL</b>	
<b>A)ANTECEDENTES DEL COMERCIO INTERNACIONAL</b> .....	7
1)LA RAZON DEL POR QUÉ SE DA EL COMERCIO INTERNACIONAL.....	7
2)TEORIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	9
2.1.-LOS MERCANTILISTAS.....	9
2.2.-LOS CLÁSICOS.....	10
2.3.-LOS NEOCLÁSICOS.....	12
2.4.-EL KEYNESIANISMO.....	14
2.5.-LOS MONETARISTAS.....	16
<b>B)PROTECCIONISMO VS APERTURA</b> .....	18
1)ARGUMENTOS EN CONTRA DE LA APERTURA.....	19
2)ARGUMENTOS A FAVOR DE LA APERTURA.....	20
3)PROBLEMAS DE LA APERTURA COMERCIAL.....	22
3.1.-EL DUMPING.....	22
3.2.-LA SUBVENCION.....	23
3.3.-EL ARBITRAJE.....	24
<b>C)EVOLUCION DEL COMERCIO MUNDIAL Y DE MÉXICO</b> .....	25
1)EVOLUCION DEL COMERCIO MUNDIAL (1970-2000).....	25
2)EVOLUCION DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO (1970-2000).....	34
3)POLÍTICA COMERCIAL DE MÉXICO (1985-2000).....	40
<b>II)CAPITULO: EL SECTOR MANUFACTURERO Y LAS PYMES</b>	
<b>A)EL SECTOR MANUFACTURERO EN MÉXICO (1985-2000)</b> .....	42
1)COMPORTAMIENTO DEL SECTOR MANUFACTURERO.....	43
2)COMERCIO INTRAINDUSTRIAL.....	51
3)PARTICIPACIÓN EN EL PIB.....	52
<b>B)LAS PYMES</b> .....	54

- 1) LA MICRO-EMPRESA.
- 2) LA PEQUEÑA-EMPRESA.
- 3) LA MEDIANA-EMPRESA.

C) EL DESENVOLVIMIENTO DE LAS PYMES DE 1985 AL 2000.....	57
1) NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA.....	57
2) PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA.....	58
3) REMUNERACIONES AL PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIA MANUFAC.....	59
4) PRODUCCIÓN BRUTA TOTAL EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA.....	59
5) VALOR AGREGADO BRUTO EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA (VAB).....	60
6) INSUMOS TOTALES UTILIZADOS EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA.....	61
7) DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LAS PYMES Y SU PERSONAL OCUPADO.....	62
D) PROGRAMAS Y APOYOS PARA LAS PYMES: ANTECEDENTES.....	63
1) APOYO DEL GOBIERNO FEDERAL.....	63
2) APOYO DE NAFIN.....	64
3) APOYO DE BANCOMEXT.....	64
4) APOYO DE LA CANACO Y CANACINTRA DE LA CD. DE MÉXICO.....	65
5) PROGRAMAS DE APOYO A LAS PYMES.....	65
<b>III) CAPITULO:</b>	
<b>COMO DESARROLLAR A LA PYMES</b>	
A) FACTORES QUE DESARROLLAN A LAS PYMES.....	76
1) LA ADMINISTRACIÓN.....	76
2) LA PLANEACION.....	77
3) LA ORGANIZACIÓN.....	78
4) LA CAPACITACION.....	79
B) CONDICIONES QUE NECESITAN LAS PYMES PARA PODER EXPORTAR.....	80
1) ANALIZAR LA SITUACIÓN ECONOMICA ACTUAL.....	80
1.1 -LA SITUACIÓN GLOBAL.....	80
1.2 -COMPETENCIA.....	83
1.3 -DINERO.....	84
1.4 -SALARIOS.....	85
1.5 -CULTURA EXPORTADORA.....	86
1.6 -OBSTACULOS PARA EXPORTAR.....	86
2) TENER UN PRODUCTO EXPORTABLE.....	87
2.1 -EL PRODUCTO.....	87
2.2 -PRECIO.....	89
2.3 -CALIDAD.....	90
2.4 -IMAGEN Y DISEÑO.....	91

2.5.-ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE.....	91
2.6.-LA MARCA.....	93
<b>3)ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN (ESTRATEGIA).....</b>	<b>94</b>
3.1.-ESTUDIO DEL MERCADO META.....	94
3.2.-LA OFERTA EXPORTABLE.....	95
a)LOS ELEMENTOS IMPORTANTES DE LA OFERTA EXPORTABLE.....	96
b)LOS INCOTERMS.....	96
3.3.-LA LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN.....	97
a)EL TRANSPORTE.....	97
b)LOS SEGUROS.....	98
c)LOS TRAMITES ADUANALES.....	98
d)EL PAGO DE SERVICIOS ADUANALES.....	99
i)EL AGENTE ADUANAL.....	99
ii)EL DESPACHO ADUANAL.....	100
3.4.-LAS FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES.....	101
3.5.-ASISTENCIA A FERIAS Y EXPOCISIONES.....	103
<b>C)LA VINCULACION DE LAS PYMES MANUFACTURERAS CON LA GRAN EMPRESA EXPORTADORA.....</b>	<b>104</b>
<b>IV)CAPITULO: PERSPECTIVAS Y PROPUESTAS PARA LAS PYMES, ANTE EL SIGLO XXI.....</b>	<b>107</b>
<b>A)PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS DE LOS PROGRAMAS FEDERALES PARA EL IMPULSO DEL DESARROLLO DE LAS PYMES.....</b>	<b>108</b>
1)PRIMERA SEMANA DE LAS PYMES.....	108
2)TIPOS DE PROGRAMA.....	111
3)INSTRUMENTOS DIRECTOS.....	111
4)INSTRUMENTOS INDIRECTOS.....	112
5)CUADRO SINOPTICO DEL PLAN DE DESARROLLO EMPRESARIAL 2001-2006.....	113
<b>B)LAS ESTRATEGIAS DE LOS PROGRAMAS FEDERALES PARA EL IMPULSO DEL DESARROLLO DE LAS PYMES.....</b>	<b>114</b>
1)ESTRATEGIA 1.....	114
2)ESTRATEGIA 2.....	114
3)ESTRATEGIA 3.....	115
4)ESTRATEGIA 4.....	115
5)ESTRATEGIA 5.....	115
6)ESTRATEGIA 6.....	115
<b>C)LOS PROGRAMAS DE APOYO.....</b>	<b>116</b>
1)SECRETARIA DE ECONOMIA (SE).....	116
2)SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO (SHCP).....	118

3)SECRETARIA DE CONTRALORÍA Y DESARROLLO ADMINISTRATIVO (SECODAM).....	118
4)SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISION SOCIAL (STPS).....	118
5)SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (SAGARPA).....	118
6)SECRETARIA DE EDUCACIÓN PUBLICA (SEP).....	118
7)CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA (CONACYT).....	118
8)SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL (SEDESOL).....	118
9)UNAM-SE.....	118
10)ANIERM-SE.....	119
D)LOS APOYOS DE LA BANCA DE DESARROLLO Y COMERCIAL.....	119
1)NAFIN.....	119
2)BANCOMEXT.....	120
3)BITAL.....	120
4)SANTANDER.....	120
5)BBVA-BANCOMER.....	121
6)CB-BANAMEX.....	121
E)LOS MICROREDITOS.....	121
F)PROGRAMAS DE APOYO PARA LA PYMES, POR PARTE DEL SECTOR PRIVADO.....	123
1)CANACO, CD. DE MEXICO.....	123
2)CANACINTRA, CD. DE MÉXICO.....	124
G)PROGRAMAS DE APOYO PARA LA PYMES, EL CASO DE ITALIA Y CHILE.....	124
1)EL CASO DE ITALIA.....	124
2)EL CASO DE CHILE.....	126
H)EL NUEVO PAPEL DE LAS PYMES ANTE LAS GRANDES EMPRESAS EXPORTADORAS.....	128
1)SU RELACION CON LA GRAN EMPRESA NACIONAL Y MULTINACIONAL DE EXPORTACIÓN.....	128
2)DESARROLLO DE PROVEEDORES.....	129
3)DESARROLLO DE DISTRIBUIDORES.....	130
4)TRANSFERENCIA RECÍPROCA DE CONOCIMIENTOS DE OPERATIVIDAD Y TECNOLOGÍA.....	131
5)CREACION Y DESARROLLO DE UNA RED DE COMERCIALIZACION, NACIONAL E INTERNACIONAL.....	132
V)CONCLUSIONES GENERALES.....	134
GLOSARIO.....	139
FUENTES DE INFORMACION.....	159



## INTRODUCCIÓN

La apertura comercial, es el elemento o la característica más importante y relevante de la actual fase del Capitalismo, el Neoliberalismo. La apertura comercial es ahora, un tema de suma importancia para México, que en los últimos años (1985 a la fecha) ha emprendido una apertura rápida y casi completa de su economía en general, y que ha repercutido en casi todos los ámbitos y sectores del país; económicos, sociales, políticos, culturales, etc.

Antes de esto, México venía practicando una política económica de desarrollo hacia adentro, primero con una política de "Industrialización por sustitución de importaciones" (1934-1952), después siguió con "El Desarrollo Estabilizador" (1953-1970), que se caracterizaron "por una política pública orientada, explícita, y globalmente al fomento de la industrialización"<sup>1</sup>, obviamente interna, que en primera instancia tuvo algunos resultados positivos, como el de lograr establecer una buena y suficiente infraestructura para ese entonces, sustituir bienes de consumo no duradero, y en parte bienes de consumo intermedios; pero en ese periodo de "autarquía" (Economía cerrada al comercio exterior, 1935-1970), y de una Economía semiabierta, "Desarrollo Compartido" (1971-1985), nunca se pudo sustituir los bienes de capital que necesitaba el país, para seguir desarrollándose. Ante esta situación el modelo fracasó, se agotó, ya no era funcional; por lo que fue necesario cambiar la política económica en general del país.

Fue entonces hacia mediados de los ochenta, que México empezó a dar los primeros pasos hacia una verdadera apertura económica y comercial, mediante un conjunto de procesos de desregulaciones y privatizaciones, los cuales eran los elementos principales del proceso de liberalización económica.

La liberalización económica tuvo varios efectos tanto positivos como negativos. Primero esto provocó que empresas extranjeras se interesaran por conocer las posibilidades de invertir en México; además observaron que ya había un gran mercado para ese entonces (cerca de 90 millones de habitantes), así como la gran cantidad de mano de obra barata, y de grandes recursos naturales; que servirían para dichas empresas como insumos. Por otro lado hay que señalar, que esta apertura comercial, no sólo en México sino en toda Latinoamérica en general, ha provocado grandes problemas de desajuste en sus balanzas comerciales; lo que hacía en un principio que las importaciones crecieran considerablemente en una proporción mucho mayor, que a la que crecían las exportaciones, las cuales irían a tener una maduración más prolongada, y esto vino provocando que se incrementara cada vez más el déficit comercial. Y como consecuencia tenían, desde la

<sup>1</sup> Cordera, Rolando "Desarrollo y crisis de la Economía Mexicana" T.39, FCE, México 1995, p. 160.

apertura comercial, que someterse a las reglas y al funcionamiento de la competencia internacional, lógicamente con grandes desventajas competitivas, por su menor experiencia, preparación y conocimiento, pero ya obligados a hacerlo.

Como se ha señalado anteriormente, la apertura comercial ha tenido sus costos pero indudablemente los beneficios también se han hecho presentes, y basta observar el caso concreto de la Unión Europea (UE), que a lo largo de medio siglo ha ido aplicando una política de apertura comercial y económica eficiente, mediante varias fases o integraciones económicas (Tratados o Acuerdos Comerciales, Uniones Aduaneras, Mercado Común, y la actual Unión Económica, que va más allá del Comercio Exterior). Este hecho es suficiente para corroborar que la apertura comercial, les ha traído grandes beneficios a los países que la conforman actualmente, y que les traerá las posibilidades de obtener un mejor desarrollo; tan sólo hay que observar de cerca los casos de España y Portugal, unos veinte años atrás.

Una vez mencionado este ejemplo, observamos que efectivamente sí se da un desarrollo económico con la apertura económica y comercial para la pequeña y mediana empresa, pero de forma marginal para la micro empresa; y podemos asegurar que en México se tienen esas posibilidades; ya que ha venido teniendo toda la disposición de seguir abriendo sus políticas económicas y comerciales; ha dado un giro totalmente diferente al que se llevaba apenas hace poco más de 15 años: se ha ido insertando al nuevo mundo globalizador, con una política económica neoliberal predominante, que en cierta forma ha sido impuesta por los grandes bloques o países comerciales del mundo (Norteamérica, Unión Europea, y Japón), a través de las distintas instituciones internacionales, de carácter económico, financiero y comercial dominadas por ellos, (Banco Mundial-BM, Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico-OCDE, Fondo Monetario Internacional-FMI, y el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, ahora Organización Mundial de Comercio-GATT-OMC). Aunque tenemos que reconocer por otra parte, que estas nuevas políticas en la dirección de la economía nacional, han traído cambios negativos para los sectores de la población más sensibles, por lo que se deben de tomar más en cuenta las necesidades de estos sectores de la sociedad mas marginada al momento de establecer y llevar a cabo las políticas económicas.

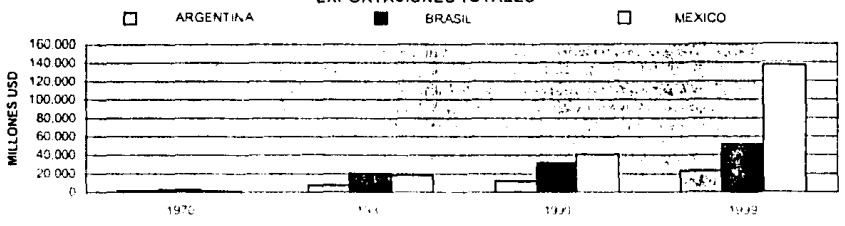
También basta observar que la apertura comercial de México, ha sido de las más importantes y pronunciada de la última década; por ejemplo, para 1982 en México se tenía un arancel general de alrededor del 100%, pero tan sólo cuatro años después con su incorporación al GATT-OMC, en Julio de 1986, las barreras arancelarias comenzaron a decrecer en gran medida, incluso otras han tendido a desaparecer, provocando así de manera importante un aumento en el volumen del comercio exterior, siendo que tan sólo en la primera etapa de la apertura (1982-1987), el volumen del comercio se calculaba en aproximadamente en unos 36 mil millones de dólares anuales en promedio; y

con el ingreso al GATT-OMC, se incrementó a unos 48 mil millones de dólares anuales en promedio, es decir un 33% más. Para ese entonces México ya era el segundo país de Latinoamérica en volumen de comercio exterior, sólo detrás de Brasil. Pero lo más sorprendente es que después, con el anuncio (a principios de 1990) y el plan de conformar un Tratado de Libre Comercio con Norteamérica (TLCAN-NAFTA, con Estados Unidos y Canadá, firmado el 17 Noviembre de 1992), el volumen de las exportaciones mexicanas se dispararon en 1993 a una cantidad de 51,885 millones de dólares, tan sólo en ese año, y de ahí hasta ahora se ha venido incrementando el volumen del comercio exterior: siendo, que para el año 2000, México exportó poco más de 166 mil millones de dólares e importó cerca de 174 mil millones de dólares, convirtiéndose en el primer país Latinoamericano en este rubro (ver graficas 1 y 2), además de contar con el mayor número de Tratados de Libre Comercio, que hasta el año 2001 llegaron a diez TLC's:

- ♦ Chile, el primero de Enero de 1992
- ♦ Estados Unidos y Canada, el primero de Enero de 1994
- ♦ Venezuela y Colombia, el primero de Enero de 1995
- ♦ Costa Rica, el primero de Enero de 1995
- ♦ Bolivia, el primero de Enero de 1995
- ♦ Nicaragua, el primero de Junio de 1995
- ♦ La Unión Europea. (Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido y Suecia), el primero de Julio del 2000
- ♦ Israel, el primero de Julio del 2000
- ♦ Con Honduras, El Salvador y Guatemala (Triangulo del Norte, TN), el primero de Enero del 2001
- ♦ Y AELC. (Islandia, Liechtenstein, Suiza y Noruega), el primero de Julio de 2001

Es decir que nuestro país tiene acuerdos comerciales con 31 naciones de tres continentes.

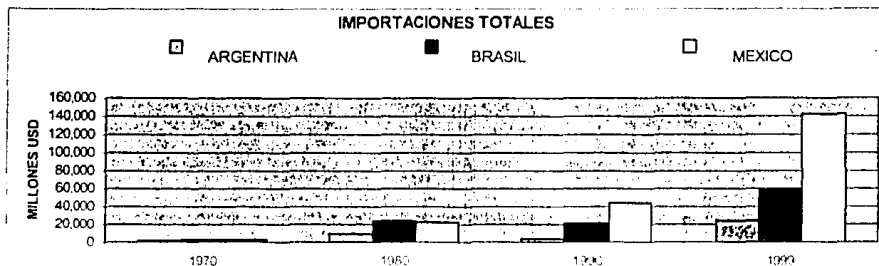
**GRAFICA 1**  
**EXPORTACIONES TOTALES**



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del Fondo Monetario Internacional (FMI), Anuario de Estadísticas Financieras Internacionales México: sin petróleo y sin maquila

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

GRAFICA 2



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del Fondo Monetario Internacional (FMI), Anuario de Estadísticas Financieras Internacionales México, sin maquina

CUADRO 1: Volumen Comercial de Argentina, Brasil y México, (mdd).<sup>2</sup>

Año/Xs	Argentina	Brasil	México	Año/Ms	Argentina	Brasil	México
1970	1,773	2,739	1,440	1970	1,694	2,849	2,470
1980	8,021	20,132	18,030	1980	9,394	22,955	22,140
1990	12,354	31,408	40,710	1990	3,726	20,661	43,550
1999	23,316	51,136	136,703	1999	24,145	57,739	142,063

Gran parte de ese volumen de las exportaciones mexicanas, se deben principalmente a las manufacturas, las cuales a partir de 1989 y 1990, hicieron casi desaparecer el nivel de dependencia del petróleo como el principal producto de exportación y generador de entrada de divisas; pasando entonces este sector (manufacturas) al primer lugar que venía ocupando el petróleo desde 1940, y por lo tanto se ha convertido en el sector más dinámico de la industria y de la economía en general, de 1990 a la fecha. Pero este sector manufacturero, ha crecido también gracias a la dinámica que se ha venido presentando en la última década, en las unidades productivas: micros, pequeñas y medianas empresas (convencionalmente llamadas PYMES). Un porcentaje importante de las exportaciones manufactureras, se hacen ya sea directa o indirectamente desde las PYMES; mismas que se consideran actualmente como el motor de la economías; ya que desempeñan una función crucial en la competencia mundial. Hace dos décadas se pensaba que estas "reducidas" unidades de producción, requerirían de grandes volúmenes de producción, pero la propia historia de la economía industrial

<sup>2</sup> El volumen comercial de México para el año de 1970 estaba un poco más débil que el de Brasil y Argentina, de hecho Brasil tiene mayor participación en estos rubros en los años 1970 y 1980, México incrementa su volumen de comercio por encima del de Argentina a partir de 1980, y por el de Brasil a partir de finales de los 80. Al finalizar esa década de 1980 el volumen comercial de México empieza a crecer a tasas verdaderamente sorprendentes, las más altas del mundo, junto con China. Las Importaciones de México en 1999, son 1.7 veces más que las de Brasil y Argentina juntas en el mismo año. Mientras que las Exportaciones de México son 1.8 veces más que las de Brasil y Argentina también juntas en 1999.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

ha demostrado con hechos y con claridad, que no son agentes marginales de la dinámica competitiva en absoluto, ya que el escenario económico y comercial, no está dominado plenamente por unas cuantas empresas gigantes, sino que muchas veces estas gigantes se apoyan hasta en las mismas PYMES.

Las PYMES son actualmente un agente esencial para cualquier economía, esto por varias razones: "Cubren casi todo el universo empresarial, que oscila entre el 90% y 99%; dan un gran aporte a la inversión, al valor agregado, al salario, pero principalmente al empleo; aunque varían tanto en los países desarrollados como los que están en vías de desarrollo. También se da una relación inversa entre el número de empresas y su aporte económico"<sup>3</sup>, aunque no por eso, dejan de ser de suma importancia para no apoyarlas. Por ejemplo, en el "caso de México en 1994, según los censos económicos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), las microempresas representaban casi el 80% de todas las unidades económicas del país; sin embargo este número de empresas aportó sólo, 29.5% al empleo; 20.3% a la inversión; y 12.7% al valor agregado total de la economía. Y esta situación es muy similar en otros países".<sup>3</sup>

Entonces de acuerdo a los datos estadísticos del INEGI, se observa que las PYMES en general, muchas veces no funcionan a toda su capacidad o pleno empleo, y que esto se debe principalmente por la falta de apoyos de parte del gobierno, y por la gran desvinculación que estas tienen con las grandes empresas exportadoras, tanto nacionales como extranjeras. Por lo tanto el objetivo del presente trabajo está diseñado para expresar y proponer, que la apertura comercial, sí conduce al crecimiento y desarrollo de las PYMES que se dedican al sector manufacturero en México, cuando éstas se relacionen más estrechamente en lo económico-productivo-comercial con las grandes empresas exportadoras.

El trabajo se divide en cinco secciones o capítulos: en el primer capítulo se analizan los antecedentes del comercio internacional, las razones del por qué se da éste, las ganancias que trae consigo, así como las principales teorías y problemas que se han derivado, así mismo se mencionan los argumentos en contra y a favor; y algunas referencias históricas de la evolución mundial del comercio y la apertura y política comercial de México.

En el segundo capítulo, se analiza todo lo referente al sector manufacturero (su evolución y comportamiento de 1985 al año 2000) y las PYMES, su clasificación, su desarrollo y desenvolvimiento desde la apertura comercial su reacción, así como su participación en el PIB total, PIB manufacturero,

---

<sup>3</sup> Rev. Comercio Exterior, Bancomext, mensual, México, D.F., Vol. 51, No. 12, Diciembre de 2001, p. 1096.

<sup>4</sup> IBIDEM.

empleo, número de establecimientos, valor agregado, inversión, etc., y por ende en el desarrollo del país. También se menciona que el desarrollo de las PYMES en los últimos años, demuestra que cuentan con importantes ventajas para hacer frente con éxito al nuevo ámbito comercial; debido a que sus procesos de producción son más flexibles, lo que les permite adaptarse mejor y más rápidamente a los nuevos desarrollos e innovaciones tecnológicas, contar con mejores controles de producción, y que sus formas de organización son menos burocráticas y más sencillas.

En el tercer capítulo, se analiza y estudia lo que las PYMES manufactureras necesitan para poder desarrollarse y convertirse en una empresa exportadora. Primero se analiza lo que necesita desde el punto de vista de una empresa como tal, tomando en cuenta los rubros o áreas más importantes, como la planeación, la capacitación, el financiamiento, la innovación, etc., además de las condiciones necesarias que deben cumplir para poder hacer llegar sus productos a los diferentes mercados externos; así como el de tener un producto exportable y competitivo; realizar análisis de mercado; cumplir con las diferentes normas arancelarias y no arancelarias; cumplir con las diferentes obligaciones fiscales; así como el de elaborar una buena logística, para hacer llegar sus productos. Y finalmente la relación que deben tener las PYMES manufactureras con las grandes empresas exportadoras.

El cuarto capítulo, trata sobre las perspectivas y propuestas para las PYMES ante el siglo XXI; se exponen las estrategias que emplearán tanto el actual gobierno de Vicente Fox Quezada (a través de la Secretaría de Economía, Bancomext y Nafin entre otras instancias del gobierno), así como también, las propuestas o apoyos que brinden instituciones privadas, como la Cámara Nacional de Comercio (CANACO), y la Cámara Nacional de la Industria y la Transformación (CANACINTRA), ambas de la Ciudad de México; para impulsar el crecimiento y desarrollo de las PYMES. Además se exponen los casos de Italia y Chile en los apoyos y programas que otorgan a las PYMES; esto con la finalidad de realizar una comparación para observar los diversos resultados entre esos países y México. A partir de esto se analiza la situación a la que se enfrentará este sector de la PYMES, principalmente en su vinculación con la gran empresa exportadora y el comercio exterior en sí. La promoción de la PYMES, ha sido y es actualmente uno de los temas más importantes que se han planteado los gobiernos anteriores (sin mucho éxito), y el actual; y que han sido plasmados en los diferentes Programas de apoyo, tanto de la Industria como del Comercio Exterior, por lo que es importante señalar las vías que se tomarán o están tomando, y analizar los resultados que se vayan dando, para observar e indicar si se están cumpliendo las metas para el desarrollo de este sector.

Por último, en el capítulo quinto, se dan a conocer las conclusiones generales de los resultados a los que se han llegado, de acuerdo a la investigación y desarrollo de la misma.

## **CAPITULO I**

### **ANTECEDENTES, ARGUMENTOS Y BASE TEORICA DE LA APERTURA COMERCIAL**

#### **A) ANTECEDENTES DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

##### **1) LA RAZON DEL POR QUÉ SE DA EL COMERCIO INTERNACIONAL**

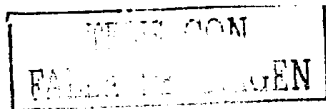
El Comercio Internacional, se da a partir de que un país, pueblo o región, tiene un excedente en su producción, para lo cual en primera instancia, se dedica a producir para el consumo netamente interno; pero lo que no se consume internamente, trata de intercambiarlo por otros productos que no produce. En algunas ocasiones, sólo vende o a veces sólo compra.

El consumo es el elemento determinante del Comercio Internacional y de cualquier otra actividad económica, por lo tanto al haber consumo, se necesita producir, y para producir es fundamental el trabajo, el cual es el único generador de valor económico, ya que el capital, la técnica y los conocimientos, son y han sido creados por el mismo hombre, como los principales factores de producción, con el objetivo fundamental de facilitar y efficientar la fuerza de trabajo para producir. El Comercio Internacional se da a partir de que estos factores sufren una expansión y se aumenta la productividad de la fuerza de trabajo, lo que con el tiempo trae una capacidad competitiva de una determinada región o país, frente a otros, y esto provoca que se dé el intercambio comercial; a esto hay que sumarle las ventajas comparativas que tienen los países, además de otros aspectos como el desarrollo y expansión de las empresas transnacionales y multinacionales, la negociación de las firmas y también la de los países, mediante tratados o acuerdos.

El comercio en sí, hace referencia a una economía de mercado, en donde los consumidores tratan de satisfacer o satisfacen sus necesidades, lo cual es la piedra angular del sistema capitalista. "El comercio se halla presente en todos los aspectos de la vida, ya sea en el comercio de la fuerza de trabajo (salario), del dinero (tipo de interés), del comercio de mercancías (precio), y del comercio de divisas (tipo de cambio). Toda operación comercial, implica la confrontación de dos magnitudes: Una Oferta y una Demanda, a las que se añade su resultante: el precio."<sup>5</sup>

Por lo tanto el Comercio es en esencia una actividad puramente lucrativa, en donde se dan las relaciones de intercambio de mercancías y servicios mediante un pago, en cualquier especie aceptada, ya sea en dinero (casi

<sup>5</sup> Torres Gaytan, Ricardo, Teoría del Comercio Internacional, FCE, 22ª. ed., México, 2000, p. 10.



siempre), o incluso en forma de trueque (algunas veces). La misma relación de intercambio comercial, supone que las dos partes (vendedor-comprador, exportador-importador), obtengan beneficios aunque sean diferentes. Es importante señalar también, que el comercio internacional tiene rasgos y características propias, que lo hacen diferente al comercio nacional o interno, y esto por varias razones: Que al comercio internacional se le añaden otros factores que se presentan forzosamente, como los cobros o los pagos en otras monedas diferentes a la interna (tipo de cambio); barreras de carácter natural, como la lejanía (costos de transporte adicionales); barreras de carácter artificial (como barreras arancelarias), así como las barreras no arancelarias, que son las que actualmente obstruyen más al comercio internacional (tales como, permisos, normas, calidad). Pero aún así, el comercio internacional tiene la misma finalidad, como el comercio nacional o interno, que es el lucro; aunque utiliza otras formas y medios para llevar a cabo su objetivo.

Por otro lado, la evolución histórica del comercio internacional se ha fundamentado en diferentes regímenes sociales y económicos que, en principio, sólo se basaban en el ámbito local o feudal (siglos V al XV), y que posteriormente se unieron o fusionaron varios de estos feudos<sup>7</sup>, hasta llegar a formar los Estados-Nación (siglo XVII), ya con una dirección más formal política y económica, que fueron desarrollándose para fortalecer a una incipiente economía internacional. Estas mismas transformaciones se ven plasmadas en las diferentes fases del modo de producción del Capitalismo. El Feudalismo como antecedente, el Mercantilismo como la piedra angular del comercio internacional, así como el Colonialismo, el Imperialismo, y el actual Neoliberalismo; como posteriores formas de asegurar las relaciones económicas internacionales.

Por lo tanto, los países o las economías realizan el comercio internacional, por dos razones básicas, además de la anteriormente mencionada (el excedente). "Primero, porque se consideran que todos los países son diferentes entre ellos, por lo tanto cada uno obtiene beneficios de esas diferencias, mediante una relación en la que cada país, hace o produce lo que mejor sabe hacer relativamente, e incluso donde tiene ciertas ventajas para poder hacerlo. Y segundo, se dice que los países comercian para conseguir economías de escala en la producción; es decir si cada país produce sólo un limitado número de bienes, puede producir cada uno de esos bienes a una escala mayor y, por tanto de manera más eficiente, que si intentará producir todo."<sup>8</sup>

Por último, se ha reconocido por muchos autores del tema, que la práctica del comercio internacional es un instrumento de bienestar y de desarrollo

<sup>7</sup> Feudo: Pequeñas unidades o centros (Burgos) de producción que se establecieron alrededor de los reinos durante la época de la Edad Media, la cual se basó en el Modo de Producción Feudal; y que las cuales tenían la función de pagar un tributo al rey o reino al que pertenecieran, en forma de especie, por medio del señor feudal. Era un impuesto que equivalía al 20% de su producción total, llamado también el "quinto real".

<sup>8</sup> Krugman, Paul; Obstfeld, Maurice, Economía Internacional, Teoría y Política, Mc Graw Hill, 4ta. Ed., España, 1999, p. 11.





económico para cualquier nación; aunque más para unas y menos para otras. Por ejemplo, para el año de 1994, el volumen comercial de Holanda, representaba alrededor del 50% de su Producto Interno Bruto (PIB); mientras que para los Estados Unidos, considerado el país más Neoliberal y de los más abiertos, su volumen comercial para el mismo año, sólo representaba alrededor de 10% u 11% de su PIB. Esto en sí, nos da a entender que el comercio internacional es más importante para Holanda, e incluso para otros países, que para el mismo Estados Unidos, a pesar de su tamaño y de su gran diversidad de recursos.<sup>7</sup>

## 2) TEORIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional comienza a estudiarse como tal, y en forma separada de la economía nacional, sólo hasta la época de los Mercantilistas; posteriormente lo hacen las diferentes corrientes o doctrinas económicas, como los Clásicos en una postura más formal; los Neoclásicos, desarrollando los principios de los Clásicos; el Keynesianismo refutando a los primeros, y proponiendo otras teorías; y por último los teóricos Monetaristas, llamados también Neoliberales, que en esencia profesan las mismas teorías que los Clásicos, pero con algunos agregados o aportaciones importantes, debido a la misma dinámica de la economía y comercio internacionales.

### 2.1.-LOS MERCANTILISTAS

Los Mercantilistas comienzan a estudiar el comercio internacional en una forma más específica que sus predecesores o precursores, que en cierta forma fueron los Fisiócratas. Esto se debió prácticamente a tres razones fundamentales: 1) En esa época surgen las nacionalidades o la creación de los Estado-Nación, siendo Inglaterra y Francia los primeros países como tales. 2) El comercio exterior, era ya considerado como ingresos para la Hacienda Pública; y 3) Se empezaba a preocupar por la necesidad de explicar los nuevos fenómenos que traía consigo el comercio exterior, como el tipo de cambio, las diferentes restricciones o barreras al comercio exterior (costos por distancias, aranceles, tarifas, etc.); así como la inminente y creciente competencia por apropiarse de los diferentes mercados, entre los "nuevos" países. "Las Cruzadas, también ayudaron a explicar y acrecentar el comercio internacional (1095-1270), ya que fueron las que pusieron en contacto a los pueblos europeos, con los pueblos asiáticos."<sup>8</sup>

El Mercantilismo, como corriente de pensamiento económico, abarcó desde el siglo XVI hasta el siglo XVIII, prácticamente. En ese tiempo se dio la época del Renacimiento, que trajo consigo una nueva percepción de la vida, y a su vez grandes cambios importantes en la actuación de todos los órdenes de la vida misma (económico, social, político, cultural, religioso, artístico,

<sup>7</sup> Krugman, op. cit., p. 2.

<sup>8</sup> Torres, op. cit., p. 31.

filosófico, etc.). Con el Mercantilismo, el centro de atención fue el Estado, y ya no la Iglesia (religión y moral), como lo había sido en la época de la Edad Media; ni tampoco el individuo o la mercancía, como posteriormente fue, sino que para ellos (Mercantilistas), lo que representaba más bien la riqueza, era el atesoramiento de los metales preciosos. Otro de sus objetivos, era la conformación de un Estado fuerte y rico, tanto económico como políticamente, basado en sus fuerzas productivas. Entre sus aportaciones más importantes, se encuentran:

- Su pensamiento económico giró alrededor de la mercancía
- Eliminar toda forma de proteccionismo
- Teoría Cuantitativa del Dinero
- Indicios sobre el Tipo de Cambio
- Reconocieron que las diferencias que tenían los países en sus recursos naturales, los llevaría a realizar el comercio internacional
- Fomentaron las exportaciones, y restringieron las importaciones (indicios sobre la Teoría de la Balanza de Pagos), donde la meta era alcanzar una balanza comercial favorable, apropiándose de los codiciados metales preciosos (oro y plata)
- Atribuyeron al trabajo, como el único generador de valor
- El Estado una vez constituido como tal, se encargaba del monopolio del comercio exterior, y del control total de sus colonias para expandir su comercio
- Reconocieron que los servicios también provocan pagos
- El manejo de la tasa de interés para ayudar al comercio exterior.
- Algunos de sus principales exponentes, fueron: Malynes, Colbert, Locke, Simón Clement, William Petty, North.
- Posteriormente viene David Hume, con su teoría Monetaria del Comercio Internacional.

La expansión del mismo comercio trajo varios efectos:

- Una producción industrial en gran escala, liderada por Inglaterra
- El desarrollo de los transportes
- El uso intensificado del crédito y de la moneda
- La división del trabajo
- Además del inicio de la teoría de la Política Económica.

Todo lo anterior, en sí fueron algunas de las ideas principales en las que se apoyaron los mercantilistas, para explicar el comercio internacional. Aunque no fueran todavía muy claras, sirvieron de base para constituir a la nueva corriente de pensamiento económico, los Clásicos.

## 2.2.-LOS CLÁSICOS

Los Clásicos, para poder desarrollar sus ideas como una corriente económica, tomaron como base algunos principios de los Mercantilistas, e incluso de los Fisiócratas; pero aún más de la filosofía de la Ilustración, que se expandió por casi toda Europa en el siglo XVIII, y en todos los

campos del conocimiento. Por el lado del ámbito económico, originó el Libremercantilismo o Liberalismo, que se basaba primordialmente en el bienestar material.

Por un lado, los Fisiócratas creían que el sistema económico actuaba por sí sólo, apoyándose en la mencionada frase "*dejar hacer, dejar pasar*"; en la que hacían referencia a que una buena política del Estado, era precisamente no intervenir en el libre juego de las fuerzas económicas, sólo cuando el proceso económico fuera interrumpido por los mismos individuos; ya que las mismas leyes de la oferta y de la demanda, se encargarían de regularlo todo, tanto en lo productivo como en lo comercial.

Así, los Fisiócratas prepararon el camino para los Clásicos, basándose en el principio del individualismo económico, que se sustentaba en la libertad en todos los órdenes. Por tanto, Francia como Inglaterra fueron influidos por esta filosofía que fue ampliada y practicada por la segunda, por medio de sus economistas Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill, quienes elaboraron la teoría Clásica del Comercio Internacional, a partir del año de 1776.

El Modelo Clásico del Comercio Exterior, lo expusieron los autores y economistas antes mencionados, bajo tres clases de supuestos: 1) Los que tenían como fin simplificar la comprensión del intercambio comercial entre países; 2) Los que se consideraban que tenían vigencia real; y 3) Otros supuestos de tendencia que irían surgiendo y que era necesario aplicarlos a la explicación del Modelo. Sus principales características son:

#### 1) Supuestos Simplificadores

- a) Que únicamente habían dos países, que comerciaban con sólo dos mercancías
- b) No había costos de transporte, ni obstáculos artificiales al comercio (aranceles)
- c) Los costos eran constantes, cualquiera que fuese el volumen de la producción
- d) Los países intercambiaban mercancías a base de trueque. Por tal razón no consideraban ingresos y egresos por concepto de servicios, ni por el movimiento de capitales.

#### 2) Supuestos Fundamentales

- a) Sólo había un factor generador de valores económicos: el trabajo
- b) La movilidad de los factores era perfecta en cada país, y nula o imperfecta entre países
- c) Regía en forma proporcional y casi automática la Teoría Cuantitativa del Dinero
- d) La economía trabajaba a corto plazo, a nivel de ocupación total de los factores productivos o cerca del pleno empleo
- e) No había desequilibrios fundamentales, causados por el ciclo económico, puesto que la economía siempre tendía al equilibrio
- f) El funcionamiento se regía, por el comportamiento del mercado, o sea por la Ley de Say, *en la que toda Oferta crea su propia Demanda.*

### 3) Supuestos de Tendencia, que deberían ser objeto de Política Económica

- a) Los Clásicos daban por hecho de que no habían obstáculos artificiales, y todo se hacía al libre cambio. Pero sí pugnaban por la eliminación de toda traba al comercio exterior, principalmente a la importación.
- b) Daban por sentado la igualdad económica y política de los Estados.<sup>9</sup>

Entre sus principales aportaciones, están:

- ◆ "La teoría de la autorregulación de los metales
- ◆ La teoría de la división internacional del trabajo (Adam Smith), al demostrar las ventajas de la especialización y la conveniencia del intercambio entre países, y que al mismo tiempo se da un incremento en la productividad. Además de la Teoría de las Ventajas Absolutas, en la que se refiere a que un país produce una o unas mercancías donde tienen más ventajas absolutas, sobre otro país.
- ◆ La Teoría de las Ventajas Comparativas Relativas (David Ricardo); que es cuando unos de los países, produce a menor costo las dos mercancías o demás mercancías que comercia, pero con ventajas de diferente proporción en cada mercancía. Además de la Teoría de la Movilidad de los Factores, en la que se apoyaban tanto por el intercambio nacional, como por el intercambio internacional.
- ◆ La Teoría de la Demanda Recíproca (John Stuart Mill), que la consideraba como la fuerza principal determinante de la relación de intercambio. Además de determinar el reparto de la ganancia global, y por tanto el beneficio neto que cada país obtiene por el intercambio comercial."<sup>10</sup>

En general, éstos son los principios y fundamentos teóricos de la Teoría Clásica del comercio internacional.

## 2.3.-LOS NEOCLÁSICOS

A finales del siglo XIX, la estructura de la economía europea ya venía sufriendo transformaciones muy importantes, por el incremento del empleo del capital y de nuevas técnicas de producción que aumentaron la productividad del trabajo y la producción en serie. El industrialismo comenzó a expandirse. Los niveles de vida empezaron a crecer en los incipientes países industriales.

Ante esto, surgió el Marginalismo como una necesidad de explicar el origen de los valores económicos, así como la distribución del producto. En lo productivo, se dedujo que cada factor de la producción contribuye al proceso, de acuerdo con su capacidad o utilización, es decir a su aportación marginal. Por otra parte, en lo que se refiere a la fase de la distribución, se daba a cada agente una parte de la producción, y por ende una ganancia o

<sup>9</sup> Torres, op. cit., pp. 79-80.

<sup>10</sup> Ibid., pp. 100-101

remuneración (Ley natural de la Distribución), en función de su productividad.

Con este cambio ideológico, el modelo clásico del comercio internacional, fue objeto de cambios y modificaciones importantes, aunque no sustanciales. Fue así que surgió la escuela de pensamiento económico marginalista, conocida más por el nombre de corriente neoclásica. El objeto de los Neoclásicos, fue el de acercar el modelo clásico más a la realidad, eliminando los supuestos simplificadores o irreales, pero manteniendo firmes casi todos los supuestos fundamentales y algunos de tendencia. Por otra parte, sí hubo un cambio estructural o sustancial, que fue el de quitarle la exclusividad al factor trabajo como el único generador de valores económicos, compartiendo esta función en gran parte, con el factor capital.

Los principales exponentes de esta Teoría, fueron: Senior, Marshall, Heckscher, Ohlin, Samuelson, Walras, Chamberlin, Robinson, Jevons, Pareto, Menger, Pigou, Clark, etc. Varios de ellos se apoyaron en los planteamientos de David Ricardo, principalmente.

El modelo neoclásico se basó en cuatro teoremas, los cuales se consideran como conclusiones válidas universalmente, siempre y cuando se cumplan los supuestos, que se exponen después de los Teoremas.

#### TEOREMAS

- 1) "Igualación de los Precios de los Factores: que 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.
- 2) Teorema de Rybezynski: bajo ciertas circunstancias, un incremento en la dotación de un factor de la producción, provocará un aumento en la producción del bien que lo utilice relativamente, o de manera intensiva.
- 3) Teorema de Heckscher-Ohlin: bajo ciertas circunstancias, un incremento en la dotación de un factor de producción, provocará un aumento en la exportación del bien que la utilice relativamente, o de manera intensiva.
- 4) Teorema de Stolper-Samuelson: bajo ciertas circunstancias, un incremento en el precio de un bien, provocará un aumento en la remuneración real del factor productivo utilizado más intensivamente en su producción."<sup>11</sup>

Los otros Supuestos que generalizaron al Modelo Neoclásico, fueron:

\*Varios países y diversidad de economías: Que se refiere, a que se va a producir y a comerciar, según las dotaciones de cada país, de acuerdo a la región en que se localice (tropical, templada, minera e industrial), y de acuerdo a las ventajas comparativas que tengan.

<sup>11</sup> Schettino, Macario, Economía Internacional, Iberoamerica, Ira. ed., México, 1995, p. 38.

\*Costos de transportes y aranceles: Estos tienden a "disminuir" las diferencias de los costos entre los países, lo que implica disminuir el comercio o lo obstaculiza.

\*Ingresos y Pagos por Servicios: Porque estos son rubros importantes, ya que representan tanto ingresos como egresos para un país, que muchas veces permite solventar el excedente de importación o exportación.

\*Economía monetaria: Aquí los Neoclásicos eliminan el trueque para hacer un análisis más real del intercambio comercial, mediante los costos monetarios, precios, tipos de cambio, etc.

\*Los salarios: Para determinar los factores que rigen los salarios reales, los ingresos nominales, los precios de éstos en los diferentes países, de acuerdo a la productividad y actividad de trabajo. Concluyendo así, *que los salarios son mayores en la industria que se dedica a la exportación, que a la industria que produce para el mercado doméstico.*

\*Introducción de los costos variables: Que se refiere, a que el factor trabajo se vuelve más eficiente y productivo, cuando se complementa con otros instrumentos de producción (mejores tecnologías, procesos avanzados, o una mejor dotación de recursos naturales).

Por último, tenemos que:

- ◆ Lo que determina a realizar el comercio internacional, son las mismas diferencias que existen entre los países, en su oferta de factores productivos
- ◆ Se da una "Localización" de la producción, ya que los factores de la producción están distribuidos en proporciones diferentes (recursos naturales, mano de obra, capital, tecnología y hasta organización)
- ◆ El comercio internacional surge y es parte del comercio interregional
- ◆ Cada región o país utiliza en mayor proporción, aquellos recursos que tiene en "abundancia", debido a que le es más barato conseguirlos u obtenerlos, y esto trae como consecuencia las diferencias en los costos de los factores
- ◆ Las diferencias de las ofertas de factores y los precios de estos factores, influyen en que se dé la "Localización", y en cierta forma indican la dirección del comercio
- ◆ Las diferencias de los precios de cada región o país, empujan a formar y establecer un tipo de cambio (precio de una moneda local o interna, frente a otra extranjera o externa).

## 2.4.-EL KEYNESIANISMO

Con los efectos causados por la Primera Guerra Mundial, sumados a la Gran Depresión y el "*Crack de Octubre de 1929*", hicieron surgir a una nueva corriente de pensamiento económico, el Keynesianismo, con su gran aportación: *La Teoría General del Empleo, el Interés y el Dinero*, expuesta por su creador, John Maynard Keynes.

Este economista negó en primera instancia, que la economía de libre mercado lleve espontáneamente el equilibrio a un nivel de pleno empleo. Pero su análisis y estudio los centra más bien, en las variables que

determinan el nivel general del empleo y de la misma actividad económica; tratando de explicar en sí, los problemas que venían aquejando al sistema capitalista, que ya había tenido su primer gran revés (Crack de 1929).

El modelo original de Keynes se basa en el supuesto de una economía cerrada, pero su misma teoría incluía ciertas novedades y elementos que consideraban también, el estudio y el análisis del comercio internacional, mediante la utilización de los grandes agregados económicos: Ingreso Nacional o PIB, Consumo, Inversión, Gasto Público, Exportaciones e Importaciones (Y, C, I, G, X, e M), es decir su análisis lo hacía con un enfoque macroeconómico.

Otros autores importantes, que aportaron ideas nuevas a la Teoría del Comercio Internacional, fueron: La señora Robinson, R. F. Harrod, Haberler, Salant, Metzler, Kindleberger, entre otros. Con la aportación de éstos y la del propio Keynes, fue posible explicar el proceso de ajuste y el comportamiento de la balanza de pagos, y la misma fluctuación económica; con lo que ahora se relacionaba la teoría del comercio internacional, con la teoría de los ciclos económicos. Además de que ya se comenzaba a reconsiderar las causas de los tipos de cambio fluctuantes, y de las implementaciones de una política comercial.

Anteriormente, la balanza de pagos funcionaba bajo la concepción puramente monetarista, en la que el equilibrio se lograba mediante el funcionamiento de los movimientos en oro y una cierta elasticidad de los precios. Es decir que cuando un país lograba un excedente en las importaciones (déficit comercial), cubría dicho déficit mediante pagos en oro, lo cual provocaba una salida de este metal que se reclutaba hacia los países que presentaban prácticamente un superávit comercial. Debido a este movimiento los costos y precios bajaban, las importaciones se reducían y las exportaciones aumentaban en los países deficitarios; mientras que por el lado de los países superavitarios, sucedía todo lo contrario. Este proceso de ajuste se complementaba, mediante la aplicación de tasas de interés a los movimientos de capital. Pero para Keynes, "el proceso de ajuste se da principalmente por medio de los cambios en el nivel de ingreso y de la ocupación misma."<sup>12</sup>

Por otro lado, ya en el tiempo de la posguerra (después de la Segunda Gran Guerra Mundial), se tenían en mente las graves consecuencias de la primera posguerra, y para evitar lo mismo, surgieron nuevas aspiraciones con un enfoque de "Cooperación Internacional" entre los países; por tanto se crearon organismos internacionales para cumplir con el nuevo objetivo, como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM), y posteriormente el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT-OMC). Los efectos de la Segunda Guerra Mundial, provocaron grandes y nuevos cambios de orden estructural y funcional, que empujaron a su vez a dar un cambio total a la política del comercio internacional, aceptando

<sup>12</sup> Torres, op. cit., p. 146.

básicamente las ideas y planteamientos del Keynesianismo, para aplicarlos en las políticas económicas en general.

La teoría Keynesiana explica el funcionamiento del Sistema Económico a partir de la *Ley Psicológica Fundamental*: "A medida que aumenta el ingreso de una comunidad, ésta destina una cantidad absoluta mayor al consumo, pero a una tasa proporcionalmente menor respecto al incremento del ingreso, en consecuencia el porcentaje destinado al ahorro será mayor"<sup>13</sup>. Para efectos del Comercio Exterior, un aumento en el Ingreso Nacional Total (Y), hay también una fracción que aumenta en las Importaciones (M),  $\Delta M / \Delta Y$ . Mientras que los cambios en las Exportaciones (X), son factores determinantes en los cambios en el Y. Por lo que la ecuación general que describe el Modelo Keynesiano, es:

$${}^*Y = C + I + G + X - M \quad (\text{ECUA. 1})$$

Es para una Economía abierta

$$C + S + T = C + I + G + X - M \quad (\text{ECUA. 2})$$

$$C + S + T + M = Y = C + I + G + X \quad (\text{ECUA. 3})$$

Cancelando el factor común (C), se tiene que:

$$S + T + M = I + G + X \quad (\text{ECUA. 4})^{14}$$

\*Donde Y=Ingreso Nacional; C=Consumo; I=Inversión; G=Gasto Público; X=Exportaciones; M=Importaciones; S=Ahorro y T=Impuestos

Con estas ecuaciones se deduce, que las variables macroeconómicas de la derecha (segundo miembro de la ecuación 4), G, I, X; son las principales variables que orientan hacia el crecimiento del Y. Mientras que las del lado izquierdo (primer miembro de la ecuación 4), S, T, M; frenan o retraen al Y.

Por último, siempre que un país gaste más (o menos), de lo que pueda producir, creará una tendencia de desajuste interno, que posteriormente se traducirá en un desequilibrio externo.

## 2.5.-LOS MONETARISTAS O NEOLIBERALES

La corriente Monetarista descansa o desemboca principalmente en lo que ahora se denomina la corriente Neoliberal, la cual empieza a surgir a partir de los años treinta. Los Neoliberales se dedican a fomentar y ensalzar la competencia capitalista, asegurando que ésta con su mecanismo, garantiza mejores condiciones para el desarrollo de las fuerzas productivas. Además estos siguen abogando por las libres fuerzas del mercado y por la no intervención del Estado en la economía, aunque a veces la consideran inevitable (el caso de monopolios). Y aunque al final de cuentas, al

<sup>13</sup> Jones, op cit, p 150

<sup>14</sup> Jones, op cit, p 161



Monopolio lo consideran menos dañino para sus intereses, que otras situaciones o factores, como la creación y formación de los Sindicatos, los cuales sí afectan sus intereses (de las grandes empresas), ya que los consideran más fuertes y hasta peligrosos.

Por otro lado, el Neoliberalismo se proclama en contra del Keynesianismo, al considerar que el Estado no debe de mantener un nivel alto en el Gasto y la Inversión Pública, como lo proponía el mismo Keynes. Rechazan así mismo, el impuesto progresivo (Samuelson) y declaran que, para estimular las inversiones de capital, es necesario tener una política económica constante. Además de propugnar la estabilización de un sistema monetario como procedimiento para lograr una economía estable. Ideológicamente se basan en la "*Democracia Burguesa*", en la que se refieren a la libertad de empresa, la libertad de la relaciones comerciales y la libertad política.

Pero es bien sabido por la burguesía-neoliberal, que la teoría tradicional del comercio internacional, ya no es suficientemente capaz de explicar el intercambio actual entre países, ya que se debe adaptar a las dos realidades presentes:

- 1) "El intercambio comercial entre iguales
- 2) Y el intercambio comercial entre desiguales."<sup>15</sup>

El primero se refiere, a que se debe elaborar una teoría, y que de ella se desprenda una política comercial que genere un intercambio comercial recíproco y equitativo entre los países en vías de desarrollo; y la segunda indica, que se elabore otra teoría para los países más desarrollados, sin otorgarles la misma reciprocidad.

Los neoliberales también reconocen la actual división internacional del trabajo; en la que sectores como la gran industria, el gran comercio, las finanzas y los grandes transportes, están reservados para los países industrializados; mientras que las actividades o sectores, principalmente primarios o con menor valor agregado (alimentos y materia primas), y algunas manufacturas (especialmente del sector maquilador), están constituidas como la fuente principal de divisas o ingresos de los países en vías de desarrollo.

El principal autor del neoliberalismo y al mismo tiempo continuador de las ideas de Adam Smith, es Milton Friedman, profesor de la escuela de Chicago y premio Nóbel de Economía en 1976. Él sostiene como ya lo habíamos mencionado, que "el Estado debe mantenerse alejado completamente de los asuntos económicos, debido a su naturaleza despilfarradora que produce un permanente déficit presupuestario; y a la presión que en él, ejercen algunos grupos fuertes privilegiados, que al corromper a los funcionarios estatales obtienen beneficios particulares mediante el tráfico de influencias. Debido a esto, la función del Estado, es la de un simple regulador de las relaciones entre los particulares que mueven la Economía, dejando en libertad las fuerzas del mercado y

<sup>15</sup> Torres, op. cit., p. 197.

regulando la emisión del dinero para mantenerla a un ritmo constante, dependiendo del crecimiento y de la misma actividad económica. <sup>16</sup>

Los Monetaristas (neoliberales) abogan por una política económica de contracción a la cantidad de dinero disponible, con el objeto de reducir la oferta monetaria, para así no hacer crecer los salarios y aumentar las ganancias, para expandir el comercio.

Por otra parte cabe mencionar, que hay instituciones internacionales, que se destacan como promotoras del neoliberalismo: el FMI, el BM y la OMC; que se destacan por sus constantes recomendaciones o recetas económicas y comerciales estabilizadoras, con un enfoque a corto plazo generalmente, como:

- Apertura económica constante
- Insertarse a la era de la globalización
- Austeridad en el gasto e inversión pública
- Ajuste estructural (reforma fiscal, inflación baja, venta de paraestatales, etc)

Como conclusión, actualmente se reconocen la existencia de varias corrientes de pensamiento económico del comercio internacional, como los nekeynesianos, postkeynesianos, y los nuevos clásicos (neoliberales, monetaristas), éstos últimos prevaleciendo sobre los demás en la aplicación de sus ideas. En la actualidad, se piensa o cree que hay varias teorías más para explicar el comportamiento del comercio internacional, que cada vez se hace más complejo. Entonces se puede señalar que las principales teorías del comercio internacional (diferentes tecnologías, dotación de recursos/factores, economías de escala, poder oligopólico, diferenciación de producto, comercio intraindustrial, liberación comercial), surgen a partir del mismo desarrollo económico de tres entes, por así llamarles: empresas, países y regiones.<sup>17</sup>

Aunque realmente todavía no se cuenta con una teoría del comercio internacional, que generalice o explique los problemas, y que al mismo tiempo proponga soluciones de manera objetiva y positiva; de alguna forma, todas las teorías anteriormente expuestas han contribuido para el desarrollo del Comercio Internacional.

## **B) PROTECCIONISMO VS APERTURA**

Proteccionismo y apertura comercial, son los dos principales aspectos que se han discutido durante los siglos XVIII, XIX y XX, e incluso actualmente por diferentes economistas, básicamente en lo que se refiere a comercio internacional. Estos dos aspectos han desembocado en formas de políticas comerciales, las cuales han sido utilizadas por los diferentes gobiernos o Estados, regiones y empresas, para defender sus intereses. Mientras unos abogan por un proteccionismo (empresas, industrias, sectores económicos,

<sup>16</sup> Véase Friedman, op. cit., pp. 25-61.

<sup>17</sup> Schettino, op. cit., p. 61.

etc.), otros más buscan por todos los medios, para que se dé una apertura comercial total. Por tanto, a continuación se expresan los argumentos de cada uno de estos aspectos.

## 1) ARGUMENTOS EN CONTRA DE LA APERTURA

Uno de los principales argumentos, es el que se refiere a la protección de la industria naciente o "*infantil*", que se refiere a que "Una industria que está iniciando, está en un punto tal de la curva de aprendizaje (desarrollo), que si no se le protege sería devastada por las empresas internacionales (obviamente desarrolladas), que se dedican a producir lo mismo (el mismo giro o línea de productos). La idea es entonces proteger a la industria naciente, hasta que ésta alcance economías de escala suficientes para ser competitiva a nivel internacional y entonces lazarla al mercado exterior."<sup>18</sup>

Otro argumento que consideran, es que como la economía no está en pleno empleo, la apertura puede acabar con la industria interna, se pierden empleos que casi nunca se trasladan a otro sector, y por lo tanto cae el consumo nacional.

La dependencia o términos de intercambio: Se refiere, a que si un país permite que entren otros productos, el país dejará de producir estos productos importados o lo hará en menor escala y se dedicará a producir y a especializarse en otros; por lo que implica que si, posteriormente los precios internacionales se mueven opuestamente o negativamente de los productos en los que se especializó, le traerá consecuencias negativas para su economía en general. Los precios de los productos exportables van cayendo con respecto a los productos importables, lo cual a la larga va deteriorando las relaciones de intercambio.

El crecimiento empobrecedor: Es cuando un país crece, en una sola dirección (con el libre comercio), crece en un solo sector, aumenta su producción de su bien exportable, pero a una velocidad más rápida que la de otros productos, de forma que posteriormente comienza a alterar el precio internacional de dicho producto exportable, es decir que al haber una sobreoferta, ó simplemente aumentar la oferta de lo común, (ejemplo: la exportación del petróleo en México a principios de los ochenta), los precios tienden a bajar, lo que a su vez se transmite en una reducción de utilidades para el propio sector, con lo cual posteriormente éste se vuelve más pobre.

Ante las fallas del mercado: así como por otras razones, (externalidades, diferencias en las tecnologías, etc), los gobiernos o estados se han visto en la "necesidad" de imponer los aranceles o tarifas, "denominados eufemísticamente <<protección>>, un buen nombre para una mala causa."<sup>19</sup> Entonces se imponen tarifas a productos importados y en algunos casos, a los exportados (el caso del petróleo en muchos países). Entonces es aquí,

<sup>18</sup> Schettino, op. cit., p. 66.

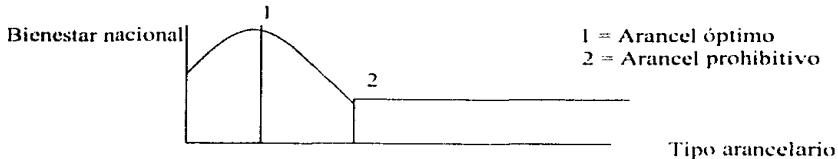
<sup>19</sup> Friedman, Milton, Libertad de Elegir, Grijalbo, 4ta., ed., España. 1980, p. 66. traduc., Carlos Rocha Pujol.

cuando entra la teoría del "second best" (o segundo mejor), que indica que cuando hay distorsiones en el comercio "... una intervención estatal, que parecería distorsionar los incentivos en un mercado, puede aumentar realmente el bienestar compensando las fallas del mercado en otra parte"<sup>20</sup>. Esto quiere decir, que al imponer un arancel, a veces es mejor que el no hacerlo.

El déficit de la balanza comercial: Que indica que se reciben más productos, de los que salen del país (es decir se importa más de lo que se exporta,  $M > X$ ). Un problema que se agudiza más, cuando un país ha estado cerrado al comercio exterior. Su principal efecto, según los defensores del proteccionismo, es que los países deficitarios en balanza comercial, tienen que recurrir a endeudamientos, que son principalmente provenientes del exterior, para así poder cubrir el problema del déficit.

Por último, se habla de un "arancel óptimo"<sup>21</sup>. Que serviría para obtener una ganancia marginal como compensación, para mejorar la relación de intercambio, ante una pérdida de eficiencia marginal, debida a las distorsiones en la producción y el consumo; por lo que este arancel óptimo es suficientemente pequeño, que asegura un bienestar para el país.

GRAFICA 3



Más allá del arancel óptimo (o sea llegar a un arancel prohibitivo), iría en perjuicio del bienestar nacional. En general, éstos son los principales argumentos, que están en contra de una apertura al comercio exterior.

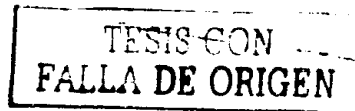
## 2) ARGUMENTOS A FAVOR DE LA APERTURA

Los argumentos que se dan a favor de la apertura comercial, sobresalen y superan en número a los argumentos que van contra la apertura (ya antes mencionados); aunque también es necesario mencionar que la apertura comercial, tiene sus propios problemas, los cuales también se exponen junto con los argumentos a favor.

El principal argumento para el libre comercio, data ya desde los tiempos de Adam Smith, y ha sido sostenido por muchos economistas hasta en la actualidad, independientemente de sus posición ideológica o pensamiento económico. El argumento, es: *La libertad de comercio internacional, redunda en beneficio para los países que lo practican, y en el mundo en*

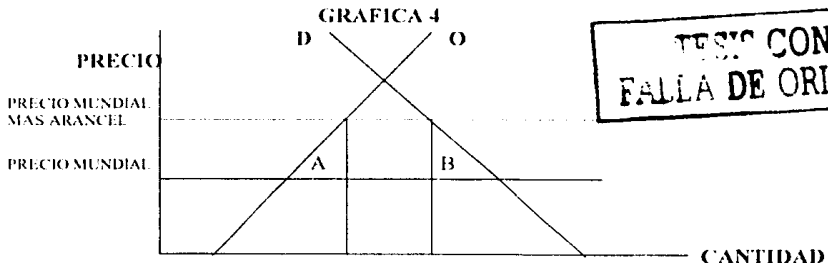
<sup>20</sup> Krugman, op cit, p 183

<sup>21</sup> Ibid, p 182



*general*; basándose en la razón que expresó en su tiempo Adam Smith: "Si una país extranjero puede suministrarnos, un artículo más barato de lo que nosotros mismos lo podemos fabricar, nos conviene más comprarlo con una parte del producto de nuestra propia actividad, empleada de manera en que llevamos alguna ventaja... Y en cualquier país, el interés del gran conjunto de la población estriba siempre en comprar cuanto necesita a quienes más barato se lo vendan."<sup>22</sup> Éste argumento lo refuerza el principal y actual seguidor de Smith, Milton Friedman, al mencionar que "Tanto en el comercio interior, como en el exterior, es de interés para el gran conjunto de la población, comprar al que vende más barato y vender al que compra más caro"<sup>23</sup>

Otros teóricos economistas, con base a modelos, piensan que "el libre comercio evita pérdidas de eficiencia, que las cuales van asociadas con el proteccionismo. Además de producir ganancias adicionales y la eliminación de distorsiones, tanto en la producción, como en el consumo."<sup>24</sup> "Un arancel causa una pérdida neta en la Economía (medida por el área de los dos triángulos señalados por A y B de la gráfica 4): eso se produce por la distorsión de los incentivos económicos de productores y consumidores; que por el contrario, un cambio hacia el libre comercio (sin aranceles) elimina estas distorsiones y aumenta el bienestar nacional."<sup>25</sup>



TRIANGULO A = DISTORSIÓN EN LA PRODUCCIÓN

TRIANGULO B = DISTORSIÓN EN EL CONSUMO

O = OFERTA

S = DEMANDA

- La liberalización conduce al incremento del comercio en general, con sus efectos inmediatos, como: incremento en el empleo, ampliación de los mercados, aumento en la producción, en las ventas, ingresos, utilidades, salarios, entre otros beneficios.
- Los aranceles distorsionan, como ya se había mencionado, el incentivo a la producción y al consumo; por un lado se invierte menos o se deja de invertir en aquellos productos o sectores donde se

<sup>22</sup> Friedman, op. cit., p. 63.

<sup>23</sup> Ibidem

<sup>24</sup> Krugman, op. cit., p. 178.

<sup>25</sup> Ibidem

implanta o impone un impuesto, arancel o tarifa. Ya que en el caso de la importación, los únicos beneficiados son los que hagan una sustitución de importación de los productos gravados. Por otro lado, el comercio también disminuye, porque aquellos productos que están alterados por un arancel a la importación, los encarece a los consumidores internos, por lo que a la larga preferirán sustituirlos por productos nacionales, que un primer momento serán más baratos, pero con el tiempo monopolizarán su precios y tenderán a subir, hasta encarecerse más que un principio, o con libre comercio.

- "El imponer cuotas o aranceles muy restrictivos, se tenderá a perder una porción muy importante del Y, en algunos casos hasta del 10%. Por ejemplo: Brasil perdió 9.5% en 1966; Pakistán, 6.2% en 1963; México 2.5% en 1960; y Estados Unidos sólo 0.26% en 1983."<sup>26</sup>
- Con la economía abierta, se pueden producir economías de escala
- También se estimula el aprendizaje y la innovación.
- Un argumento político a favor del libre comercio es que, cuando se dan una serie de tarifas o aranceles, en forma de intervención comercial, los beneficios que pueda traer esto pueden ser de interés (y así lo es, con el caso de las grandes transnacionales y algunos monopolios de Estado) de un solo sector o grupo (influyente políticamente), que se redistribuya la renta. Por lo tanto sería necesario evitarlo.
- Citando otra vez a Friedman, menciona que "Nuestra ganancia, a causa del comercio exterior estriba en lo que importamos."<sup>27</sup> Y también menciona que "...la protección significa más bien explotación para el consumidor, y que un déficit comercial, no necesariamente implica un mal para cualquier país que lo tenga; puesto que uno como individuo, preferirá pagar menos por tratar de obtener más."

### 3) PROBLEMAS DE LA APERTURA COMERCIAL

#### 3.1.- EL DUMPING

Dumping se puede definir como, "práctica desleal en el comercio internacional, que consiste en la importación al mercado nacional de mercancías extranjeras a un precio inferior al valor normal que tengan en el país de origen o de procedencia."<sup>28</sup> ... es decir, se vende más barato (por debajo de los costos), en el mercado destino y/o internacional, que en el mercado origen o interno. Pero aquí el problema es probar que hay dumping, porque no necesariamente se da como tal cuando un país nos vende una mercancía más barata, a menos que esa misma mercancía este más cara en dicho país o mercado origen. Entonces sólo habrá Dumping, cuando se prueba que efectivamente se vende más barato el mismo

<sup>26</sup> Krugman, op. cit., p. 179

<sup>27</sup> Friedman, op. cit., p. 67

<sup>28</sup> Véase Friedman, op. cit., pp. 63-104.

<sup>29</sup> CANACO, Glosario de Términos de Uso Frecuente, en el Comercio Internacional, 2da. ed., México 1995, p. 9.

producto, en el país de origen, que en el país destino, por lo que se da una discriminación de precios, y se afecta a la industria o empresa nacional.

### 3.2.-LA SUBVENCION

La Subvención, es también una práctica desleal, que se da a partir del país de origen, y se conoce también como un subsidio a la exportación; por lo tanto la Subvención es: "Una práctica desleal, que consiste en el otorgamiento directo o indirecto por un Gobierno extranjero o por sus organismos públicos, de estímulos, incentivos, primas, ayudas o subsidios de cualquier clase a los productores, transformadores, comercializadoras de mercancías exportadas a un país, para fortalecer inequitativamente su posición competitiva internacional no aceptada internacionalmente."<sup>29</sup> Entonces se reconocerá que las prácticas desleales (antes mencionadas), se calificarán como tales "...cuando causen o amenacen cometer daño a la industria nacional."<sup>30</sup> Es decir un daño a la producción nacional, que es "una pérdida o menoscabo patrimonial a la privación de cualquier garantía lícita y normal, que sufren o pueden sufrir, uno o varios productores nacionales como consecuencia inmediata de cualquier práctica desleal."<sup>31</sup>

Es importante saber que, en México, éstas prácticas desleales están plasmadas en la Ley de Comercio Exterior, en su título "V", por lo que es importante tener conocimiento de ellas, y más cuando uno pertenece o está relacionado de alguna manera con el comercio internacional.

Ante estos problemas de prácticas desleales, es importante señalar que "en general nosotros sabemos que existen productos sustitutos y complementarios, pero la Ley "no". De igual manera se sabe que si un producto sustituto entra en precios dumping, entonces estará dañando a la industria, pero no a la industria que produce una mercancía similar. Por ejemplo si los encendedores entran a México a precios inferiores a su valor normal, la industria de cerillos no puede presentar una demanda por dumping. Pero lo podría hacer la industria nacional de encendedores, pero ésta podría no estar interesada (por "x" razón), por ser ella la que importa. La Ley otorga el derecho a demandar a la industria que produce en la etapa inmediatamente anterior a los encendedores, pero no a una industria que produce un bien sustituto cercano."<sup>32</sup>

Entonces es aquí, con este ejemplo, y podríamos dar más (En Chile con el cobre, cuando se inventó la fibra óptica), que los problemas del comercio internacional, no son propios sólo de productores y consumidores, exportadores e importadores, sino que también abarca a sectores o ámbitos que parecieran no tener nada que ver con el comercio internacional, al menos directamente como en el ámbito legal.

<sup>29</sup> CANACO, op. cit., p. 22.

<sup>30</sup> Schettino, op. cit., p. 86.

<sup>31</sup> CANACO, op. cit., p. 8.

<sup>32</sup> Schettino, op. cit., p. 87.

Una forma de contrarrestar estas prácticas desleales, es con el establecimiento de las llamadas *Cuotas Compensatorias*, que imponen los gobiernos, y son "medidas de regulación o restricción que se imponen a los productos que se importan en condiciones de prácticas desleales de comercio internacional, aplicable independientemente del arancel que corresponda a la mercancía de que se trate."<sup>33</sup>

### 3.3.-EL ARBITRAJE

Surge prácticamente cuando una economía se abre al comercio exterior, pero antes no lo necesitaría, ya que no necesitaría discutir con otros países, pero con la apertura comercial, si surgen conflictos "naturales", como los ya analizados anteriormente (dumping, subvenciones, subsidios, apoyos, etc.), y que pueden provocar la restricción o nula entrada de ciertos productos, o hasta el grado de provocar la cancelación de un acuerdo comercial; por eso debido a estas circunstancias, cualquier país tendría que enfrentarse a conflictos internacionales (y de hecho lo hacen, aunque muchas veces sin éxito) y que no llegan a acuerdos consensuales; por tanto es sumamente necesario que un tercero (arbitro) trate de resolver dichos problemas.

El arbitraje es importante, ya que no existe actualmente un derecho internacional del comercio, puesto que muchas disputas comerciales se llevan a cabo en las cortes de cada país y se tardan varios años para dar un fallo o resolver una disputa comercial; mientras que los árbitros se tardan alrededor de un año para dar su laudo (fallo); "cuentan además con una jurisdicción internacional, a partir de la llamada Convención de Nueva York. Por lo que un laudo arbitral se llevará a efecto en cualquier país que ha firmado esta Convención, y casi son todos."<sup>34</sup>

Pero los problemas del comercio internacional, no se detienen ahí, sino que muchos tratados, convenios y acuerdos comerciales, no se cumplen como fueron estipulados y establecidos, y debido a esto alguna de la partes sacan ventaja de dicha situación, en perjuicio de la otra parte o de terceros. El ejemplo más claro se da con el *Proteccionismo*, en el que se escudan las naciones más desarrolladas (que no hacen más que vulnerar los acuerdos de libre comercio), a pesar de que éstas son la que más esgrimen y defienden el discurso de una política de libre comercio, como una solución (a veces dicen o aseguran que es la única) a los problemas estructurales de la economías en desarrollo. Por lo que muchas veces los únicos beneficiados del libre comercio han sido sólo los países más industrializados. Si estos países aplicaran verdaderamente una política de apertura comercial hacia los demás países (en vías de desarrollo), habría un mejor equilibrio en las relaciones comerciales internacionales entre los PI y los PED, y esto tendería a provocar un beneficio económico y social en general.

<sup>33</sup> CANACO, op. cit., p. 8.

<sup>34</sup> Shettino, op. cit., pp. 89-90.



## C) EVOLUCION DEL COMERCIO MUNDIAL Y DE MEXICO

### I) EVOLUCION DEL COMERCIO MUNDIAL (1970-2000)

La economía mundial experimentó su mayor expansión, durante la etapa catalogada como "La Edad de Oro" (1950-1973), ya que en ese tiempo el volumen del comercio creció a un ritmo superior al 9% anual en los países más industrializados pertenecientes de la OCDE (Canadá, Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, principalmente). Aquí era el tiempo donde se empezaba a llevar a cabo el proceso de multilateralismo, donde se establecían las nuevas reglas del comercio internacional, con base a la creación del Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT-OMC), que puso en sí, las bases de la expansión económica, mediante una liberalización en cadena de los intercambios comerciales. Es entonces a través de las diferentes Rondas del GATT y de las diferentes negociaciones multilaterales entre varios países, para que se llevaran acuerdos sobre la reducción de aranceles, y además de una promoción más abierta sobre el comercio libre.

Estas medidas fueron las que en sí, hicieron crecer considerablemente el nivel del comercio mundial, principalmente de 1970 a 1980. Las tasas de crecimiento de 1950 al 2000, fueron las siguientes:

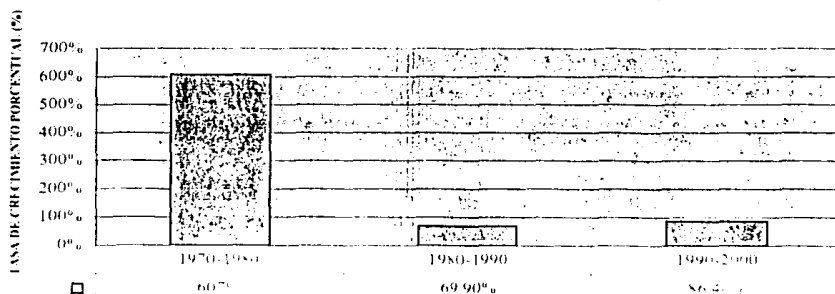
CUADRO 1: CRECIMIENTO DEL COMERCIO MUNDIAL

CRECIMIENTO DEL	1950-1973 Promedio anual	1980/1970 tasa de crecimiento	1990/1980 tasa de crecimiento	2000/1990 tasa de crecimiento
COMERCIO MUNDIAL	9%	607%	69.9%	86.4%

FUENTE: Elaboración propia, con base a datos del FMI

### GRAFICA 5

#### COMPORTAMIENTO DEL COMERCIO MUNDIAL 1970-2000



FUENTE: Elaboración propia, con base a datos del FMI

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

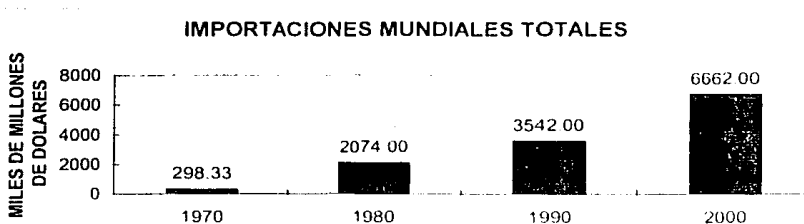
A continuación se exponen los cuadros, gráficas y análisis de las Exportaciones y de las Importaciones mundiales; así como por región o por principales países de 1970, 1980, 1990 y 2000; además de sus tasas de crecimiento y participación en el comercio mundial.

GRAFICA 6



FUENTE: Elaboración propia, con base a datos del FMI

GRAFICA 7



FUENTE: Elaboración propia, con base a datos del FMI

**CUADRO 2: EXPORTACIONES  
(MILES DE MILLONES DE DOLARES)**

	Pais o región /Año	1970	1980	1990	2000
<b>1</b>	<b>Mundo total</b>	<b>282.2</b>	2035.00	3442.00	6358.00
<b>2</b>	Canadá	16.75	67.73	127.63	277.23
<b>3</b>	Estados Unidos	43.23	225.57	393.59	782.43
<b>4</b>	México	1.44	18.03	40.71	166.42
<b>5</b>	Unión Europea (15)	110.12	753.84	1508.80	2239.12
<b>6</b>	Japón	19.32	130.44	287.58	479.33
<b>7</b>	China	1.42	18.19	62.09	249.21
<b>8</b>	URSS, ex	4.53	76.50	59.00	105.20

FUENTE: Elaboración propia con base a datos del FMI, BM y BANXICO.

TEXTO CON  
FALLA DE ORIGEN

**CUADRO 3: IMPORTACIONES (MMD)**

	<b>País o región /Año</b>	<b>1970</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>2000</b>
<b>1</b>	<b>Mundo</b>	298.33	2074.00	3542.00	6662.00
<b>2</b>	<b>Canadá</b>	15.18	62.54	123.24	249.12
<b>3</b>	<b>Estados Unidos</b>	43.96	256.98	516.99	1258.03
<b>4</b>	<b>México</b>	2.47	22.14	43.55	182.64
<b>5</b>	<b>Unión Europea (15)</b>	14.67	847.00	1558.04	2346.89
<b>6</b>	<b>Japón</b>	18.88	141.30	235.37	379.51
<b>7</b>	<b>China</b>	1.52	20.05	53.35	225.10
<b>8</b>	<b>URSS, ex</b>	4.3	68.52	66.27	44.2

FUENTE: Elaboración propia con base a datos del FMI, BM y BANXICO.

**CUADRO 4: TASA DE CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES**

	<b>País o región/Año</b>	<b>1980/1970</b>	<b>1990/1980</b>	<b>2000/1990</b>
<b>1</b>	<b>Canadá</b>	280.47% <sub>a</sub>	88.44% <sub>a</sub>	117.40% <sub>a</sub>
<b>2</b>	<b>Estados Unidos</b>	421.80% <sub>a</sub>	74.50% <sub>a</sub>	98.80% <sub>a</sub>
<b>3</b>	<b>México</b>	1152.10% <sub>a</sub>	125.80% <sub>a</sub>	308.80% <sub>a</sub>
<b>4</b>	<b>Unión Europea (15)</b>	584.50% <sub>a</sub>	100.10% <sub>a</sub>	48.40% <sub>a</sub>
<b>5</b>	<b>Japón</b>	575.10% <sub>a</sub>	120.50% <sub>a</sub>	66.60% <sub>a</sub>
<b>6</b>	<b>China</b>	1181% <sub>a</sub>	241.30% <sub>a</sub>	301.40% <sub>a</sub>
<b>7</b>	<b>URSS, ex</b>	1588.70% <sub>a</sub>	-22% <sub>a</sub>	78.30% <sub>a</sub>

FUENTE: Elaboración propia con base a datos del FMI, BM y BANXICO.

**CUADRO 5: TASA DE CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES**

	<b>Año</b>	<b>1980/1970</b>	<b>1990/1980</b>	<b>2000/1990</b>
<b>1</b>	<b>Canadá</b>	312% <sub>a</sub>	97% <sub>a</sub>	102.14% <sub>a</sub>
<b>2</b>	<b>Estados Unidos</b>	484.60% <sub>a</sub>	101.80% <sub>a</sub>	143.30% <sub>a</sub>
<b>3</b>	<b>México</b>	796.40% <sub>a</sub>	96.70% <sub>a</sub>	319.40% <sub>a</sub>
<b>4</b>	<b>Unión Europea (15)</b>	5673.70% <sub>a</sub>	83.90% <sub>a</sub>	50.60% <sub>a</sub>
<b>5</b>	<b>Japón</b>	648.40% <sub>a</sub>	166.60% <sub>a</sub>	61.50% <sub>a</sub>
<b>6</b>	<b>China</b>	1219% <sub>a</sub>	166% <sub>a</sub>	322% <sub>a</sub>
<b>7</b>	<b>URSS, ex</b>	1493.50% <sub>a</sub>	-3.30% <sub>a</sub>	-33.30% <sub>a</sub>

FUENTE: Elaboración propia con base a datos del FMI, BM y BANXICO.

**CUADRO 6: PORCENTAJE DE PART. EN LAS Xs MUNDIALES**

	<b>Año</b>	<b>1970</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>2000</b>
<b>1</b>	<b>MUNDO</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>2</b>	<b>Canadá</b>	5.93%	3.33%	3.71%	4.36%
<b>3</b>	<b>EE UU</b>	15.32%	11.08%	11.43%	12.31%
<b>4</b>	<b>México</b>	0.51%	0.88%	1.18%	2.62%
<b>5</b>	<b>Unión Europea (15)</b>	39.02%	37.04%	43.83%	35.22%
<b>6</b>	<b>Japón</b>	6.85%	6.41%	8.35%	7.54%
<b>7</b>	<b>China</b>	0.50%	0.89%	1.80%	3.92%
<b>8</b>	<b>URSS, ex</b>	1.60%	3.76%	1.71%	1.65%

FUENTE: Elaboración propia con base a datos del FMI, BM y BANXICO.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**CUADRO 7: PORCENTAJE DE PART. EN LAS Ms MUNDIALES**

	Año	1970	1980	1990	2000
<b>1</b>	<b>Mundo</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>2</b>	<b>Canadá</b>	5.08%	3.02%	3.48%	3.74%
<b>3</b>	<b>Estados Unidos</b>	14.73%	12.39%	14.59%	18.88%
<b>4</b>	<b>México</b>	0.83%	1.07%	1.23%	2.74%
<b>5</b>	<b>Unión Europea (15)</b>	4.92%	40.84%	43.99%	35.23%
<b>6</b>	<b>Japón</b>	6.33%	6.81%	6.65%	5.70%
<b>7</b>	<b>China</b>	0.51%	0.96%	1.50%	3.38%
<b>8</b>	<b>URSS, ex</b>	1.44%	3.30%	1.87%	0.66%

FUENTE: Elaboración propia con base a datos del FMI, BM y BANXICO.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**CUADRO 8: SALDO DE LA BALANZA COMERCIAL**

	1970	1980	1990	2000
<b>Mundo</b>	-16.13	-39	-100	-304
<b>Canadá</b>	1.57	5.19	4.38	28.11
<b>EE.UU.</b>	-0.73	-31.41	-123.39	-475.59
<b>México</b>	-1.03	-4.11	-2.83	-16.22
<b>UE (15)</b>	95.45	-93.16	-49.24	-107.77
<b>Japón</b>	0.44	-10.85	52.21	99.81
<b>China</b>	-0.1	-1.86	8.74	24.11
<b>URSS, ex</b>	0.23	7.98	-7.27	61

FUENTE: Elaboración propia con base a datos del FMI, BM y BANXICO.

En las Gráficas 6 y 7, se observa claramente que no se da un equilibrio comercial entre las exportaciones y las importaciones mundiales en ninguno de los años señalados; por el contrario se ha establecido un déficit comercial cada vez mayor (cuadro 8). En tanto a la evolución y comportamiento del comercio exterior de los principales países o regiones, se describen a continuación

### CANADA

El volumen del comercio exterior de Canadá en relación con su población se encuentra entre los más elevados del mundo. Una de las más notables aperturas comerciales que tuvo Canadá, fue la firma del acuerdo del automóvil en 1965 con EE.UU., lo que con el tiempo se vendría a ampliar hacia otros sectores (semejante a la situación de la CCE con la CECA), llegando así a formar un TLC entre los dos países que entró en vigor en 1989, que posteriormente se vio ampliado con la inclusión de México (NAFTA-TLCAN) en 1994; convirtiéndose éste, en uno de sus principales socios comerciales.

La mayoría de sus relaciones comerciales se producen con Estados Unidos, que generalmente absorben el 80% de las exportaciones de Canadá y más del 65% de sus importaciones; Japón, México y Gran Bretaña son los siguientes socios comerciales del país. Aunque Canadá no tenga todavía un gran comercio con México, en el aspecto geopolítico, sí tiene una gran

relevancia; por lo que el TLCAN con México tiene más peso en lo político que en lo económico.

El comportamiento de su comercio exterior, ha ido aumentando de manera importante en términos de valor. También hay que señalar que Canadá es el único país de los que se han estudiado, que no ha tenido déficit comercial en los años señalados, su tasa de crecimiento siempre ha ido en aumento, al igual que su participación porcentual en el comercio mundial. Características mismas que han influido (aunque no de forma determinante o absoluta), en que Canadá sea el primer país con mejores niveles de vida en todos los aspectos.

### **ESTADOS UNIDOS**

Estados Unidos es el principal país comercial del mundo, situación que marcó desde la puesta en marcha del "Plan Marshall" (al término de la Segunda Guerra Mundial), con el cual se aseguraba un gran mercado potencial, el europeo; instalando ahí una serie de empresas transnacionales de origen obviamente americano, como una condición a los préstamos que extendía para la reconstrucción de la Europa destruida del conflicto bélico. A mediados de la década de 1970, el gasto que sostuvo en las importaciones de petróleo del extranjero y de los bienes manufacturados de Canadá y Asia (sobre todo de Japón) creó un desequilibrio comercial. Desde 1984 hasta 1990, el déficit comercial anual superó los 100,000 millones de dólares. De hecho es junto con México, de los países analizados, que han tenido déficit en todos los años señalados (1970, 1980, 1990 y 2000).

Los productos no agrícolas, normalmente, suponen el 90% del valor anual de las exportaciones y los agrícolas el 10%. Los equipos de maquinaria y transporte son los principales productos exportados, que dan en conjunto más del 40% del valor de todas las exportaciones. Otros artículos exportados de importancia son bienes manufacturados, como tejidos, hierro y acero; los alimentos procesados, materias sin transformar como algodón, soja y minerales metálicos, productos químicos, combustibles minerales y lubricantes.

Canadá, México y Japón son los socios comerciales más importantes del país; absorben casi la mitad del total anual de las exportaciones estadounidenses y son el punto de origen de también aproximadamente la mitad de las importaciones. Otros socios comerciales importantes son, Alemania, China, Gran Bretaña y Corea del Sur.

### **UNION EUROPEA**

La Unión Europea (UE) es una organización supranacional del ámbito europeo dedicada a incrementar la integración económica y política y a reforzar la cooperación entre sus estados miembros. La Unión Europea nació el 1 de noviembre de 1993, fecha en que entró en vigor el Tratado de la Unión Europea mediante el Tratado de Maastricht, ratificado un mes antes por los doce miembros de la Comunidad Europea (CE): Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Reino Unido, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal y España. Con la entrada en vigor del Tratado, los países de la CE se convirtieron en miembros de la UE, es decir

la CE se convirtió en la UE, que en 1995 se vio ampliada a 15 con el ingreso de Austria, Finlandia y Suecia.

La CE, precursora de la UE, surgió de lo que en principio eran tres organizaciones independientes: la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA), creada en 1951, la Comunidad Económica Europea (CEE, también denominada a menudo Mercado Común) y la Comunidad Europea de la Energía Atómica (o EURATOM), ambas fundadas en 1957. Los organismos ejecutivos de las tres instituciones se fusionaron en 1967, dando vida a la CE, cuya sede se estableció en Bruselas (Bélgica).

El avance más significativo en la CE durante la década de 1980 fue la puesta en marcha de un mercado único europeo. La campaña para lograr este objetivo fue promovida por Jacques Delors, antiguo ministro de Economía y Finanzas francés, que se convirtió en presidente de la Comisión Europea en 1985. En la Cumbre de Milán (Italia), la Comisión propuso un plazo de siete años para eliminar prácticamente todas las barreras comerciales que aún existían entre los estados miembros. El Consejo Europeo aprobó el plan, y el propósito de alcanzar el Mercado Único Europeo el 1 de enero de 1993 aceleró las reformas en la CE e incrementó la cooperación y la integración entre los estados miembros; obviamente incrementó también el flujo comercial de la región que finalmente culminó con la formación de la Unión Europea.

Podemos mencionar que el comportamiento del comercio exterior de la UE se debe a causas muy relevantes. La principal, a su propio proyecto de integración regional que ha sido muy ambicioso porque no sólo ha abarcado el ámbito de lo económico y comercial, sino también lo político, social, ideológico, cultural, etc., lo que ha traído una gran consolidación plena a lo largo de su formación, y que su consecuencia sea hasta nuestros días, como el principal bloque en el escenario mundial.

Conforme se iban adhiriendo a la UE algunos países, obviamente su comercio se acrecentaba, aunque su integración la hacían cada vez más para hacerle un contrapeso a la Economía de EE.UU. el cual iba ganando más mercados; pero no hay que descartar la posibilidad que en el futuro se unan estos dos bloques de una forma más estrecha (no sólo en la OTAN), para hacerle frente a la inminente presencia de China en el Este Asiático, como el posible bloque comercial más fuerte del orbe, por lo que representa (el mercado y el PIB más grandes, así como una gran ventaja comparativa sobre el Occidente en cuanto a la mano de obra).

## **JAPÓN**

Su imperialismo comercial, básicamente comienza a finales del siglo XIX, y se refuerza considerablemente en la segunda mitad del siglo XX. Antes de la II Guerra Mundial, Japón ocupaba el quinto puesto en el comercio mundial con una balanza comercial favorable; la mayor parte de las exportaciones japonesas se dirigían a territorios que formaban parte de su Imperio; sin embargo, las relaciones comerciales con algunos países desarrollados como Estados Unidos y Gran Bretaña eran desfavorables. Las

autoridades aliadas de ocupación permitieron a las empresas privadas que continuaran con el comercio exterior en 1946. .

Japón y la zona a la que pertenece, se ha caracterizado por una relación comercial de gran interdependencia, siendo la cabeza él mismo. Se da también una gran división del trabajo, aprovechando las ventajas comparativas de cada uno de la región. El desarrollo comercial del Japón, consistió en cierta forma, en la aplicación del modelo "Ocas voladoras", que consistía básicamente en que en un primer momento importaban bienes industriales, desde un país líder, y que posteriormente revertían la situación cuando el país alcanzara el desarrollo, además de que se extendían a bienes de consumo y de capital.

Los bienes manufacturados aportan regularmente más del 90% del total de las exportaciones; respecto a las importaciones, la partida de combustibles es de las mayores, ya que absorben entre un 15% y un 20% anual, regularmente. Otras Importaciones: alimentos, animales vivos, manufacturas básicas (como tejidos, hierro y acero) y materias primas como madera o minerales metálicos. El comercio exterior es esencial para la economía japonesa, pues el mercado interior es capaz de absorber por completo los bienes manufacturados que produce la industria nipona. Por otro lado, como Japón tiene que importar la mayoría de las materias primas de las que depende su industria, el país también debe exportar una buena proporción de su producción anual, con el fin de mantener una balanza comercial favorable. Japón ha invertido los grandes excedentes comerciales acumulados durante las décadas de 1970 y 1980 en el exterior, de manera que se ha convertido en la principal nación acreedora del mundo.

A principios de la década de 1990, el comercio con los países asiáticos suponía cerca del 42% de las importaciones japonesas y el 33% de sus exportaciones. Los principales socios comerciales asiáticos de Japón son: Corea del Sur, China, Taiwán, Hong Kong, Indonesia, Arabia Saudita y Singapur. Durante el mismo período, los países de la Unión Europea --en especial Alemania, Francia y Gran Bretaña -- aportaban el 13% de las importaciones japonesas y compraban el 17% de sus exportaciones. Estados Unidos absorbe el 28% de las exportaciones japonesas y aporta el 22% de sus importaciones. Otros socios comerciales destacados de Japón son Australia, Canadá y los países de la antigua Unión Soviética; y en cierta forma México, ya que grandes firmas niponas se han establecido principalmente en el Norte del país (zona maquiladora), lo que ha acrecentado la relación bilateral con México.

## CHINA

La economía de China estuvo cerrada por varios milenios al entorno mundial del comercio; y no fue sino hasta finales de los setenta, cuando se produjo la llamada "Revolución de Deng", quién se mostraba como el sucesor de Mao; que además se dedicó a proponer y realizar una serie de reformas en todos los ámbitos de la vida de China. Y ciertamente los cambios se han venido dando, que desde entonces son realmente impresionantes, empezando por abandonar de alguna forma la tendencia hacia el modelo económico socialista. Aunque todavía el comercio

exterior está completamente monopolizado por el Estado. En 1979 China levantó algunas restricciones comerciales, preparando el camino para el aumento de las, hasta entonces, relativamente pequeñas inversiones extranjeras y actividad comercial. Las principales exportaciones chinas eran petróleo crudo y refinado, telas de algodón, seda, ropas, arroz, cerdo, gambas o camarones congelados y té. Entre las importaciones destacan la maquinaria, productos de acero, otros metales, automóviles, artículos sintéticos, productos químicos para la agricultura, caucho, trigo y barcos. La mayor parte del comercio tiene lugar con países no comunistas: Japón es el principal, seguido por la Región Administrativa Especial de Hong Kong (ahora ya parte de China) y Estados Unidos. China también tiene buenas relaciones con países como Alemania y Singapur. Las relaciones comerciales con Estados Unidos estuvieron en peligro en 1993 cuando amenazaron con no renovar la condición comercial de China de nación más favorecida (NMF), hasta que las condiciones de los derechos humanos no mejoraran. Sin embargo, en mayo de 1994 Estados Unidos renovó el tratamiento de China como nación más favorecida, aun cuando el gobierno chino hizo muy pocos progresos en la mejora de los derechos humanos.

Otro dato importante es que la inversión extranjera directa (IED) de Japón hacia China, se ha ido acrecentando, tanto así que de 1990 a 1996 creció por 10 veces aproximadamente, además hay que agregarle la IED que proviene de Corea del Sur, Singapur, Hong-Kong, Taiwán, EE.UU., y de Europa. Todos estos que actualmente buscan y buscarán invertir en China, el mercado más grande del mundo, y la mano de obra más barata, sus grandes ventajas comparativas. Eso explica el por qué del gran crecimiento de su comercio desde 1980 al 2000.

## **RUSIA**

Como país Rusia fue el más grande, hasta finales de los ochenta, con un gran desarrollo tecnológico en los cincuenta, sesenta y setenta; líder además de un polo del mundo, el llamado bloque socialista. En cuanto a su comercio casi siempre ha estado limitado a unos cuantos países, debido al sistema centralizado que venía llevando hasta finales de los ochenta. Esta situación se vio más marcada aún cuando vino la reforma rusa con la llegada de la Perestroika de Gorbachev; los países de Europa del Este comenzaron a orientar más su comercio con el Occidente, lo cual hizo agudizar más la situación ya de por sí tensa de la exURSS. Basta saber cómo se ha venido observando su comercio de 1970 al 2000; siendo el único de los países estudiados, que muestra una drástica caída de su volumen de comercio, en lo que fue el período de 1980 a 1990.

Desde el final de la II Guerra Mundial hasta mediados de la década de 1980, las consideraciones políticas dictaron que los principales socios económicos de la antigua URSS fueran países socialistas, en especial los de la Europa del Este. En 1987, los países miembros del COMECON (CAME) totalizaban el 60% de las exportaciones soviéticas y el 64% de las importaciones, mientras que los países occidentales aportaban el 23% de las importaciones y el 21% de las exportaciones. Entre los países socialistas, la antigua Alemania del Este era el principal socio comercial de la URSS, seguido de la antigua Checoslovaquia, Polonia, Hungría y Bulgaria. Fuera



del bloque socialista, los principales intercambios comerciales se realizaban con la antigua Alemania Occidental, Italia y Japón.

En los últimos años, el comercio exterior de Rusia ha cambiado de forma considerable. Los países desarrollados de Occidente absorben en la actualidad más de la mitad de las actividades comerciales de Rusia (el 60% en 1992), al margen de las antiguas repúblicas soviéticas. Alemania continúa siendo el principal socio comercial, con un 17% del total del comercio, en los primeros meses de 1993. Por el contrario, los antiguos países miembros del COMECON sólo suponían el 20% del total de las exportaciones rusas, y menos del 16% del total de las importaciones.

## 2)EVOLUCION DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO (1970-2000)

Los niveles de comercialización de México en los años 1970, 1980, 1990 y 2000, fueron los siguientes:

**1970:** En este año, México venía de la época del llamado desarrollo estabilizador (1940-1970); los años setenta se caracterizaron por un estancamiento con inflación, al igual que muchos países del mundo capitalista. Aquí México ya se estaba integrando plenamente a la economía internacional. También se caracterizó por una creciente acumulación de capital, mostrada por el ritmo y el destino de la inversión (tanto pública como privada, así como nacional e internacional), lo que consolidó un aparato productivo apoyado cada vez más en el sector manufacturero.

La deuda externa también fue parte de esta época, las distintas clases de endeudamiento con el exterior financiaban el creciente déficit externo de mercancías y servicios; justo al final de los años sesenta, propiamente en 1970, el servicio de la deuda absorbió casi el 60% de los nuevos endeudamientos, el resto se fue para controlar el déficit en al balanza comercial con apenas un 28%, y para el movimiento neto de la IED un 12%. Ya los nuevos endeudamientos no se canalizaban a la formación de capital, ni para el impulso de la producción del sector industrial, sino que se destinaban para pagar el servicio de la misma deuda.

También se venía acentuando cada vez más una diferencia entre campo y ciudad, y más aún en la distribución del mismo ingreso. Aunque el PIB mostraba un buen crecimiento aceptable de 6.1% para 1970, mientras que los sectores más dinámicos eran: las manufacturas con un crecimiento de 6.7%; construcción 9.9%; electricidad 9.3% y servicios 7.3%, además del comercio con un 5.8%. En comercio exterior, México exportó mas bienes de consumo, que bienes de producción, en tanto el petróleo representaba más del 70% de las ventas totales hacia el exterior.

En cuanto a las importaciones, los bienes de producción fueron casi 4 veces mayor a los de bienes de consumo; esto se debió a que todavía se venía practicando el modelo de sustitución de importaciones desde la posguerra aproximadamente, que buscaba desarrollar a la industria nacional, por lo que la mayor parte de la compras al exterior se canalizaron hacia el sector industrial, lo que provocó un gran déficit en la balanza comercial de cerca de 1087.9 mdd.

En tanto la exportaciones, tenían como principal destino Norteamérica representando un 81% del total; lo que convertía a los EE.UU., como nuestro primer socio comercial y a Canadá como a uno de los principales; mientras que los demás países o bloques económicos recibían tan sólo: ALALC 6.6%, CEE 5.1%, ASIA 5.4%, MCC\* 1.5%, AELC 1.7%, CAME 0.27%, AFR. 0.08% Y OCE. 0.2%.

\* MCC: Nunca funciono como tal (mercado común), pero se maneja con estas siglas para estudios del FMI.

Respecto a las importaciones, éstas venían también de una manera importante de Norteamérica, siguiéndole Europa y Asia: N. AME. 65.6%, CEE 15.6%, AELC 8.3%, ASIA 4.3%, ALALC 2.3%, CAME 0.45%, MCC 0.2% Y AFR. 0.19%.

Entonces en 1970, con casi todos los bloques económicos teníamos déficit comercial, siendo el mayor con Norteamérica con 769.5 mdd, y con Europa por 491.4 mdd. Aquí se mostraba una relación de interdependencia ya muy marcada (centro-periferia), siendo las ventajas para los países desarrollados.

Finalmente la relación comercial de México con los diferentes bloques económicos del mundo, en 1970 se reducía apenas a unos cuantos países de manera importante, destacando claramente los EE.UU., lo cual se debe a circunstancias económicas, políticas, sociales y geográficas. Con Europa por las grandes inversiones que han venido haciendo algunos de sus países de forma considerable en México, y de igual manera Japón. En este año con los únicos bloques que teníamos un superávit comercial, fueron con el MCC y con la ALALC.

**1980:** Para este año México ya venía enfrentando una serie de crisis económicas. Los años setenta se caracterizaron por una estanflación, la deuda crecía a pasos agigantados, que era en su mayor parte para pagar el servicio de la misma. Como a finales de los años sesenta, el resto de la deuda era para mantener a la industria petrolera y otros sectores "prioritarios", había contracción del gasto público, así como una restricción crediticia, además de la fuerte devaluación de 1976.

Todo lo anteriormente mencionado, repercutió en que la producción interna creciera en forma más lenta o simplemente no lo hiciera por algunos lapsos. Así por ejemplo, para 1980, la mayor parte de la exportaciones se seguía concentrando en el sector del petróleo, ya que entre 1978-1979 se encontraron grandes pozos petrolíferos lo cual hizo aumentar la producción, así como a la exportación misma de este producto (67.3% del total de las exportaciones).

En tanto la industria manufacturera comenzaba a destacar ocupando un 16.4% de las exportaciones totales. Esto se debía al creciente desarrollo de los parques industriales de la zona fronteriza, Puebla, Querétaro, Toluca, Guadalajara y la Zona Metropolitana de la ciudad de México, por la creciente inversión tanto nacional como extranjera en este sector.

Ahora el sector agropecuario cada vez representaba menor porcentaje, tanto en el PIB, como en las exportaciones totales, cuando antes, en los cuarenta y cincuenta era el pilar de las exportaciones mexicanas, ahora sólo ocupaba un 10% aproximadamente.

Con las importaciones, el petróleo pasó a ocupar tan sólo un 1.5%, la industria extractiva 9.4%, el agropecuario 9.4%, y el sector manufacturero un 74.7%, es decir que en este último sector, la importación fue casi 5.5 veces mayor a las exportaciones; lo que quiere decir que en ese entonces todavía no producíamos suficientes mercancías con un mayor valor agregado, por lo que teníamos que depender en gran medida del mercado externo para satisfacer la creciente demanda interna; por lo tanto se tuvo un déficit enorme en este sector de \$11,909.1 mdd., al igual que también lo hubo en el agropecuario por \$298.3 mdd., industria extractiva por \$1,256 mdd.; sólo en caza y pesca se tuvo superávit de \$398 mdd., y en el sector del petróleo por \$10,013.9 mdd., ya que en este sector hemos tenido una gran ventaja comparativa y competitiva frente a casi todos los países con los que comerciamos.

Las exportaciones por bloques económicos se ubicaron de la siguiente manera: N. AME 62.9%, CEE 6.5%, ASIA 7.6%, ALADI 3.9%, MCC 1.5%, AELC 0.3%, CAME 0.3%, OCE. 4.4%, Y AFR. 0.001%. Las importaciones por bloques económicos se ubicaron de la siguiente manera: N. AME 64.97%, CEE 13.2%, ASIA 5.5%, ALADI 3.4%, MCC 0.16%, AELC 2.1%, CAME 0.39%, OCE 2.9%, Y AFR. 0.007%.

Como se observa, nuestro principal socio comercial siguen siendo los EE.UU. y de forma importante Canadá, siguiendo Europa, Asia y después América Latina y Oceanía. Con África el comercio es casi nulo, con respecto a las otras regiones. Para ese año se tuvo superávit con varios países de América Latina, algunos de Europa y Asia, así como de Oceanía; mientras el déficit lo tuvimos con Norteamérica, Europa Occidental, y la ALADI, así como con el CAME y África.

**1990:** En ese año México ya había cambiado su política comercial, (en 1985), además de que ya era miembro del GATT (OMC), lo que le abría las puertas hacia más mercados sin tantas restricciones y trabas arancelarias y no-arancelarias; pero esto también implicó por otra parte, que muchas PYMES desaparecieran o fueran absorbidas por algunas más grandes, por no haber resistido el golpe de la apertura comercial, para la que no estuvieron preparadas.

También en ese año se anuncia el TLCAN en donde México participaría posteriormente, pero con ese simple anuncio las exportaciones comenzaron a dispararse en forma considerable. Otra situación de los años ochenta, fue que en 1982 se da la crisis internacional de los precios del petróleo, cuando se presenta surgen una gran caída en ellos; además de la explosión de la crisis de la deuda externa, que involucró a otros 40 países más; la crisis bursátil de 1987, como efecto de la Bolsa de Nueva York, con una caída de entre 30 y 40% en todas las plazas o centros financieros importantes del mundo. También en esos años se registró una inflación de alrededor del 100%. Esta era la llamada década perdida de América Latina.

Todo lo anteriormente mencionado, se reflejó en que la tasa de crecimiento de las exportaciones e importaciones, fueran menores con respecto al período de 1970-1980, es decir el nivel de comercio fue menor en términos de valores reales.

Ahora lo que más se exportaba eran las manufacturas con un 55.2% de las exportaciones totales, mientras que el petróleo representaba un 33.3%, esto se debía a dos razones: la primera que ya se mencionó antes, la caída internacional de los precios internacionales del petróleo, por lo que se recortó la producción para no vender mucho a precios realmente bajos; y la otra razón es que la industria manufacturera se desarrollaba cada vez más, se producían más mercancías con un mayor valor agregado. Por lo tanto para 1990 y por primera vez, desaparecía el concepto de un México monoexportador, es decir que ya no sólo dependía de la entrada de divisas por la venta de petróleo, la situación ya era diferente, se comenzaba a diversificar más la exportación de mercancías.

El sector agrícola exportó \$896 mdd. menos con respecto a 1980, y representaba ahora tan sólo un 6.4% de las exportaciones totales; mientras la industria extractiva 2.3%; y la caza y pesca sólo un 0.2%. Aquí se mostraba otra vez, que el sector primario se estaba rezagando y abandonado aún más.

Con las importaciones, se sigue observando que dependemos en gran parte en las manufacturas del exterior. Importamos casi el doble de lo que exportamos, lo cual representa poco más del 90.% de las importaciones totales; mientras el agrícola representa un 6.1%, petróleo e industria extractiva un 3.5%, y caza y pesca sólo un 0.03%.

En cuanto al saldo se sigue observando un superávit importante en el petróleo; también en la caza y pesca, y en la industria extractiva; mientras en el agrícola seguimos dependiendo del exterior en una cantidad importante, tendencia que se ha venido observando desde 1950 a la fecha, cuando el campo comenzó a ser marginado de las inversiones tanto nacional como del exterior, además de la falta de programas adecuados para impulsar y desarrollar este sector por parte del gobierno.

En las exportaciones por bloques económicos, se sigue observando la primacía de América del Norte como nuestro principal socio comercial. Por lo tanto las exportaciones por destino se encontraban de la siguiente manera: NOR. 71.8%, MCC 1.3%, ALADI 3.3%, CEE 12.7%, AELC 0.9%, CAME 0.13%, ASIA 6.9%, AFR. 0.5%, Y OCE. 0.17. Las importaciones por bloques económicos se ubicaron de la siguiente manera: NOR. 70.2%, MCC 0.34%, ALADI 4.1%, CEE 15.74%, AELC 2.6%, CAME 0.45%, ASIA 6.9%, AFR. 2.9% Y OCE. 0.84%.

En este año con todos se marcó un déficit comercial, a excepción del MCC y con algunos países de América Latina. También se observó que las importaciones con África fueron mayores que la de algunas otras regiones (OCE., CAME, Y AELC.)

**2000:** A partir del proceso de apertura comercial que México inició en el año de 1986, con su ingreso al Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), hoy la Organización Mundial de Comercio (OMC), nuestro país dio el primer paso para integrarse de manera activa a la economía mundial y convertirse en una potencia comercial y un centro de negocios internacionales reconocido mundialmente. Desde entonces, nuestro país ha incrementado su presencia en los mercados internacionales a través de la expansión sin precedentes de sus ventas al exterior, alcanzando para el año 2000, el octavo lugar en exportaciones a nivel mundial\*, y el primero en América Latina; superando en este rubro a países tradicionalmente exportadores como Singapur, Rusia, Australia y Brasil.

Hasta el año de 1985 las exportaciones mexicanas todavía se apoyaban en gran medida en las ventas de productos petroleros; por ejemplo, para 1982 por cada dólar que México exportaba, 80 centavos los generaba el petróleo, siendo muy pocas las empresas que realizaban una actividad exportadora (75% de las exportaciones directas las realizaban alrededor de 200 grandes empresas, de manera constante).

Actualmente, menos del 10% de las exportaciones totales son de origen petrolero, la diversificación de mercancías exportadas ha sido significativa, destacando la venta de productos manufacturados, pero además, ahora participan más de 30,000 empresas (PYMES, maquiladoras y grandes) realizando exportaciones directas e indirectas.

El saldo de la Balanza Comercial de México para ese año por región, fue de la siguiente manera:

**CUADRO 8: BALANZA COMERCIAL DE MÉXICO, 2000**  
(Millones de dólares)

<b>TOTAL</b>	<b>-8,048.9</b>
ESTADOS UNIDOS	20,074.3
CANADA	-662.9
ALADI	-1,127.0
CENTROAMÉRICA	1,073.9
UNION EUROPEA	-9,124.2
ASOC. EUR. DE LIBRE COMERCIO	-264.6
NICS	-6,195.1
JAPÓN	-5,548.1
CHINA	-2,676.1
ISRAEL	-241.9
RESTO DEL MUNDO	-3,520.0

FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del Banco de México y el FMI. Sin petróleo y sin maquila.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

**CUADRO 9: EXPORTACIONES DE MÉXICO POR TIPO DE BIEN (MDD)**

\* Tomando a la Unión Europea como un solo miembro o ente.

\* NOTA: Todos los datos, que se mencionaron para realizar el análisis del apartado de la Evolución del Comercio Exterior de México (1970-2000), se tomaron con base a estadísticas del Banco de México e INEGI.

POR TIPO DE BIEN	1995	1996	1997	1998	1999	2000
TOTAL	79,542	95,999	110,431	117,460	136,391	166,454
(%)	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CONSUMO	23,253	28,412	32,915	38,113	42,312	46,952
(%)	29.6%	29.6%	29.8%	32.4%	31%	29%
INTERMEDIO	44,184	51,190	56,909.7	54,757	63,845	80,756
(%)	56.3%	53.3%	51.5%	46.6%	47%	49%
CAPITAL	12,105	16,396	20,606.7	24,630	30,233	36,650
(%)	15.4%	17.1%	18.6%	21.0%	22%	22%

FUENTE: Elaboración propia con base a datos del INEGI y BANXICO

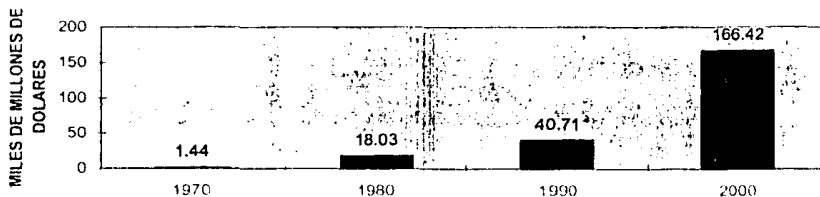
En el cuadro 9 se refleja el comportamiento de las exportaciones por tipo de bien y su participación dentro de las exportaciones totales en el periodo 1995-1998. Aquí se observa que los bienes de uso intermedio han representado alrededor del 50% de las exportaciones totales, porcentaje que va disminuyendo gradualmente en el periodo, lo que se va compensando con las ventas de bienes de capital. Los bienes de consumo se mantienen como un segmento con crecimiento constante, con un ligero repunte en 1998. Por lo que la actividad económica del país que mayor participación ha tenido en los mercados externos en los noventa, ha sido la manufacturera. Las manufacturas representan casi el 90% de las exportaciones totales de nuestro país. Y figuran entre los principales productos exportados los automóviles para transporte de carga y personas, motores para automóviles y autopartes; máquinas para procesamiento de información, la cerveza, conservas, artículos de tela y algodón, materias plásticas y resinas sintéticas, manufacturas de materias plásticas o resinas, vidrio y cristal, hierro en barras y en lingotes, y tubos de acero.

CUADRO 10: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES TOTALES DE MÉXICO

Año	Xs (mmdd)	Ms (mmdd)
1970	1.44	2.47
1980	18.03	22.14
1990	40.71	43.55
2000	166.42	182.64

FUENTE: Elaboración propia con base a datos del INEGI y BANXICO

GRAFICA 13  
EXPORTACIONES DE MEXICO

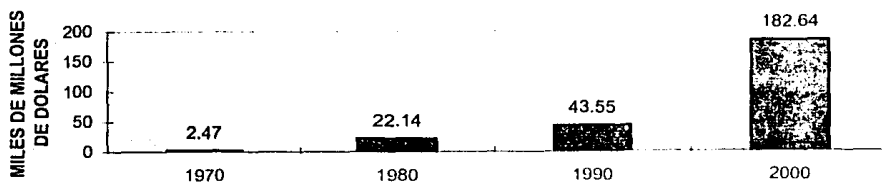


FUENTE: Elaboración propia con base a datos del FMI, BAI y BANXICO

GRAFICA: 14

FECHA SIN  
FALLA DE ORIGEN

### IMPORTACIONES DE MEXICO



FUENTE: Elaboración propia con base a datos del FMI, BM y BANNICO

### 3) POLÍTICA COMERCIAL DE MÉXICO (1985-2000).

La liberalización del comercio exterior de México, ha sido un rasgo fundamental y esencial para llevar a cabo la política económica neoliberal; pero la forma en que lo ha venido haciendo, no es del todo positiva y equitativa para los diferentes sectores económicos del país; ya que se hizo de una forma casi unilateral, abrupta, precipitada e indiscriminada la reducción de los aranceles y barreras no arancelarias, en comparación a sus principales socios comerciales (Estados Unidos y Canadá). Esto provocó un desfase y debilitamiento de la industria nacional. Para llevar a cabo esta política económica neoliberal, se basaron falsamente (el Gobierno), en "la visión del *librecambio*, que "promueve" la óptima asignación de los recursos productivos, a través del aprovechamiento de las ventajas comparativas."<sup>35</sup>

Pero la misma realidad del comercio internacional, no se ha adaptado perfecta o suficientemente, al ideal o teoría neoliberal del comercio internacional como está planteado. Por lo que cada país debe adaptar (y si ya adoptó la política neoliberal librecambista), las políticas comerciales e incluso industriales, de acuerdo a la estructura y características que tengan cada uno, y no imponer las políticas económicas o modelos económicos (del FMI, principalmente) tal como vienen estipulados, ya que éstos se elaboran a partir de los propios problemas y situaciones del país de donde provienen. Es más, el elaborar o llevar una política de comercio administrado y realizar una política industrial activa, han sido prácticas comunes en los países que predicán el librecambio y o en los más desarrollados, como los de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), a la que México pertenece desde 1993; pero estas situaciones antes mencionadas son las que precisamente se han dejado de hacer eficientemente: no se tiene realmente un comercio exterior administrado, y se lleva más bien una política industrial pasiva; o es realmente nula.

Por otro lado hay datos que muestran, "que en 1991, el Banco Mundial reportaba que los países industrializados, miembros de la OCDE, sometían a regulaciones no arancelarias (que actualmente son la forma principal del proteccionismo comercial), al 48.5% de sus importaciones en valor; y los

<sup>35</sup> José Luis Calva, México más allá del Neoliberalismo, Plaza Janés, 2da. ed., México, 2001, p. 57

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN



Estados Unidos al 44% de sus importaciones."<sup>36</sup> Mientras que "México sometía a sus regulaciones no arancelarias a sólo el 9.2%, del valor de sus importaciones."<sup>37</sup>

En forma sintetizada, la Política Comercial de México, fue la siguiente: Con el gobierno de Miguel de la Madrid, se inició un acelerado proceso de apertura comercial, comienza básicamente en el año de 1984, en el cual empezaron a reducirse las fracciones arancelarias que estaban controladas, eran cerca del 83.4% de las importaciones; pasaron posteriormente a 35.1% en 1985% y a 27.6% en 1986, mientras que el arancel máximo se redujo del 100% de 1985, al 45% en 1986, es decir en tan sólo un año, se redujo 55%. Al mismo tiempo se aplicaba una constante política de subvaluación cambiaria, lo que provocó un ininterrumpido superávit comercial, que ascendió al 5.3% del PIB durante casi todo el sexenio de Miguel de la Madrid (único superávit comercial en México, como período sexenal). Pero con el tiempo, esto provocó una prolongada depresión de la economía real, debido al severo programa de ajuste y estabilización exigido por el FMI, que terminó con sólo un crecimiento del 0.2% del PIB anual en el sexenio, y una caída acumulada del PIB per cápita del 11.4%.

Para finales de 1987, se puso en marcha una estrategia de mediano plazo, el llamado Pacto de Solidaridad Económica (PSE), encabezado por el entonces Secretario de Programación y Presupuesto del gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado, el Lic. Carlos Salinas de Gortari (Presidente 1989-1994); a partir de ahí el valor de las importaciones sujetas a permisos previos de importación se redujo al 21.5% en 1988 y al 9.2% en 1991; y la tarifa máxima arancelaria se redujo del 45% al 20%; al mismo tiempo se manejaba una política de peso fuerte a ultranza; esta combinación influyó a que se diera la gran crisis de Diciembre de 1994 (el colapso financiero y la macrodevaluación del peso).

Después de la macrodevaluación, se desplegó una estrategia macroeconómica, que se basó justamente para corregir el déficit externo, y se apoyó principalmente en la subvaluación cambiaria que estuvo vigente hasta el primer trimestre de 1996, siendo reemplazada por otra estrategia macroeconómica cuya prioridad fue la estabilidad de precios, utilizando como anteriormente, la paridad peso/dólar como ancla antiinflacionaria, pero al mismo tiempo se daba otra vez una sobrevaluación cambiaria; se reforzaba la apertura comercial, ahora el valor de las importaciones sujetas a permisos previos, se redujo al 3.6% en 1999, y el arancel ponderado de las importaciones, cayó hasta el 2.8%; como consecuencia, el desequilibrio externo que había desaparecido en el primer trimestre de 1996 (a causa de la macrodevaluación de 1994-1995), volvió a aparecer, registrándose en 1999 un déficit comercial sin maquiladoras equivalente al 3.9% del PIB y un déficit en cuenta corriente del 2.9% del PIB.<sup>38</sup>

<sup>36</sup> Ibid, p. 58

<sup>37</sup> Ibidem

<sup>38</sup> Véase José Luis Calva, op. cit., pp. 68-69

## CAPITULO II

### EL SECTOR MANUFACTURERO Y LAS PYMES

#### A) EL SECTOR MANUFACTURERO EN MÉXICO (1985-2000)

El sector manufacturero, es el rubro más dinámico de la industria mexicana en estos momentos. La industria manufacturera, se define como, "un conjunto de actividades orientadas a la transformación mecánica, física o química de bienes naturales o semiprocesados en artículos cualitativamente diferentes."<sup>39</sup>

Las actividades de las industrias manufactureras pueden realizarse en diferentes niveles o escalas de producción (que dependen básicamente de la capacidad de cada empresa), como emplear diferentes tipos de tecnologías, procesos o niveles de complejidad y de integración económica en el interior de cada una de las unidades de producción, ya sean plantas industriales, fábricas, talleres, e incluso en hogares.

"La producción manufacturera puede presentarse bajo diferentes modalidades: desde la fabricación por cuenta propia, en la cual el productor selecciona y adquiere las materias primas para desarrollar su actividad, y decide la características, los volúmenes y el destino de los productos elaborados; de igual forma existe la producción sobre pedido, en la que el fabricante exige y adquiere las materias primas, pero la decisión sobre las características, volúmenes y destino del producto, ya están definidas, previo acuerdo con el comprador o cliente; hasta la producción bajo la forma de maquila, en donde se reciben materias primas para su transformación bajo las especificaciones y requerimientos de los clientes."<sup>40</sup>

Pero antes de continuar, se debe señalar que no toda la transformación es necesariamente manufacturera, ya que hay ciertas actividades en las que se presentan una o unas determinadas modalidades, como en el sector minero, construcción, preparación de alimentos, etc.

Por otra parte estas unidades manufactureras, se definen generalmente, como "Establecimientos manufactureros, que son unidades económicas, que en una sola ubicación, asentada en lugar de manera permanente y delimitada por construcciones e instalaciones fijas, combina acciones y recursos bajo el control de una sola entidad propietaria o controladora, para realizar principalmente actividades de transformación, elaboración, ensamble, procesamiento y maquila total o parcial, de uno o varios productos"<sup>41</sup>. Y muchos de estos establecimientos, se apoyan de otros auxiliares, los cuales

<sup>39</sup> INEGI, XV Censo Industrial, Censos Económicos 1999, p. 15.

<sup>40</sup> IBIDEM

<sup>41</sup> IBIDEM

se definen como, "aquellos establecimientos que en una ubicación física diferente, se encargan de proporcionar servicios de manera exclusiva a otros, con los cuales comparte la misma razón social, para la realización más eficiente de las actividades sustantivas."<sup>42</sup>

1)A continuación se describirá el comportamiento que tuvo el sector de la manufacturas en México de 1985 al 2000. "El instrumento fundamental que se utilizó como punta de lanza en la estrategia Neoliberal, fue la apertura comercial, que arrancó propiamente en 1984 con el Programa de Sustitución de Permisos Previos por Aranceles, el cual hacia 1986 había liberalizado más del 85% de las fracciones arancelarias manufactureras; se prosiguió con el ingreso de México al GATT-OMC en 1986 y con la instrumentación del Programa de Desgravación Arancelaria, que iniciado en Abril de 1986, se propuso reducir en treinta meses el techo arancelario del 50% al 30%; y se precipitó con el llamado Pacto de Solidaridad Económica decretado en Diciembre de 1987, que redujo de golpe el arancel máximo al 20%."<sup>43</sup> El objetivo de esto, fue el de presionar a la industria nacional, para que así incrementara más rápidamente su productividad, para enfrentarse posteriormente a la competencia internacional, y al mismo tiempo le otorgaba un acceso más rápido y fácil a la importación de una gran cantidad de insumos, bienes de capital y de tecnologías; que eran requeridos necesariamente para la modernización de la industria productiva.

Con base en las estadísticas del INEGI, el comportamiento del PIB nacional de 1935 a 1982 se había incrementado en 1592.7%, es decir cerca de 15.9 veces, creciendo a una tasa media de 6.1% anual, lo que implicaba a su vez un incremento del 340.4% en el PIB per cápita, con una tasa media anual del 3.1%.<sup>44</sup> Mientras que de 1982 a 1999 el crecimiento medio anual fue apenas de 2.23%, siendo el más significativo el del periodo de 1989-1994 con un crecimiento sexenal de 25.81% y una tasa de crecimiento del 3.9%.<sup>45</sup> Por el lado de las manufacturas se observan dos puntos de crecimiento muy importantes, el primero se da entre 1988 y 1989, donde crece 7.9%, y en 1996 donde se crece hasta un 10.8%; pero de igual manera que el PIB nacional, tiene algunos períodos de crecimiento negativo y/o muy bajos, como el observado en 1986 con -5.6%, en 1993 con 0.7%, y un -4.9% en 1995. Se concluye además que este sector terminó con un crecimiento promedio anual de 3.25%, frente al 3.1% durante 1983-1999. En la grafica 2 se muestra cómo tanto el PIB total, como el manufacturero tienen un comportamiento muy similar; esto es por que, como ya se había señalado anteriormente, el sector de las manufacturas es el más dinámico de la economía desde finales de la década de los ochenta.

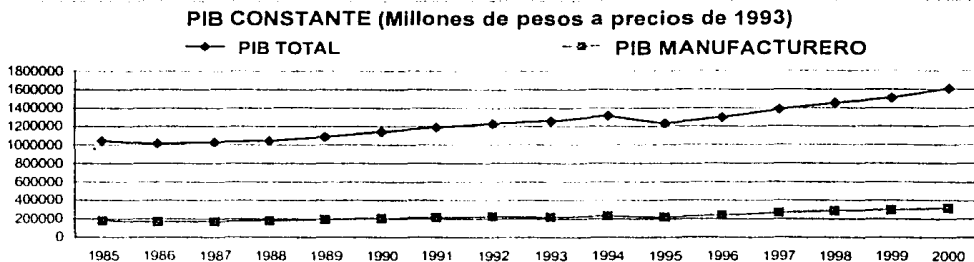
<sup>42</sup> IBIDEM

<sup>43</sup> Calva, Op. cit., p. 194.

<sup>44</sup> Calva, Op. cit., p. 22.

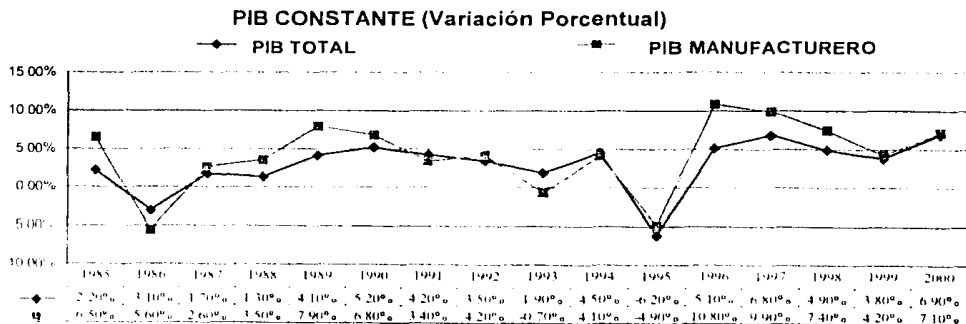
<sup>45</sup> IBID. P. 23

GRAFICA 1: PRODUCTO INTERNO BRUTO REAL: TOTAL Y MANUFACTURERO  
1985-2000.



FUENTE: INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales.

GRAFICA 2: TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB TOTAL Y PIB MANUFACTURERO  
1985-1998



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales

Analizando las grandes divisiones en que se divide el sector manufacturero, se observa que dos divisiones son las que destacan sobre las demás, las industrias básicas metálicas, y la de maquinaria y equipo, con crecimiento promedio anual de 4.01% y 4.75%, respectivamente, de 1983 a 1999. Mientras que las divisiones con menos crecimiento durante el mismo periodo, fueron la de textiles y prendas de vestir, y productos de madera, con apenas crecimientos de 1.51% y 0.79%, respectivamente.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# TESIS CON FALLA DE ORIGEN

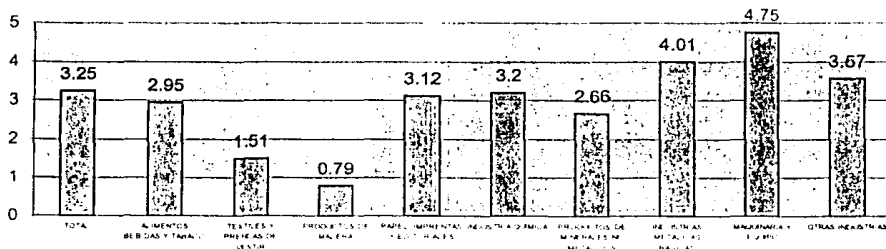
45

**CUADRO 1: TASA MEDIA ANUAL DE CRECIMIENTO DE LAS MANUFACTURAS**

RUBRO / AÑO	1951-1981	1983-1999
TOTAL	7.08	3.25
ALIMENTOS BEBIDAS Y TABACO	5.83	2.95
TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR	4.89	1.51
PRODUCTOS DE MADERA	7.86	0.79
PAPEL, IMPRENTAS Y EDITORIALES	5.96	3.12
INDUSTRIA QUIMICA	9.75	3.20
PRODUCTOS DE MINERALES NO METALICOS	7.69	2.66
INDUSTRIAS METALICAS BASICAS	11.09	4.01
MAQUINARIA Y EQUIPO	10.13	4.75
OTRAS INDUSTRIAS	5.22	3.57

ELABORACIÓN PROPIA. Con base a las estadísticas del INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México, base 1993.

**GRAFICA 3: CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL POR GRAN DIVISIÓN DE LAS MANUFACTURAS DE 1983 A 1999.**

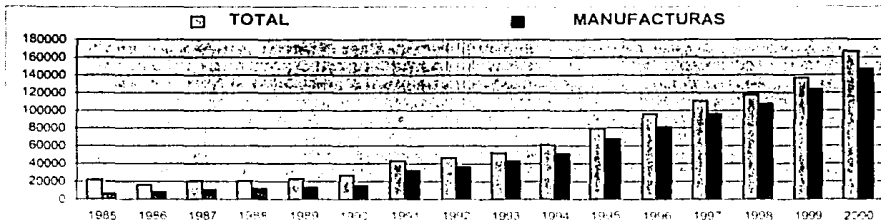


Elaboración propia, con base a las estadísticas del INEGI

Por el lado del sector externo, el comportamiento del sector manufacturero es muy notorio en su participación tanto en la exportaciones como en las importaciones. Desde la apertura comercial en 1985, el crecimiento de las exportaciones ha sido en gran medida producido desde el seno del sector manufacturero, siendo que en 1985 este sector participaba con alrededor del 29.6%, para 1990 con el 55.4%, un año después se disparó hasta el 75.7%, y que para el año 2000 su participación en las exportaciones totales alcanzaron 88.1%, mientras que la gran dependencia que se venía teniendo del petróleo como el gran generador de las entradas de divisas desaparece casi prácticamente en los noventa, gracias también a la gran importancia de los Tratados de Libre Comercio, siendo el de mayor importancia con Canadá y Estados Unidos, con los cuales se realiza más del 90% del comercio total de México.

# TICAN CON FALLA DE ORIGEN

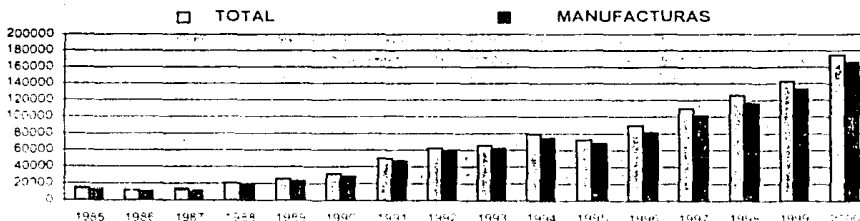
**GRAFICA 4: EXPORTACIONES TOTALES Y MANUFACTURERAS**



FUENTE: INEGI, Sistemas de Cuentas Nacionales de México.

En esta gráfica se muestra claramente el constante crecimiento del sector manufacturero que se da a partir de 1991 al 2000 y cómo es sumamente mayor el aporte de éste a las exportaciones totales en comparación con los otros sectores económicos, los cuales se muestran constantes en el período señalado.

**GRAFICA 5: IMPORTACIONES TOTALES Y MANUFACTURERAS**



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI, Sistemas de Cuentas Nacionales de México.

En tanto las importaciones, "para el año de 1982 tienen una notoria caída, y que su recuperación solo se inicia hasta 1988, y de igual manera en el anuncio del TICAN en 1991 crecen de manera muy importante, para alcanzar una cifra superior a los 5 mmd de exportaciones de estos bienes".<sup>46</sup> La participación de las importaciones manufactureras de las importaciones totales, es muy diferente en relación a lo que sucede con las exportaciones manufactureras, siendo que estas para 1985 solo representaban cerca del 30%, mientras que las importaciones manufactureras ya representaban cerca del 86.5% para el

<sup>46</sup> Schettino, Macario. "Economía Internacional", Iberoamérica, México 1995 p 92

# TESIS CON FALLA DE ORIGEN

47

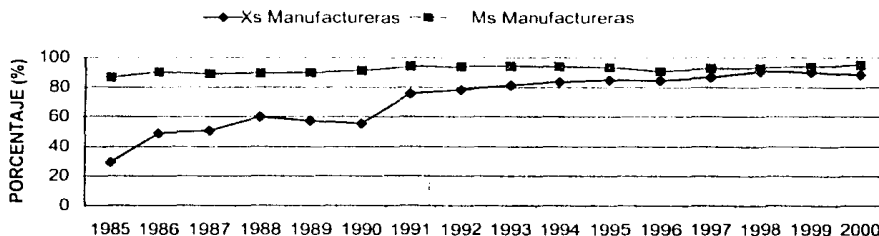
mismo año; esto quiere decir que se ha venido mostrando un gran déficit en este sector, cuando menos desde 1985 hasta 1991, y a partir de ahí se ha ido haciendo menos el déficit, aunque no ha desaparecido. Para el 2000 las importaciones manufactureras participaban con un 94.6% del total, mientras las exportaciones manufactureras participaron con cerca del 88.1%, solamente en 1998 estas últimas tuvieron su mayor participación, con un 90.7%. (Ver cuadro 2).

CUADRO 2

	Xs, TOTALES	Xs, MANUFAC.	PART. EN LAS Xs	Ms, TOTALES	Ms, MANUFAC.	PART. EN LAS Ms
Año	mdd	mdd	(%)	mdd	mdd	(%)
1985	21663.8	6427.9	29.6	14533.1	12581.9	86.5
1986	16157.7	7908.8	48.9	12432.5	11202.4	90.1
1987	20494.6	10426.5	50.8	13305.4	11853.9	89.1
1988	20545.9	12268.1	59.7	20273.7	18120.1	89.3
1989	22842.2	13091.4	57.3	25437.9	22831.4	89.7
1990	26838.5	14861.2	55.4	31271.9	28523.1	91.2
1991	42687.5	32307.2	75.7	49966.6	46967.2	94.1
1992	46195.6	36168.8	78.3	62129.3	58235.2	93.7
1993	51886.1	42500	81.2	65366.5	61567.8	94.2
1994	60882.2	51075.3	83.4	79345.9	74424.8	93.8
1995	79541.6	67382.9	84.7	72453	67500	93.2
1996	95999.7	81013.8	84.4	89468.8	81137.5	90.7
1997	110431.3	95565.1	86.5	109807.6	101587	92.5
1998	117459.4	106585.5	90.7	125373	116431.2	92.8
1999	136391.1	122819.2	90.1	141974.7	133182.2	93.8
2000	166454.9	146497.4	88.1	174457.8	165135.6	94.6

FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI, Sistemas de Cuentas Nacionales de México. NOTA: Exportaciones Xs Importaciones Ms

GRAFICA 6: PARTICIPACION DE LAS MANUFACTURAS EN EL COMERCIO EXTERIOR



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI, Sistemas de Cuentas Nacionales de México.

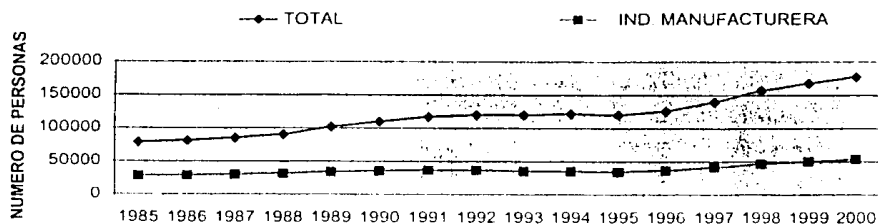
En esta última gráfica se muestra que las exportaciones manufactureras mexicanas han venido recuperando terreno en el comercio exterior frente a las importaciones manufactureras, las cuales siempre han sido mayores, sólo en 1998 se da un acercamiento o tendencia al equilibrio. Por otro lado, las

importaciones manufactureras se han mantenido siempre por encima del 80% de participación, en el período señalado. Esto nos da como resultado que la apertura comercial haya venido impulsando a la industria nacional a insertarse al comercio internacional, y asegurar que las manufacturas son el principal motor del comercio exterior de México. Aunque de igual forma se debe reconocer que el total de las exportaciones manufactureras ha estado y todavía se sigue concentrando en unas cuantas empresas; "por ejemplo si se incluyera a la industria maquiladora, resulta que entre ésta (3130 empresas en Diciembre de 1998) y alrededor de otras 300 grandes empresas, han participado en promedio con el 94.35% de la exportaciones totales en el período de 1993-1998; y estas mismas empresas sólo han participado en promedio con el 5.59% de la población ocupada, durante el mismo período"<sup>47</sup>, antes y después de este período la situación no ha sido en realidad muy distinta, por lo que es muy importante que a través de las diversas instancias, tanto del sector público como privado, se apoyen a las empresas nacionales y, principalmente, a las PYMES a insertarse al comercio internacional, y fomentar al mismo tiempo el eslabonamiento de las cadenas productivas de estas últimas con las grandes empresas exportadoras.

También es importante observar que dentro de las manufacturas, la respuesta a la apertura comercial ha sido diferenciada, tomando en cuenta que el mayor crecimiento en las exportaciones se ha dado en la maquinaria y equipo, mientras que por el lado de las importaciones se ha dado en mayor medida en los textiles, madera y papel.

La participación del sector manufacturero en el empleo, también ha sido una característica muy importante que se ha venido mostrando desde la apertura comercial, siendo que este sector ha contribuido entre el 30% y 40% en el período analizado (1985-2000); aunque también ha venido declinando.

GRAFICA 7: ASEGURADOS PERMANENTES EN EL IMSS



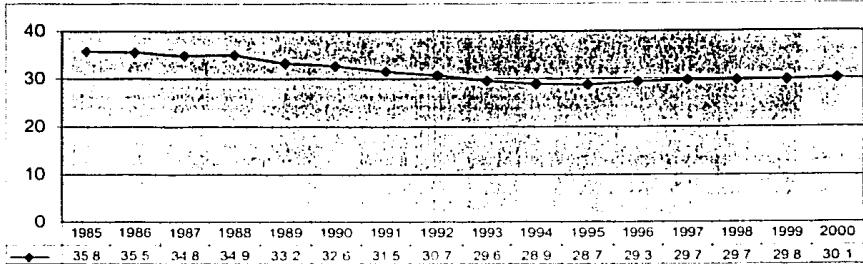
FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI, Sistemas de Cuentas Nacionales de México, e IMSS

<sup>47</sup> Calva, op. cit., p. 199

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



**GRAFICA 8: PARTICIPACIÓN DEL SECTOR MANUFACTURERO EN EL EMPLEO TOTAL.**



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI, Sistemas de Cuentas Nacionales de México.

En lo que se refiere a la inversión extranjera, la mayor parte de ésta ha sido captada por el sector industrial, y se puede observar en la siguiente tabla.

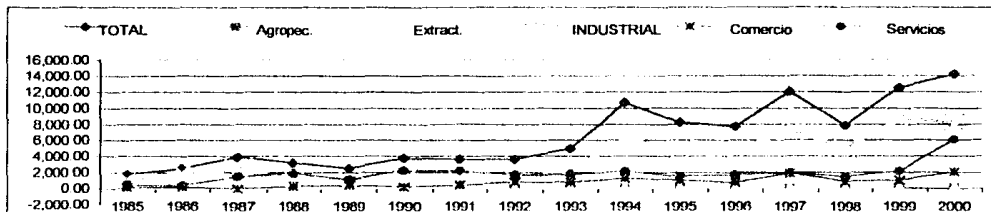
**CUADRO 3: INVERSION EXTRANJERA DIRECTA POR SECTOR ECONOMICO (mdd).**

PERIODO	Total	Agropecuario	Extractivo	Industrial	Comercio	Servicios
1985	1,729.00	0.4	18	1,165.80	109.5	435.3
1986	2,424.20	0.2	30.8	1,918.90	151.2	323.1
1987	3,877.20	15.2	48.8	2,400.50	-21.2	1,433.90
1988	3,157.10	-12	24.9	1,020.00	246.8	1,877.40
1989	2,499.70	19.3	9.5	982.4	386.3	1,102.20
1990	3,722.40	61.1	93.9	1,192.90	171.4	2,203.10
1991	3,565.00	44.9	31	963.6	387.5	2,138.00
1992	3,599.60	39.3	8.6	1,100.80	750.9	1,700.00
1993	4,900.70	34.5	55.1	2,320.50	759.9	1,730.70
1994	10,635.50	10.6	97.8	6,183.10	1,250.50	2,099.6
1995	8,229.90	11.1	79.1	4,761.10	1,006.40	1,467.7
1996	7,697.30	31.7	83.8	4,699.30	729.4	1,698.5
1997	11,995.60	10.9	130.2	7,276.10	1,862.40	1,915
1998	7,853.20	28.7	42.4	4,991.70	879.1	1,427.7
1999	11,993.30	80.2	126.6	8,637.90	995.9	2,122.7
2000	16,523.20	87.8	177	8,223.90	2,010.20	6,024.3

FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI, Sistemas de Cuentas Nacionales de México.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

GRAFICA 9: INVERSION EXTRANJERA, POR SECTOR ECONOMICO 1985-2000 (mdd)



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI

La inversión extranjera directa (IED) regularmente se ha mostrado más interesada en el sector industrial (básicamente manufacturero) de 1993 al 2000, siendo que éste ha captado un promedio de 50.8% del total del período señalado más que cualquier otro sector económico; aunque el sector servicios en algunos años (1988 a 1992) captó más que el industrial; y a partir de 1999 el sector servicios ha tomado un gran repunte empezando a captar más inversión extranjera, hacia el año 2000.

Por otra parte en lo que se refiere a los indicadores de competitividad del sector manufacturero de México, frente o comparado al de otros países, se puede mencionar que el sector se coloca en términos medios en lo que se refiere a la productividad de la mano de obra (1993-2000), tomando en cuenta una comparación con países como Estados Unidos, Colombia, y Japón con los cuales, México está por encima de ellos y; con Alemania y Corea, se coloca por debajo de estos.

CUADRO 4: PRODUCTIVIDAD DE LA MANO DE OBRA EN LA IND. MANUFACTURERA ANUAL. (BASE 1993=100)

PERIODO	México a/	Estados Unidos	Japón	Alemania	Corea	Colombia
1993	100	100	100	100	100	100
1994	109.9	103.4	103.2	117.4	110.1	106.1
1995	115.3	108.6	107.8	122.9	121.3	113.9
1996	125.7	114.5	111.7	136.1	134.3	113.9
1997	130.9	120.9	117.5	150.9	147	124.5
1998	136.4	127.8	112.4	151.5	158	127
1999	139	135.2	116.6	157.6	191.4	N D.
2000	145.7	142.8	123.5	167.5	212.1	N D.

FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI

a/ Datos para el sector Manufacturero sin incluir a la Industria Maquiladora

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**CUADRO 5: SALARIOS DE LA IND. MANUFACTURERA**  
(dólares por hora-hombre)

PERIODO	México a/	Estados Unidos	Chile a/
1993	2.1	11.7	1.7
1994	2.1	12	2
1995	1.3	12.3	2.3
1996	1.3	12.7	2.6
1997	1.6	13.1	2.7
1998	1.6	13.4	2.6
1999	1.9	13.8	2.4
2000	2.2	14.3	2.3

FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI

a/ Datos para el sector Manufacturero sin incluir a la industria Maquiladora

En lo que se refiere al pago de salarios en el sector manufacturero se sigue mostrando una gran diferencia entre lo que se le paga a un trabajador en un país desarrollado, en este caso en los Estados Unidos, contra lo que se le paga a un trabajador del mismo sector en un país en vías de desarrollo como es el caso de México y Chile, que tal salario, está en apenas entre un 15% y un 18% del total de lo que se le paga al trabajador del país desarrollado.

## 2)COMERCIO INTRAINDUSTRIAL

La apertura comercial ha generado un gran incremento del volumen comercial de México, pero además ha creado al mismo tiempo un gran cambio en su forma, y esto se muestra en el comportamiento del sector manufacturero del comercio intraindustrial de las últimas dos décadas.

"El comercio intraindustrial corresponde a los flujos de intercambio de productos similares. Una aproximación para medirlo se basa en el monto de comercio generado por el intercambio recíproco de productos provenientes de una misma industria... Entre los principales factores de este proceso, están las economías de escala en la producción de bienes diferenciados y la integración de procesos productivos en distintos países."<sup>48</sup>

El comercio intraindustrial tiene básicamente dos representaciones: "a)Comercio intraindustrial horizontal; que resulta del intercambio de bienes similares, pero diferenciados, ya sea por la marca, el estilo, la publicidad, la localización geográfica, o por la disponibilidad estacional (frutas y legumbres); y b)Comercio intraindustrial vertical; que se refiere al que se genera por el desplazamiento de un producto de un país a otro en sus distintas etapas de elaboración. Los modelos de producción compartida, en que se asignan diferentes etapas del proceso productivo a distintos países, ha estimulado el crecimiento de este tipo de comercio."<sup>49</sup>

<sup>48</sup> BANCOMEXT, Comercio Exterior, mensual, Vol. 51, Núm. 9, Septiembre de 2001, p. 789.

<sup>49</sup> IBIDEM

CUADRO 6: COMERCIO INTRAINDUSTRIAL<sup>50</sup>

AÑO	1980	1991	1999
RAMA O SUBSECTOR	100%	100%	100%
Alimentos, bebidas y tabaco	14	7	5
Textiles, vestido y cuero	3	4	6
Madera	1	1	1
Papel, imprenta y editorial	3	2	2
Derivados del petróleo	7	4	2
Petroquímica	4	1	1
Química	10	11	8
Plástico y caucho	1	2	3
Minerales no metálicos	2	2	2
Siderurgia	7	6	4
Minerometalurgia	8	3	2
Prod. Metálicos, maquinaria y equipo	9	54	63
Otras industrias manufactureras	1	1	1

FUENTE: Elaboración propia con base a datos de BANCOMEXT

## 3) PARTICIPACIÓN EN EL PIB

CUADRO 7: México: estructura del PIB global por gran división y tasa de crecimiento promedio anual, 1980-1999

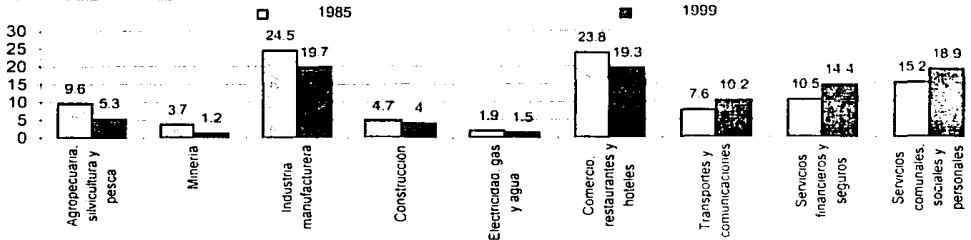
SECTOR	ESTRUCTURA %			Tasa de Crec. Prom. Anual %	
SECTOR	1980	1985	1999	1980-1985	1985-1999
Agropecuaria, silvicultura y pesca	9	9.6	5.3	4.6	— 0.9
Minería	3.2	3.7	1.2	— 4.6	— 6.9
Industria manufacturera	24.9	24.5	19.7	3.1	1.9
Construcción	5.5	4.7	4	— 4.9	2.5
Electricidad, gas y agua	1.5	1.9	1.5	2.1	7.1
Comercio, restaurantes y hoteles	25.7	23.8	19.3	6.7	0.3
Transportes y comunicaciones	7.5	7.6	10.2	3.3	6.6
Servicios financieros y seguros	9.8	10.5	14.4	1.7	8.6
Servicios comunales, sociales y personales	14.2	15.2	18.9	1.4	4.3
Total	100%	100%	100%	2.9	3.2

FUENTE: Banco de México, Informe Anual, 1985, 1990, 1999; e INEGI, Sistemas de Cuentas Nacionales, 1998.

<sup>50</sup> IBID, p. 792.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

GRAFICA 10: PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL PIB TOTAL POR SECTOR.



FUENTE: Elaboración propia, con base a estadísticas del INEGI, Sistemas de Cuentas Nacionales, 1998.

En esta última grafica se nota claramente que, aunque la T CPA del PIB manufacturero cayó del 3.1% en 1980-1985 al 1.9% en 1985-1999, el porcentaje de participación del sector manufacturero al PIB total sigue siendo el mayor y el más importante con 24.5% en 1985 y 19.7% en 1999. Y a manera de conclusión de este apartado podemos mencionar que, de 1985 al 2000, el PIB registró tasas positivas de crecimiento (3.0% en promedio anual) generadas en parte por los cambios estructurales de las exportaciones (tanto por su proporción respecto del PIB total, como por su composición: mientras que en los inicios de los ochenta la relación era 85:15 entre petróleo y manufacturas, en los noventa la relación se invirtió a 15:85).

Tras la crisis de finales de 1994, cuyos efectos se manifestaron a lo largo de 1995 con la considerable caída de 6.2% del PIB total, de 1996 al 2000 la economía mexicana recuperó su dinamismo con crecimientos promedio anuales más altos que el promedio alcanzado en 1985-1994 (2.6%), esto es, 5.6%. Este crecimiento se sustenta en las variaciones porcentuales positivas de la electricidad (7.1%), y transportes y comunicaciones (6.6%), y de manera destacada, servicios financieros, con 8.6%. Por lo tanto la T CPA (Tasa de Crecimiento Promedio Anual) de 1985-2000, fue de cerca del 3.0%.

Como se observa en el cuadro 7, de 1985 a 1999 se registró una notable recomposición de las grandes divisiones del PIB total, la cual tuvo efectos trascendentes en el panorama regional de México debido a que existen actividades productivas que ganan y pierden posiciones relativas en la estructura nacional. En las regiones del país, los efectos de esa ganancia o pérdida están en función de las particulares estructuras del PIB de las entidades federativas. De este modo, los sectores que perdieron presencia de 1985 a 1999, por orden de importancia, son comercio, restaurantes y hoteles; industria manufacturera (sólo se refiere a su participación en el PIB total); agropecuario y pesca; minería, y construcción. Por el contrario, la ganancia relativa se concentra en los servicios comunales, los servicios financieros y

\* T CPA = La raíz de n-1 del periodo final entre el periodo inicial, menos 1 por 100.

los transportes y comunicaciones. Estas tres grandes divisiones representaron 43.5% del PIB total en 1999, frente a 31.5% en 1980.

## B) LAS PYMES

Cuando se hable de las PYMES, se hará referencia en general a las **micro, pequeñas y medianas empresas**, para este presente trabajo.

Las PYMES representan una gran importancia para la economía, tanto de los países industrializados, como para los países en vías de desarrollo como es el caso de México.

Los criterios para clasificar a las empresas en micro, pequeña, mediana y grande, han sido diferentes en cada país aunque de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como el principal factor para estratificar los establecimientos por tamaño, y como criterios complementarios, se ha utilizado el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos.

En síntesis, la experiencia de México en este rubro ha sido la siguiente: Para el año de 1978, se crea el Programa de Apoyo Integral a la Industria Mediana y Pequeña (PAI), en el cual se agruparon varios fondos y fideicomisos. Este programa se enfocó a los establecimientos de 6 a 250 personas considerados como pequeñas y medianas empresas, mientras que a los establecimientos que empleaban hasta cinco personas, se les consideraba como talleres artesanales y no eran objeto de dicho programa de apoyo.

En Marzo de 1979, a través del Plan Nacional de Desarrollo Industrial, se consideró como pequeña industria a aquella cuya inversión en activos fijos era menor a 200 veces el salario mínimo anual vigente en el Distrito Federal (10 millones de pesos en ese entonces)

Ya para el año de 1985, la entonces Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), actualmente Secretaría de Economía (SE), establece de manera oficial los criterios para clasificar a la industria de acuerdo a su tamaño, y que para el 30 de Abril de ese mismo año, se publica en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el Programa para el Desarrollo Integral de la Industria Pequeña y Mediana, en la que se estableció la clasificación, bajo los siguientes estratos:

- **Micro industria:** Son las empresas que ocuparan hasta 15 personas y el valor de sus ventas netas fueran hasta 30 millones de pesos al año.
- **Pequeña industria:** Son las empresas que ocuparan hasta 100 personas y sus ventas netas no rebasaran la cantidad de los 400 millones de pesos al año.

- **Mediana industria:** Son las empresas que ocuparan hasta 250 personas y el valor de sus ventas netas no rebasaran la cantidad de los 1,100 millones de pesos al año.<sup>51</sup>

Pero a partir de 1990, se ha dado cuatro pronunciamientos acerca de los criterios para la definición de las micros, pequeñas y medianas empresas, y son las siguientes:

**CUADRO 8: Pronunciamientos para definir a las PYMES por número de trabajadores**

FECHA	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
18 DE MAYO DE 1990	HASTA 15 TRABAJADORES	HASTA 100 TRABAJADORES	HASTA 250 TRABAJADORES
11 DE ABRIL DE 1991	HASTA 15 TRABAJADORES	DE 16 A 100 TRABAJADORES	DE 101 A 250 TRABAJADORES
03 DE DICIEMBRE DE 1993	HASTA 15 TRABAJADORES	HASTA 100 TRABAJADORES	HASTA 250 TRABAJADORES
30 DE MARZO DE 1998	HASTA 30 TRABAJADORES	HASTA 100 TRABAJADORES	HASTA 500 TRABAJADORES

FUENTE: Elaboración propia con base a datos del INEGI, Censos Económicos, 1999. Micro, Pequeña, Mediana y Gran empresa.

El último pronunciamiento, se dio el 30 de Diciembre de 2002, la estratificación de las empresas se basó a partir de su tamaño: Micro, pequeña, mediana y grande empresa; y que se estableció partiendo del sector económico al que perteneciera (Industria, comercio y servicios), y al número de empleados. La estratificación actual en México es la siguiente:

**CUADRO 9: Último pronunciamiento para definir a las empresas, por tamaño de acuerdo al número de trabajadores.**

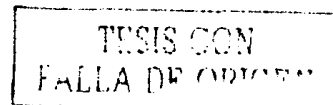
Tamaño / sector	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
MICRO	0-10	0-10	0-10
PEQUEÑA	11-50	11-30	11-50
MEDIANA	51-250	31-100	51-100
GRANDE	251 en adelante	101 en adelante	101 en adelante

FUENTE: Diario Oficial de la Federación, 30 de Diciembre de 2002, p. 51.

Como ya se había mencionado, todos los países o economías han manejado diversos criterios para clasificar a las empresas por estratos, pero el elemento o factor común ha sido el número de trabajadores como el indicador principal. Las PYMES desempeñan un papel muy relevante en el desarrollo económico de las naciones. Por ejemplo para los países de la OCDE, éstas representan en promedio el 99.0%, del total de las empresas, aunque el estrato micro no significa tanto como por ejemplo, "en América Latina este sector (microempresas), representan entre el 60% y el 90% de todas las unidades económicas."<sup>52</sup>

<sup>51</sup> INEGI, Censos Económicos de 1999, Micro, Pequeña, Mediana y Gran empresa, Ira. ed., México, 2001, pp. 11,12.

<sup>52</sup> INEGI, Censos Económicos 1999, Micro, Peq... p. 13.



A continuación se presentan las estratificaciones actuales de las empresas en algunos países de América Latina y de países desarrollados, por número de empleados:

CUADRO 10: Estratificación de las Empresas en países seleccionados

PAIS / EMPRESA	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE
<b>LATINOAMERICANOS</b>				
*MÉXICO	0-30	31-100	101-500	Más de 500
CHILE	1-9	10-49	50-99	Más de 100
BRASIL	1-19	20-99	10-499	Más de 500
PERU	1-4	5-20	21-199	Más de 200
<b>DESARROLLADOS</b>				
ALEMANIA		1-9	10-499	Más de 500
ITALIA	51-100	101-300	301-500	Más de 500
INGLATERRA	1-9	10-49	50-499	Más de 500
ESTADOS UNIDOS	1-19	20-99	100-499	Más de 500

FUENTE: INEGI. Censos Económicos de 1999. Micro, Pequeña, Mediana y Gran empresa  
 \*NOTA. A partir del 30 de Marzo de 1999, se dio otra estratificación. (Sólo industria).

Por otra parte, los factores que caracterizan a la PYMES en forma generalizada, y que además la dotan de una singular importancia estratégica para el desarrollo de sí mismas y del país, son.

- ◆ Su flexibilidad operativa y capacidad de adaptación a nuevas tecnologías.
- ◆ Igualmente es apta para integrarse en procesos productivos de grandes unidades y requiere de menor tiempo de maduración en sus proyectos.
- ◆ Aprovecha materias primas locales y promueve al mismo tiempo el desarrollo regional, especialmente en comunidades pequeñas y medianas.
- ◆ Es una instancia importante para la formación de empresarios, así como para la canalización de ahorro familiar y excedentes generados a nivel regional.
- ◆ Capacita mano de obra de escaso o nulo nivel de calificación previa (preparación).
- ◆ Presenta una menor dependencia relativa del exterior, ya que aprovecha en mayor grado recursos, maquinaria, equipo y ahorro domésticos.
- ◆ Constituye un elemento de equilibrio en los mercados al alentar o fomentar la competencia, lo que beneficia al aparato productivo y al consumidor.
- ◆ Significa una alternativa para el desarrollo de empresas del sector social.<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Programa para el Desarrollo Integral de la Industria Mediana y Pequeña, SECOFI (ahora Secretaría de Economía), 1985, p. 12.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



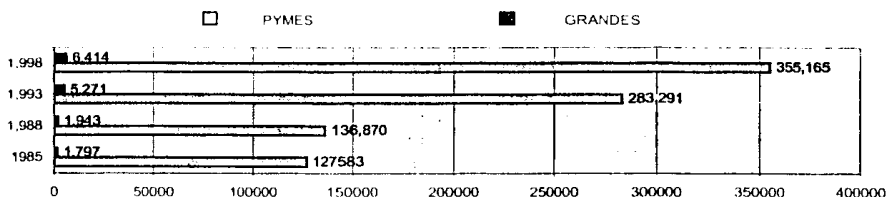
## C) EL DESENVOLVIMIENTO DE LAS PYMES DE 1985 AL 2000.

El desarrollo y comportamiento que han venido teniendo los establecimientos PYMES en los años de la segunda mitad de los ochenta y prácticamente toda la década de los noventa, han sido de suma importancia para el desarrollo del país; siendo que éstos han contribuido en áreas muy significativas como la creación de nuevas unidades de producción, la creación de empleos, en remuneraciones salariales, en incremento de la producción y exportación de mercancías (ya sea directa o indirectamente), en la creación de valor agregado, y en el incremento en la utilización de insumos nacionales principalmente.

### 1) NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA

Según diversos censos económicos elaborados por parte del INEGI, el número de establecimientos por tamaño de acuerdo al número de trabajadores se conformó de la siguiente manera: Para 1985 existían 129,380 unidades productivas manufactureras, de las cuales el 99% (127,583) pertenecían al estrato de las PYMES (micro, pequeña, y mediana empresa), mientras que sólo el 1% (1,797) pertenecían a la gran empresa. Para 1988 se localizaron 138,813 establecimientos manufactureros, de los cuales el 99% (136,870) fueron PYMES, y sólo el 1% (1,943) fueron grandes empresas. En 1993 el número de establecimientos se duplicó, pasando hasta los 288,562 establecimientos manufactureros destacando el incremento del estrato de la mediana empresa que creció alrededor de seis veces a lo que tenía en 1988, de igual forma la gran empresa se incrementó en alrededor de 2.5 veces en el mismo periodo; aquí las PYMES representaron ahora el 98% (283,291) y la gran empresa el 2% (5,271). Y para 1998 el crecimiento relativo en el número de establecimientos fue menor al de los años anteriores, pero en términos absolutos fue muy importante, se localizaron 361,579 establecimientos manufactureros, de los cuales el 98% (355,165) correspondieron a las PYMES, y sólo el 2% (6,414) a la gran empresa.

GRAFICA 11: NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS MANUFACTUREROS



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI

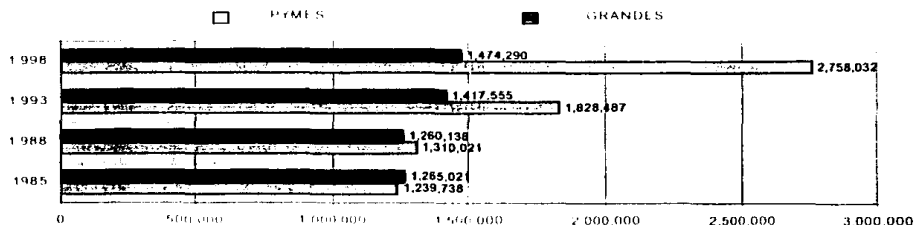
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## 2) PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA

En 1985 el personal ocupado en la industria manufacturera fue de cerca de 2,504,759 empleados, de los cuales el 49% los empleó la PYME, mientras que el 51% laboró en la gran industria. Aquí se da un caso muy especial que se debe de tomar muy en cuenta; siendo que la gran empresa manufacturera sólo participó con el 1% del total de los establecimientos, del mismo sector en el mismo año, en el empleo participó con poco mas de la mitad y en algunos otros años hasta con mas fuentes de empleo que las propias PYMES; y así se da esta situación en otras áreas, como en las remuneraciones al personal ocupado en el sector, en el PIB manufacturero, insumos, y en el valor agregado; donde su participación en todas ellas es mayor que el de las PYMES, aunque esto no quiere decir que éstas sean menos importantes, por el contrario su participación ha sido en los últimos años cada vez más importante para contribuir al desarrollo del país.

Para 1988 el personal ocupado en el sector fue de 2,570,159 trabajadores, de los cuales el 51% laboró en las PYMES y el 49% en la gran empresa: aquí se da un crecimiento relativo de 2% en el estrato de las PYMES, mientras que en la gran empresa cae en el mismo porcentaje. En 1993 la situación cambia un poco más, el personal ocupado se incrementa hasta los 3,246,041 trabajadores laborando ahora el 56% en las PYMES y el 44% en la gran empresa. Aquí las PYMES se iban convirtiendo en una de las mejores fuentes de trabajo del sector por su gran comportamiento económico que venían teniendo. Pero en 1998 la situación se acrecentó aún más para las PYMES, y que para ese entonces el personal ocupado en el sector manufacturero creció hasta los 4,232,322 trabajadores, de los cuales ahora las PYMES empleaban al 65.2%, y la gran empresa sólo al 34.8%; es decir las PYMES crecieron cerca del 10% en su aportación al empleo total del sector, mientras que la grande perdió ese casi 10% de trabajadores, en términos relativos. Esta situación se debió a que la gran crisis de 1994-1995, provocó que se fueran dando los despidos masivos en la gran empresa, por lo que los trabajadores desempleados fueron poniendo pequeños negocios o se fueron integrando a muchas otras PYMES como una alternativa para emplearse.

GRAFICA 12: PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA



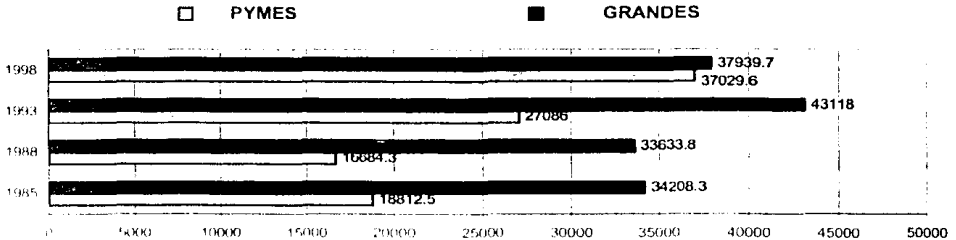
FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 3) REMUNERACIONES AL PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA.\*

Para el año de 1985 las remuneraciones que se pagaron al personal ocupado en la industria manufacturera se encontraban en los \$53,020.8 millones de nuevos pesos (mdnp), de los cuales el 35% fueron pagados por las PYMES, mientras que la gran empresa pago cerca del 65% de las remuneraciones. En 1988 las remuneraciones pagadas a los trabajadores del sector manufacturero, fueron de \$50,315.6 mdnp, de los cuales el 33% los pago las PYMES y el 67% los pagó la gran empresa; es decir que 2/3 partes de las remuneraciones las pagó esta última. Para 1993 las remuneraciones totales pagadas a los trabajadores fueron de \$70,205 mdnp, de los cuales el 39% los pagó las PYMES y el otro 61% los pagó la gran empresa manufacturera; aquí todavía se nota una mayor aportación de la grande frente a las PYMES en esta área. Pero para 1998 con unas remuneraciones totales de \$74,969.4 millones de pesos (mdp), el 49% las pagaron las PYMES y el 51% las grandes empresas. Aquí se puede observar, una mejor distribución del ingreso, lo cual denota una de las características y contribuciones que hacen las PYMES para el desarrollo del país.

GRAFICA 13: REMUNERACIONES AL PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA (mdnp)



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI

### 4) PRODUCCIÓN BRUTA TOTAL EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA

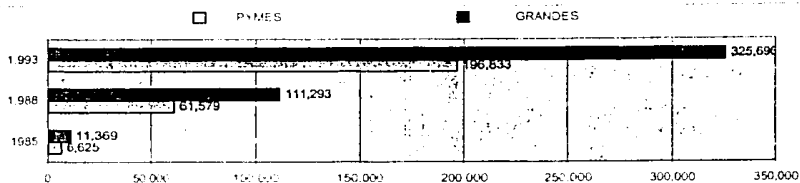
En 1985 la producción bruta total en el sector manufacturero fue en términos constantes de \$374,854.1 mdnp, de los cuales el 37% fueron producidos desde el seno de las PYMES, mientras que la gran empresa produjo el 63% restante de la producción total manufacturera. Tres años después, para 1988 la producción bruta total creció a \$436,545.4 mdnp, de los cuales el 36% fue elaborado por las PYMES y el otro 64% fue elaborado por la gran empresa. Para 1993 la producción bruta total se colocó en los \$522,530

\* Los siguientes cuatro rubros se manejan, en millones de pesos a precios de 1993 (valores constantes).

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

mdnp, un crecimiento real muy significativo; de esa cantidad el 38% lo produjo las PYMES y el 62% la gran empresa. El gran crecimiento que se dio en esos últimos cinco años, fue debido al casi entrante Tratado de Libre Comercio con Canadá y los Estados Unidos, que hizo incrementar el volumen de la producción de casi todas las empresas para destinar gran parte de esa producción a la exportación.

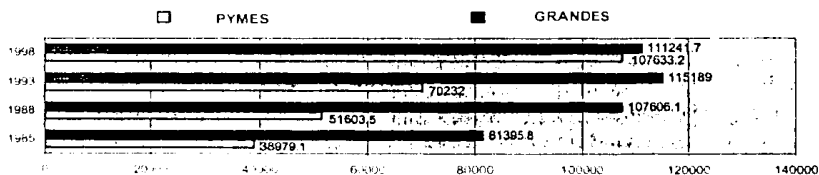
GRAFICA 14: PRODUCCIÓN BRUTA TOTAL EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA (mdnp)



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI  
 VALOR AGREGADO BRUTO EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA (VAB)

En 1985 el valor agregado bruto en la industria manufacturera se colocó por los \$120,395.8 mdnp, de esto el 32% los generaron las PYMES, mientras que el 68% lo generó la gran empresa. Tres años más tarde el valor agregado bruto creció hasta los \$159,209.6 mdnp, de los cuales el 32% los generaron las PYMES y el 68% la gran empresa. En 1993 el valor agregado bruto creció hasta los \$185,421 mdnp, generando ahora el 38% las PYMES y el 62% la gran empresa. Y para 1998 el valor agregado bruto se disparó hasta los \$218,874.9; aquí las PYMES generaron casi la mitad (49%) del valor agregado bruto, mientras que la gran empresa cayó once puntos porcentuales de 1993 a 1998 respecto a la participación total, colocándose ahora con una participación de 51%. Y aquí también se vuelve a ver la importancia que van tomando las PYMES en el contexto económico del país.

GRAFICA 15: VAB EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA (mdnp)



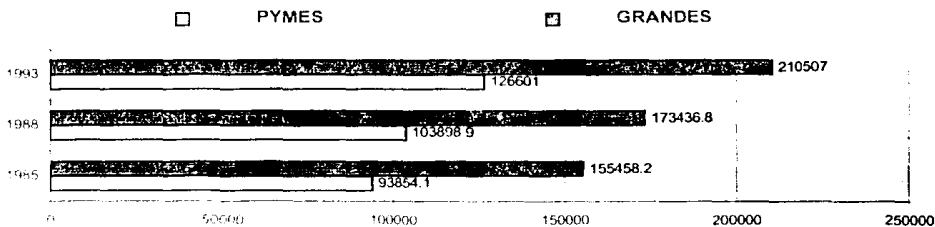
FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

## 6) INSUMOS TOTALES UTILIZADOS EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA

En esta última área importante también fue muy significativa la participación que tuvieron las PYMES. En 1985 se utilizaron cerca de los \$254,458.3 mdnp en insumos destinados a la producción manufacturera, de los cuales el 38% los utilizaron las PYMES, mientras que el 62% lo utilizó la gran empresa. Para 1988 se utilizaron \$277,335.8 mdnp, de dicha cantidad el 37% de los insumos los utilizaron las PYMES, mientras que la gran empresa utilizó el 63%; aquí sólo hubo una variación de un punto porcentual en contra de las PYMES, mismo que utilizó la gran empresa. Y para 1993 el porcentaje de participación en los insumos fue el mismo que se registró en 1985, sólo que ahora los insumos totales utilizados en términos de valores constantes llegaron a los \$337,109 mdnp.

GRAFICA 16: INSUMOS UTILIZADOS EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA (mdnp)



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI.

Finalmente según los datos del último censo económico realizado por el INEGI, el comportamiento que tuvieron las PYMES en forma desglosada fue la siguiente: Las micro empresas participaron con el 95.1% de los establecimientos totales a nivel nacional, dando empleo a cerca de 1, 079,220 personas, que representan el 25.5% de los empleos totales del sector manufacturero y percibieron remuneraciones por \$15,673 millones de pesos que representaron el 7.9%. Por personal ocupado, la rama de las tortillerías es la que generó más empleos con un 11.6% y además generó el 12.2% del valor agregado censal bruto. Le siguieron por orden de importancia las panaderías, con el 9.7% de empleos y las herrerías con el 7.8% de empleos.

Los pequeños establecimientos manufactureros representaron el 2.7% del total, emplearon al 11.8% del personal del sector y generaron el 9.2% del valor agregado censal bruto. La rama de la confección es la principal en este estrato, ya que empleó a 13.9% del total; después la rama de los plásticos con el 6.8% de empleos; imprentas y editoriales crearon un 5.3% de empleos y otros metálicos con un 4.1%, pero ésta contribuyó con el mayor porcentaje en lo que se refiere a la generación de valor agregado bruto con un 11.3%. La

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

rama de cemento y cal sólo destacó en el área de los activos fijos con un 9.8%, siendo el mayor.

La mediana industria en el sector manufacturero constituyó el 1.7% de los establecimientos totales; aquí las remuneraciones, los activos fijos y el valor agregado censal bruto representan casi la tercera parte del sector. La principal rama en el orden de los empleos es la industria de la confección, la cual empleó al 14.5% del total de la mediana industria. La siguiente rama por importancia en el área del empleo fue la de plásticos con una aportación del 6.2%, el 6.6% del total de los establecimientos y un valor agregado censal bruto de 4.8%. En el valor agregado censal bruto destacó la rama de la industria automotriz y bebidas con un 5.5% y 5.2%, respectivamente. En activos fijos destacó primeramente la industria del papel y sus productos con un 7.1%.

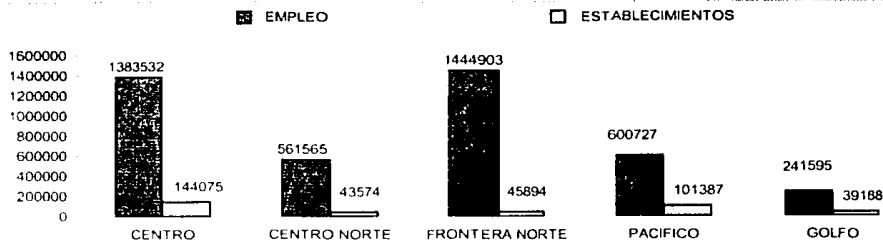
Por su parte la empresa grande con menos del 1% de los establecimientos totales, empleó a cerca del 34.8% de los trabajadores del sector manufacturero, pagó remuneraciones por poco más de la mitad del sector y de la misma forma sucedió con el valor agregado. Por empleo destacó la industria del equipo eléctrico con un 16.8%, siguiéndole la rama de la industria de equipo electrónico con un 11%, confección con 9% y la industria automotriz con 8.1%, ésta última destaca con los mayores porcentajes en su participación en remuneraciones con 12.5%, en activos fijos con 15.4% y en valor agregado censal bruto con el 18.3%.<sup>54</sup>

## 7) DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LAS PYMES Y SU PERSONAL OCUPADO

En la zona del Centro del país, es donde sobresale la concentración de los establecimientos pequeños, que representan cerca del 40.4% del total del sector, y al mismo tiempo emplearon al 40.1% de los trabajadores, en esta zona destacan principalmente el Estado de México y el Distrito Federal. Por su parte la zona de la frontera norte, destaca por el asentamiento de empresas medianas y grandes, ya que la primera participó con el 30.3% y la segunda con el 47.3% de los establecimientos; y emplearon 32.2% y 52.4% respectivamente, del total de los trabajadores manufactureros de la zona. Y mientras tanto las zonas del Pacífico y del Golfo, se caracterizaron por una gran concentración de establecimientos del estrato micro, ya que de los 101,387 empresas, 99,070 son micro y de las 39,188 del golfo, 38,432 correspondieron al estrato micro, debido a esto, estas regiones no tienen una gran participación de la empresa grande en sus entidades, como si lo es en las zonas frontera norte y centro donde la gran empresa participa con un 47.3% en la primera y con un 27.4% en la segunda.

<sup>54</sup> INEGI, Censos Económicos 1999, Micro Pequeña, Mediana y Gran empresa

**GRAFICA 17: ESTABLECIMIENTOS Y PERSONAL OCUPADO, POR REGION (1998)**



FUENTE: Elaboración propia con base a estadísticas del INEGI.

## D) PROGRAMAS Y APOYOS PARA LAS PYMES: ANTECEDENTES.

**1) DEL GOBIERNO FEDERAL:** Con los últimos tres gobiernos federales se venía aplicando una política industrial pasiva, es decir se evitaba casi cualquier intervención directa por parte del gobierno para fomentar el desarrollo de las empresas; el argumento que se utilizó para no intervenir, fue el de eliminar los subsidios para "evitar" una competencia desleal y sólo intervino el gobierno para "controlar" las principales variables macroeconómicas, las cuales consideraba como las únicas condiciones que requerirían las empresas para desenvolverse, como: el control de la inflación, la estabilidad cambiaria, tasas de interés decrecientes, así como una serie de normas y obligaciones legales que regularan las diversas operaciones de las empresas.

Pero la casi nula intervención del gobierno en las últimas dos décadas no ha rendido resultados positivos al sector empresarial, ni mucho menos a las PYMES, las cuales son las que principalmente necesitan de una política industrial activa por parte del gobierno, que las apoye y las impulse.

Sólo algunas de las principales instituciones gubernamentales han ido fomentando y orientando sus esfuerzos y recursos desde hace dos décadas en forma más directa para dar apoyo a las PYMES, las cuales son las que se han considerado más vulnerables a los impactos de la apertura comercial y las que tienen al mismo tiempo mucho más problemas para acceder a los diferentes créditos y financiamientos para desarrollar a sus empresas; por lo que instituciones como NAFIN y BANCOMEXT, echaron a andar diversos programas de apoyo para impulsar el desarrollo de las PYMES en México; además, otras instituciones también han brindado apoyos a éstas, y entre las principales han sido: desde la propia SECOFI (ahora Secretaría de

Economía), hasta la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), la Secretaría de Educación Pública (SEP), y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

## 2) NAFIN

Esta institución se orientó primordialmente al financiamiento del sector público y al de las grandes empresas por muchos años, pero hasta 1989 se concentró a brindar apoyos a empresas consideradas básicas, comenzó a buscar la competitividad de la industria, crear fuentes de empleo, impulsar el desarrollo tecnológico, etc. Posteriormente creó el Programa para la Micro y Pequeña industria (PROMYP); desde entonces su misión principal ha sido el de apoyar a las PYMES, especialmente a las del sector industrial mediante el otorgamiento accesible de créditos, de esquemas de garantías, de tecnología de punta, de asesorías, de capacitación, servicios profesionales y asistencia técnica; además de inducir a las PYMES al sistema financiero nacional, facilitar el acceso a mercados, desarrollar esquemas de asociación y organización empresarial, fomentar alianzas estratégicas, empresas integradoras, procesos de subcontratación, participar en la preexportación o directamente en la exportación, así como en la importación de insumos, maquinaria y equipo, etc.

Actualmente siguen vigentes estos propósitos de NAFIN, que han sido manifestados de alguna forma en una serie de mecanismos, instrumentos y programas muy variados. Por citar algunos ejemplos, en 1992 NAFIN otorgó créditos por un monto de \$23,321 millones de pesos, que resultaba el 90% del total de los créditos, con los cuales apoyo a 93,083 empresas, de las cuales el 97% eran micros y pequeñas. De 1989 a 1994 se beneficiaron más de 366 mil empresas de las cuales el 98% eran también micros y pequeñas; en 1995 debido a la crisis, el porcentaje de créditos bajó al 73% para las micro y pequeñas, pero del total de las empresas, el 98% fue destinado a éstas últimas, y con 23% dirigido al sector industrial; además NAFIN, siguió apoyando con diversos programas como, PROMIN principalmente, y en muchos otros en forma conjunta con otras instituciones nacionales como internacionales (NAFIN-PNUD).

## 3) BANCOMEXT

El Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), es otra institución que ha apoyado en cierta manera a las PYMES, principalmente en lo que se refiere al área de exportación. Ha emprendido una serie de mecanismos e instrumentos y programas para incorporar a las PYMES a la dinámica exportadora. Al igual que NAFIN, BANCOMEXT experimentó una reestructuración funcional, y que aunque fue en menor grado, se cree que ha sido suficiente y sus resultados parecen que se han mostrado más eficientes.



Por el lado del financiamiento, se menciona que los créditos aumentaron anualmente, de \$1,279 millones de dólares en 1989 a más de 9 mil millones de dólares igualmente anuales a Julio de 1994; el número de empresas atendidas en general, pasó de 1,894 en 1988 a casi 15,000 en Septiembre de 1994; en 1989 el sector manufacturero y el de servicios recibían el 85% del financiamiento total, que el cual se vio disminuido al 63% para el año de 1993, esto era para permitir que se canalizaran más equitativamente los créditos hacia los demás sectores económicos. Esta institución apoya a las PYMES, para que exporten, incrementen sus exportaciones, consoliden una oferta exportable, integren productos complementarios, diversifiquen mercados, impulsen alianzas estratégicas e inversión extranjera, desarrollo de proveedores, de comercializadores, promoción de productos, participación en ferias, exposiciones y eventos internacionales.

#### 4) CANACO Y CANACINTRA

Estas instituciones privadas no tienen programas de apoyo específicos para apoyar a las PYMES, ni tampoco otorgan apoyos de índole financiero o crediticio; sin embargo, sí proporcionan una serie de apoyos que abarcan las áreas de capacitación, información y asesorías, las cuales las cubren mediante diversos talleres y seminarios que los imparten principalmente desde el seno de sus instalaciones.

Además interactúan con los gobiernos federal, regional y local, para fomentar el desarrollo de la empresa nacional; plantean posturas a favor de las empresas que están afiliadas a ellas, y realizan acciones ante otros organismos privados internacionales, así como públicos para desarrollar sus proyectos.

5) PROGRAMAS DE APOYO A LAS PYMES: Algunos de los apoyos y programas que han venido brindando diversas instituciones y dependencias del gobierno, son entre otros los que se encuentran en la siguiente tabla:

CUADRO 11: ALGUNOS PROGRAMAS DE APOYO A LAS PYMES

Relación de Programas por organismo que han venido apoyando a la inversión en Desarrollo Tecnológico de la pequeña y mediana empresa, en los últimos años.	
BANCOMEXT	
Programa de Asistencia Técnica	Asistencia técnica y apoyos financieros para mejorar procesos productivos o adoptar sistemas de calidad.
Créditos para la Adquisición de Unidades de Equipo	Servicios financieros y créditos para adquirir maquinaria y equipo.

ON  
FALLA DE ORIGEN

**TESIS CON  
FALSA DE ORIGEN**

66

<b>CONACYT</b>	
Programa de Modernización Tecnológica	Apoyos financieros para la modernización tecnológica de las empresas.
Centros Tecnológicos del Sistema SEP-CONACYT	Asistencia técnica para proyectos de investigación y desarrollo tecnológico.
Programas Integrales del Sistema de Investigación Regional	Asistencia técnica para proyectos de investigación y desarrollo tecnológico.
Fondo de Investigación y Desarrollo para la Modernización tecnológica	Apoyos financieros para proyectos de inversión con mérito tecnológico.
<b>SECRETARÍA DE ECONOMÍA</b>	
Foros Tecnológicos	Encuentros empresariales con instituciones nacionales que ofrecen apoyo en el área de tecnología.
Sistema de Información de Servicios Tecnológicos	Información de consultores e instituciones públicas y privadas nacionales que ofrecen servicios tecnológicos.
<b>SHCP</b>	
Desarrollo y Adaptación de Tecnologías	Apoyos fiscales al desarrollo y adaptación de tecnologías.
<b>SEMARNAT</b>	
Sistema de Información de Proyectos Científicos y Tecnológicos en el Área Ambiental SICTA	SICTA es una base de datos con información sobre 1645 proyectos de investigación, básica y tecnológica, en materia ambiental y de recursos naturales.
<b>STyPS</b>	
Calidad Integral y Modernización CIMO	Consultoría empresarial especializada y apoyos financieros para la contratación de asistencia técnica.
Consejo de Normalización y Certificación de la Competencia Laboral	Normalización y Certificación de la Competencia Laboral

FUENTE: Secretaría de Economía

Como conclusión de este capítulo, se puede señalar que la estructura por tamaño de la industria manufacturera en México, muestra un predominio de la micro empresa con más del 90% del universo empresarial, y que al mismo tiempo ésta se concentra en las regiones del Golfo, Pacífico Sur, y la región del Centro, mientras que la mediana y grande empresa se concentran en mayor grado en las regiones del Noroeste y Norte del país; pero en el caso de la región del Centro, básicamente en el Estado de México y en el Distrito

Federal se encuentran todo tipo de empresas; en el patrón de participación en los subsectores o ramas industriales, predominan dos sectores de manera muy importante, el de la industria de alimentos, bebidas y tabaco, y el de productos metálicos, maquinaria y equipo; ya que juntos éstos sectores son los que mas participan en el número de establecimientos (51.6%), en la generación de empleos (49.9%), y en la generación de valor agregado (51.2%)<sup>55</sup>.

Entre los principales obstáculos a los que se han enfrentado las PYMES en México, son básicamente a problemas estructurales que han dificultado un adecuado desarrollo, fenómeno que no es privativo o exclusivo de nuestro país, dado que es posible analizarlo y observarlo en casi todos los países del mundo. Entre los problemas más importantes, destacan los siguientes:

- ♦ Inadecuada articulación de nuestro sistema económico, que favorece, casi prioritariamente, a las grandes empresas y corporaciones.
- ♦ Políticas gubernamentales inadecuadas.
- ♦ Corrupción administrativa de funcionarios del sector público.
- ♦ Falta de financiamiento o carestía del mismo.
- ♦ Inapropiada infraestructura técnico-productiva.
- ♦ Carencia de recursos tecnológicos.
- ♦ Escasa aplicación de adecuados sistemas de planificación empresarial.
- ♦ Competencia desleal del comercio informal.
- ♦ Globalización y las prácticas desleales a nivel internacional.
- ♦ Y en general, la carencia de una cultura empresarial de los empresarios mexicanos.

Pero este perfil de la configuración industrial ha generado en cierta forma muchas barreras no sólo para la detección de necesidades en cada estrato, sino también para la determinación de acciones de apoyo más generalizadas u homogéneas. Este contexto industrial nos empuja a pensar y decidir, al momento de diseñar programas de capacitación o de apoyo para las PYMES, que es preciso seleccionar a una población meta, es decir realizar una segmentación específica, para enfocar todos los esfuerzos, recursos y capacidades a las problemáticas específicas y propias de cada estrato y rama o subsector, ya que una visión o política generalizada correría el riesgo de plantear soluciones que se irían perdiendo por las grandes diferencias que existen entre las empresas (por tamaño, por sector y por rama industrial, e incluso por zona). Ante esto, es importante que haya consensos entre los actores o partes interesadas cuando se vayan a realizar los programas de apoyo para las diferentes empresas, sólo así irían planteadas las diversas demandas y necesidades que requiere el sector empresarial para desarrollarse.

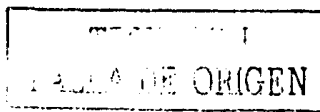
<sup>55</sup> Censos Económicos 1999, Micro, Pequeña, Mediana y Gran empresa

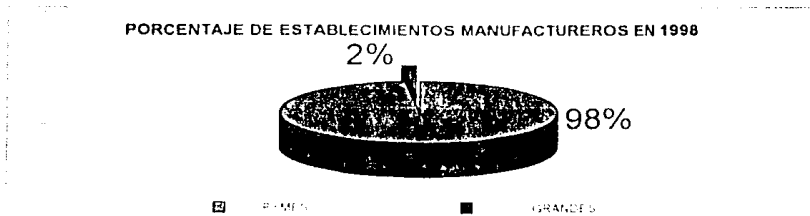
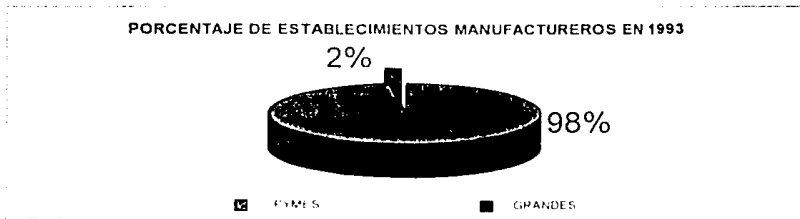
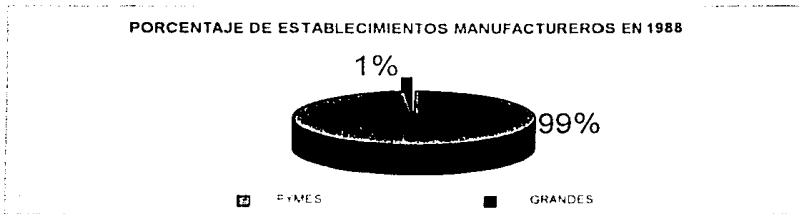
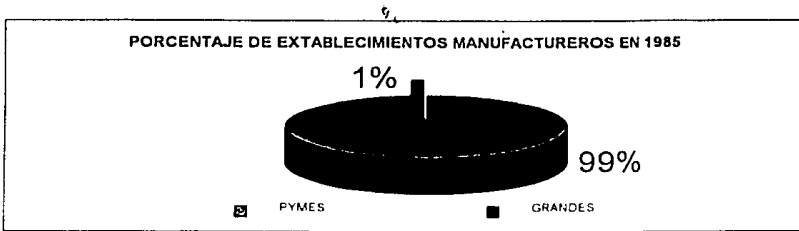
PIB CONSTANTE (Millones de pesos a precios de 1993)		
	PIB TOTAL	PIB Manufacturero
1985	1044489.1	177961.1
1986	1012329.7	168063.9
1987	1029766.5	172365.3
1988	1042981.1	178416.1
1989	1085800.8	192500.9
1990	1141999.3	205524.5
1991	1190131.8	212578
1992	1232275.6	221427.4
1993	1256196	219934
1994	1312200.4	229891.6
1995	1230608	217581.7
1996	1293859.1	241151.9
1997	1381525.2	265113.4
1998	1449310.1	284642.7
1999	1504971	296528.4
2000	1609138.2	317482.1

PIB CONSTANTE (Variación porcentual)		
	PIB TOTAL	PIB Manufacturero
1985	2.20%	6.50%
1986	-3.10%	-5.60%
1987	1.70%	2.60%
1988	1.30%	3.50%
1989	4.10%	7.90%
1990	5.20%	6.80%
1991	4.20%	3.40%
1992	3.50%	4.20%
1993	1.90%	-0.70%
1994	4.50%	4.10%
1995	-6.20%	-4.90%
1996	5.10%	10.80%
1997	6.80%	9.90%
1998	4.90%	7.40%
1999	3.80%	4.20%
2000	6.90%	7.10%

PIB (Índice de Precios Implícitos)		
	PIB TOTAL	PIB Manufacturero
1985	4.8	5.4
1986	8.1	9.9
1987	19.7	24.7
1988	39.6	51.1
1989	50.2	57.3
1990	64.3	68.4
1991	79.4	84.1
1992	91.2	94.1
1993	100	100
1994	108.5	107
1995	149.6	160.9
1996	195.5	205.1
1997	230.1	232.2
1998	265.5	263.2
1999	304.9	298.3
2000	337.6	320.4

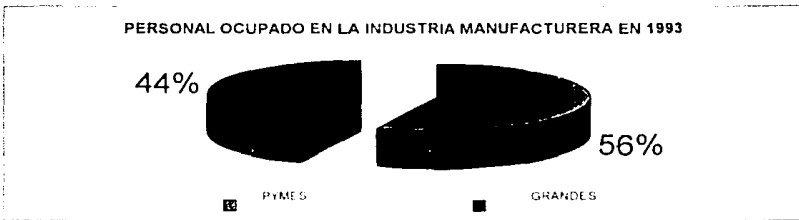
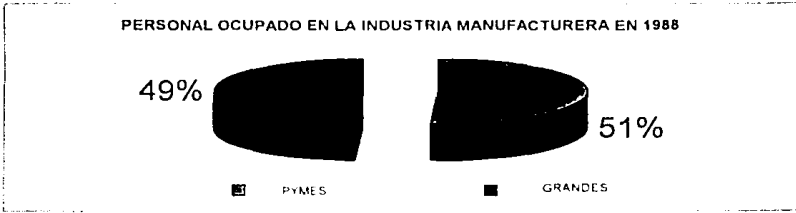
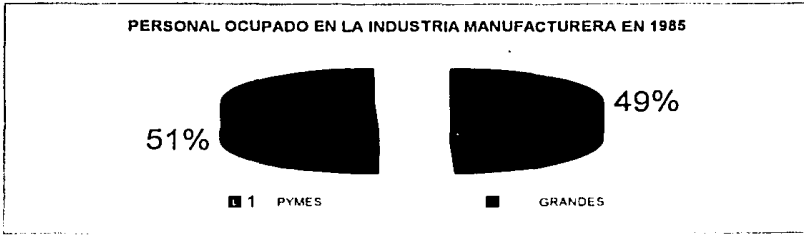
FUENTE: INEGI. Estadísticas Económicas. PIB Trimestral. Mayo 2001





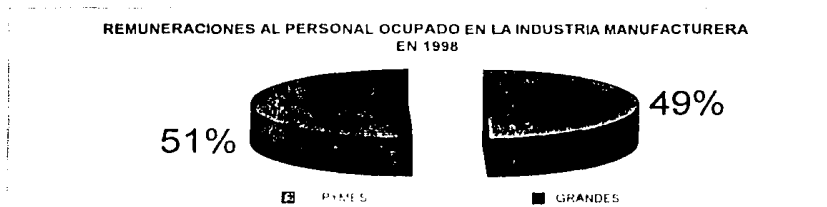
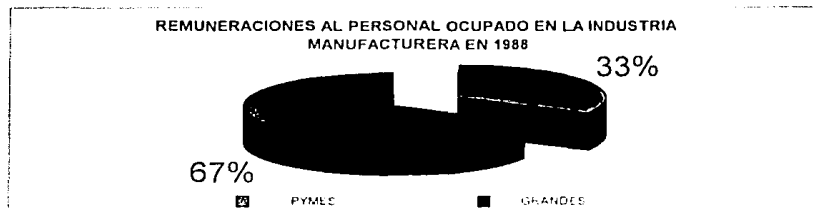
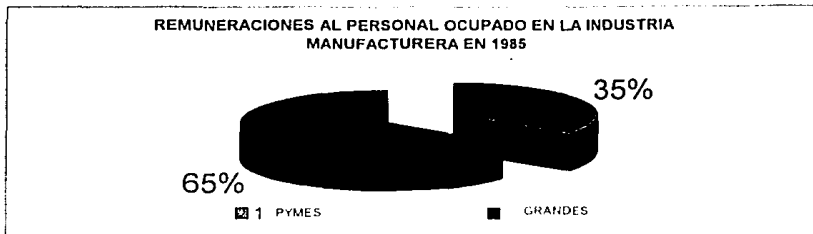
FUENTE: INEGI, Estadísticas Económicas

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



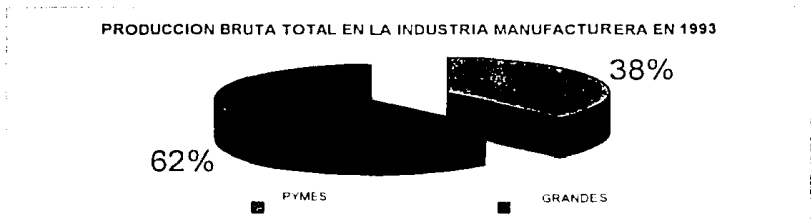
FUENTE: INEGI Estadísticas Económicas

TESIS CON  
PALLA DE ORIGEN



FUENTE: INEGI, Estadísticas Económicas

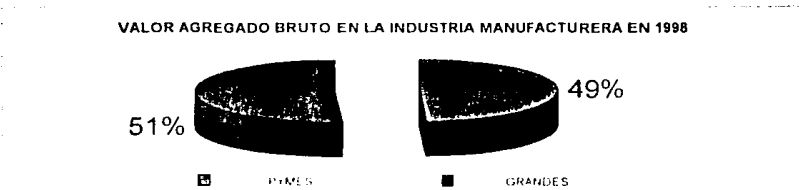
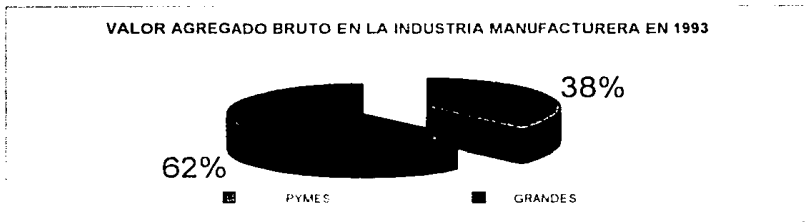
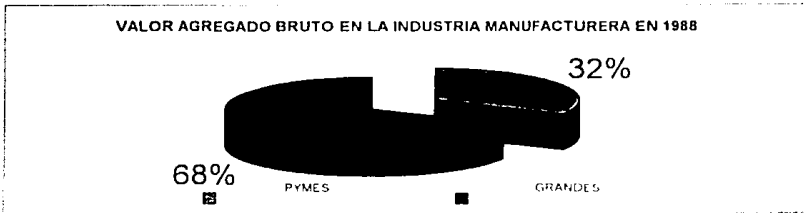
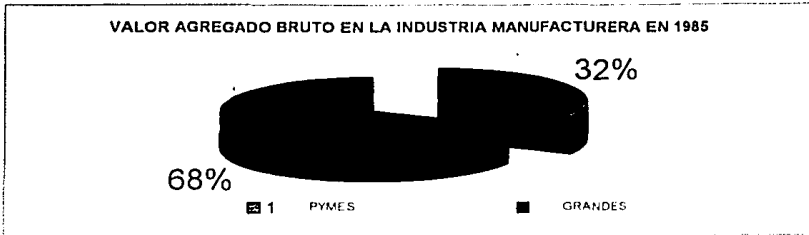
TRABAJO  
FALLA DE ORIGEN



FUENTE: INEGI, Estadísticas Económicas

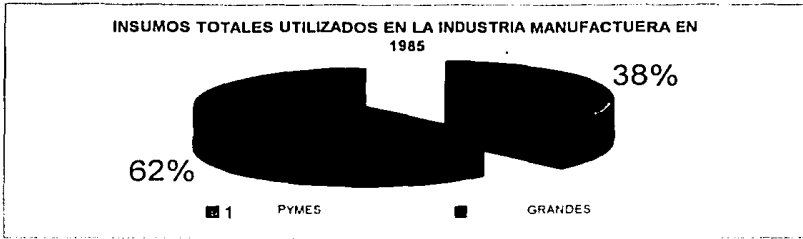
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN





FUENTE: INEGI. Estadísticas Económicas

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



FUENTE INEGI, Estadísticas Económicas.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS MANUFACTUREROS			
	TOTAL	PYMES	GRANDE
1985	129380	127583	1797
1988	138813	136870	1943
1993	288562	283291	5271
1998	361579	355165	6414

PERSONAL OCUPADO EN LA IND. MANUFACTURERA			
	TOTAL	PYMES	GRANDE
1985	2504759	1239738	1265021
1988	2570159	1310021	1260138
1993	3246041	1828487	1417555
1998	4232322	2758032	1474290

REMUNERACIONES AL PERSONAL OCUPADO EN LA IND. MANUFACTURERA (mdnp)			
	TOTAL	PYMES	GRANDE
1985	53020.8	18812.5	34208.3
1988	50315.6	16684.3	33633.8
1993	70205	27086	43118
1998	74969.4	37029.6	37939.7

PRODUCCION BRUTA TOTAL EN LA IND. MANUFACTURERA(mdnp)			
	TOTAL	PYMES	GRANDE
1985	374854.1	138020.8	236854.1
1988	436545.4	155502.5	281042.9
1993	522530	196833	325696

VALOR AGREGADO BRUTO EN LA IND. MANUFACTURERA (mdnp)			
	TOTAL	PYMES	GRANDE
1985	120395.8	38979.1	81395.8
1988	159209.6	51603.5	107606.1
1993	185421	70232	115189
1998	218874.9	107633.2	111241.7

INSUMOS TOTALES EN LA IND. MANUFACTURERA(mdnp)			
	TOTAL	PYMES	GRANDE
1985	254458.3	93854.1	155458.2
1988	277335.8	103898.9	173436.8
1993	337109	126601	210507

NOTA: Valores constantes precios de 1993. Para el rubro de la Producción Bruta Total y el de los Insumos Totales, no hay datos disponibles para el año de 1998.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## **CAPITULO III**

### **COMO DESARROLLAR A LAS PYMES**

El desarrollo de las empresas PYMES en los últimos años, muestra que cuenta con ciertas ventajas para enfrentar de manera exitosa al nuevo ambiente del contexto comercial, debido a que su manera de llevar a cabo sus procesos de operación y producción las hace más flexibles, lo que les permite al mismo tiempo adaptarse mejor y más rápidamente a los nuevos desarrollos e innovaciones tecnológicas; además de que cuentan con mejores controles de su producción por lo poco complejo de sus estructuras, mismas que son más simples y menos burocráticas.

#### **A)FACTORES QUE DESARROLLAN A LAS PYMES**

En este capítulo se analiza lo que las PYMES manufactureras requieren para poder desarrollarse como una empresa exportadora. Primero, desde el punto de vista de una empresa como tal, definiendo los factores, como la administración, planeación, organización, capacitación, financiamiento, etc.; además de las condiciones necesarias que deben cumplir para poder llegar a los diferentes mercados externos, como tener un producto exportable y competitivo, realizar análisis de mercados, cumplir con las diferentes normas de calidad y obligaciones fiscales, así como elaborar una buena logística para hacer llegar sus productos. Y finalmente, la relación que debieran tener las PYMES manufactureras con las grandes empresas exportadoras.

#### **1)LA ADMINISTRACIÓN**

La administración es un elemento de vital importancia en la actualidad para todo tipo de empresas, instituciones, organizaciones, ramas o áreas, y sobre todo para las PYMES, las cuales deben preocuparse por administrar adecuada y suficientemente sus limitados recursos humanos, materiales y financieros, principalmente. La administración tiene como principal objetivo o propósito hacer, en este caso, que las PYMES trabajen de forma mas uniforme mediante la planeación, la organización y el control de los recursos, en donde debe de haber una movilización eficiente de los medios requeridos para la producción; coordinando a su vez todas las actividades internas de la empresa; obviamente con la participación de los empleados o trabajadores y con los dueños o empresarios.

Pero la gran mayoría de las PYMES realizan una administración pasiva o empírica, que se basa en el conocimiento adquirido por su propia experiencia, por las pruebas de ensayo-error y por la intuición; y a la larga todo esto resulta en que surjan una serie de problemas para la empresa; ya

que se basan muchas veces en ideas preconcebidas, muchas de ellas equivocadas, otras vagas y superficiales que carecen generalmente de fundamentos técnicos y/o científicos.

Por lo tanto, es sumamente necesario que todas y cada una de la PYMES tomen muy en cuenta la práctica de la administración, para que tengan un desarrollo y desenvolvimiento más eficiente. Realizando una buena administración de los recursos humanos, naturales, materiales, financieros, así como de la producción y de las mismas operaciones de la empresa, harán que pronto se cumplan los objetivos de la misma, además de que pronto les traerá grandes beneficios, como incrementar la producción, aumentar la eficiencia y obtener mayores utilidades principalmente.

## 2) LA PLANEACION

La planeación es un elemento esencial de la misma administración, por medio de ésta se definen y especifican los objetivos, cursos y estrategias que se plantearán y tomarán las diferentes empresas para lograr sus metas. Por lo tanto, para lograr el éxito o cumplir con las metas, ya sea en términos de utilidades, ventas, participación y posicionamientos de mercados, expansión, etc., las empresas principalmente las PYMES, tienen que implementar y desarrollar una planeación que lleve consigo acciones con eficacia, de una forma objetiva, que tome en cuenta la situación interna de la empresa, el mercado, los clientes, los proveedores, la competencia, el ámbito económico nacional e inclusive el internacional; todo esto con un conocimiento real y claro.

En la planeación es donde se analiza la situación actual de todo lo que rodea e influye a la empresa tanto interna como externamente, sus fuerzas y debilidades, sus virtudes y complejidades, con el fin de establecer las rutas y las acciones que faciliten o permitan una mejor operatividad y funcionalidad de la empresa en lo futuro, eliminando o reduciendo así los riesgos previsible que puedan obstaculizar a cumplir con las metas y objetivos de la empresa.

Desarrollar la planeación o formular un plan de negocios es una tarea donde confluyen dos potencialidades:

1) Conocimiento.- Que estriba en tener conocimiento del presente y una estimación del futuro.

2) Creatividad.- Que es la facultad que estriba en visualizar el futuro deseado y en el de diseñar acciones encaminadas a conducir a la empresa u organización, a partir de una situación inicial a una posterior, haciendo uso de todas las potencialidades que posea.<sup>56</sup>

<sup>56</sup> Alejandro Lerma K., Comercio Internacional, ECAEFA 3ra. ed., México, 2000, p. 41.

Generalmente la planeación lleva explícitamente un plan de producción, de mercadotecnia, de finanzas y otros planes. Dentro del plan de mercadotecnia se desprenderán un plan de publicidad, otro de promoción, de ventas, de relaciones públicas y un plan de exportación, que éste último será de acuerdo al mercado meta.

Los principales beneficios que representarían para las PYMES al realizar una planeación eficiente, serían:

- ♦ "Identificar recursos y acciones necesarios, para lograr los objetivos
- ♦ Identificar la cantidad, el tiempo y el tipo de apoyo financiero requerido
- ♦ Hacer más fácil a un accionista o inversionista evaluarlo o proponerlo
- ♦ Incrementar el realismo en la conducción de la organización, se incrementa la toma de decisiones sobre datos reales y disminuyen las corazonadas que suelen tener un nivel mayor de error y menores resultados
- ♦ Le ayudan a identificar mercados, segmentos de mercados y perfiles de clientes, con lo que mejoran sus estrategias de mercado, analizando las condiciones de competencia dentro de las que tenga que operar para obtener el éxito.
- ♦ Incrementa las capacidades de la gerencia para dirigir la empresa."<sup>57</sup>

En sí, las empresas que se encauzan en la acción de planear, deberán realizar un proceso previo de investigación, análisis y diseño de las actividades que habrán de seguirse, fijando así los objetivos y las políticas, y estableciendo los procedimientos y programas para su realización como marco de referencia.

### 3) LA ORGANIZACIÓN

La organización es agrupar las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos, allí se establece qué debe hacer cada quién o cada área y quién es responsable de "x" o determinados resultados, y el fin es el de poder realizar y simplificar las funciones de la organización o empresa.

La acción de organizar es también de suma importancia para cualquier organización, institución o empresa, incluyendo por supuesto a las PYMES, a las cuales en la mayoría de los casos les resultaría más fácil.

Con la organización se activan los planes y se manejan más eficientemente los recursos de la empresa; crea y mantiene además relacionados todos los departamentos o áreas, así como los empleados, y al mismo tiempo va indicando qué recursos se utilizarán para la operatividad en general o actividades específicas de la empresa; también muestra cuánto, dónde y cómo se usarán dichos recursos.

<sup>57</sup> Alejandro Lerma K. op. cit., p.p. 42-43.

La acción de organizar ayuda a minimizar los costos, a evitar la duplicidad de esfuerzos y mantener ociosos algunos recursos operacionales; por el contrario, ayuda a fomentar su uso potencial; además, promueve la colaboración y relación entre individuos, empleados, jefes, gerentes, directores, etc., en un grupo y un objetivo común de mejora, con lo que en el mediano plazo permitirá que la empresa funcione cada vez más eficientemente, lo que al mismo tiempo también permitirá al empresario, director o gerente, tomar decisiones más rápidas, fáciles y seguras de alguna forma.

#### 4) LA CAPACITACION

El ritmo de los cambios a los que todas las empresas PYMES están sometidas, hoy crea una constante obsolescencia de los conocimientos. Por esta razón, no hay más remedio que capacitar constantemente a todos los empleados para poder competir con posibilidades de éxito en un mercado cada vez más complejo y difícil. Cada día más, las empresas trabajan para aumentar el valor de lo que ofrecen y una de las mejores formas de hacerlo es incrementando el valor intelectual de sus recursos humanos.

La capacitación bien programada habilita a los recursos humanos de la empresa a ser más positivos, tener mayor autoconfianza, ser miembros eficientes en sus equipos, ser más comunicativos y mejorar su capacidad para resolver problemas, además de aumentar la competitividad de la empresa en general.

Lo primero y más recomendable es la capacitación continua del personal que está al frente de la empresa. Puede basarse en cursos, seminarios, lecturas, investigación. Cuando se busca un programa de capacitación para determinada empresa, se debe analizar lo que es más importante en el determinado momento que está atravesando la empresa. Una vez que se identifique mediante un diagnóstico la necesidad específica que tiene la empresa, se procede entonces a la selección de los programas y de los capacitadores.

Existen hoy muchas maneras de capacitarse y capacitar a la empresa con bajos costos y la ofrecen actualmente numerosas entidades educativas, así como diversas instituciones u organismos especializados que dictan excelentes cursos, tanto en aulas como en las empresas. La capacitación se puede comenzar realizando un diagnóstico de la empresa, investigar los diversos programas que se ofrecen; además de buscar asesoría y de solicitar demostraciones de programas. Se debe elegir con cuidado y estar siempre consciente de que la capacitación, es una inversión en la que se estará aumentando el valor de la empresa de forma considerable.

## **B) CONDICIONES QUE NECESITAN LAS PYMES PARA PODER EXPORTAR**

El comercio exterior es uno de los sectores de la economía, cuya dinámica y funcionamiento están en una estrecha relación con el desarrollo de casi todos los sectores y ramas de la producción del país; este sector es el principal conducto mediante el cual llegan los productos tanto a los consumidores internos como externos, mediante la importación y la exportación. Pero para efectos del presente trabajo, la exportación es el rubro que se analiza, ya que es la actividad que más urge que realicen las PYMES manufactureras principalmente, porque es en ellas donde se encuentra la semilla de las exportaciones mexicanas.

El proceso de exportación no es meramente una actividad técnica, ni mucho menos un proceso jurídico, es más bien una venta, es vender más allá de nuestra frontera político-económicas; los principios y fines de la exportación son los mismos que los de la venta en el mercado interior, la diferencia está en el hecho de que en la exportación es necesario considerar diferentes implicaciones, como: el tráfico de mercancías, los términos de negociación (incoterms), las distintas reglamentaciones de los países, niveles de desarrollo, diferentes costumbres de los diversos mercados, así como de las prácticas comerciales, medio ambiente, cultura, estructuras sociales, políticas, normatividad, diferentes monedas o formas de pago, etc.

En sí la exportación, "es la salida de una mercancía de un país y que trae como contrapartida el ingreso de divisas".<sup>58</sup> Es decir los bienes y servicios que produce un país y que son vendidas a otras naciones a cambio de medios de pago internacionalmente aceptados (dólar, euro, libra, etc.).

## **D) LA SITUACIÓN ECONOMICA ACTUAL**

En la actualidad se ha dado una cierta consolidación económica de las naciones; están fuertemente impactadas por la creciente inversión y el intercambio comercial de bienes y servicios; a su vez los tiempos y distancias se han acortado.

### **1.1) LA SITUACIÓN GLOBAL**

La situación económica global actual, obliga a que todas las empresas desarrollen las características, mecanismos y condiciones necesarias que les permitan ser competitivas, porque dentro del propio mercado interno todas las empresas y principalmente las PYMES, están y tendrán que enfrentarse a la competencia internacional, ya que el contexto económico mundial tiende cada vez más a una globalización, debido a los constantes adelantos tecnológicos en comunicaciones y transportes.

<sup>58</sup> CANACO, Manual Práctico de exportación. 2da., ed. México, 1995, p.15



A partir de la década de los noventa se acentuaron las tendencias que ahora han marcado una fase muy particular del capitalismo; la era de la globalización. Esta globalización fue ampliando cada vez más sus espacios, por una parte las economías que habían sido mantenidas reguladas, centralizadas y cerradas con un grado alto de protección, comenzaron un ciclo de apertura de sus sistemas económicos; pero al mismo tiempo se fueron conformando los bloques comerciales y/o económicos; en otros casos estos se iban consolidando (la UE, TLCAN, MERCOSUR, ANSEAN, etc.). Entonces en la década de los noventa se puso de manifiesto que a partir de ahí en adelante, las ventajas competitivas, y ya no tanto las ventajas comparativas, serían tan necesarias y decisivas para el crecimiento, desarrollo y hasta para la supervivencia de las empresas, instituciones, organismos, países, regiones, etc.

Entonces se puede afirmar que esta fase de la globalización es la que predomina generalmente a nivel mundial, y se define básicamente como "la posibilidad real de producir, vender, comprar e invertir en aquel o en aquellos lugares del mundo, donde resulte más conveniente hacerlo, independientemente de la región o país donde se localicen."<sup>39</sup> Y se caracteriza básicamente, porque tanto las ventajas comparativas como las competitivas se basan en desarrollos tecnológicos, se da una mayor división internacional del trabajo, un predominio de instituciones, organismos y acuerdos internacionales de comercio (UNCTAD, OMC, CIC, TLCAN, UE, APEC, SELA, etc.); además de una serie de tendencias, como el incremento en la capacidad de producción y desarrollos tecnológicos, segmentación de los procesos de producción y mercados, desarrollo de transportes, así como de los medios de comunicación; también de una marcada y preponderante economía de mercado, movimiento internacional de capitales cada vez mayor, redimensionamiento de la participación del Estado en la economía y una homogeneización cada vez más de los consumidores internacionales.

La misma situación actual de la economía (globalización), en realidad ofrece o presenta tanto oportunidades o ventajas como peligros o riesgos, que para cada empresa, sociedad, país o región pueden ser diferentes.

#### *"Ventajas:*

- ◆ Obtención de economías de escala en producción y distribución, que resultan del considerable incremento de los mercados meta, dado el gran potencial productivo, generado por el desarrollo tecnológico.
- ◆ Mejora en el nivel económico de vida, como consecuencia de precios más bajos para el consumidor, así como una mayor y variada disponibilidad de satisfactores.
- ◆ Desarrollo de recursos humanos en habilidades gerenciales en el ámbito internacional, con la inclusión en los planes de estudio y en la

<sup>39</sup> Alejandro Lerma K. op. cit., p. 26

experiencia laboral cotidiana, de conocimientos en múltiples factores estratégicos de índoles regional y mundial.

- ♦ Acceso más fácil y rápido a nuevas tecnologías, que permitan actualizar la planta productiva, así como la utilización pronta de las ventajas que éstas ofrecen para la satisfacción de las necesidades de la sociedad, en el mundo globalizado.

#### *Los Riesgos*

- ♦ Mayor vulnerabilidad de la empresa, por la aparición de una competencia mayor y mejor capacitada.
- ♦ Disminución de los niveles de fidelidad de los consumidores hacia marcas y productos
- ♦ Menores márgenes de utilidad unitario, al concurrir al mercado, mayor número de oferentes con una oferta más diversificada.
- ♦ Mayor dependencia tanto a nivel empresa como a nivel país, por el enorme entramado productivo, comercial, técnico, administrativo y financiero que se da a lo largo y ancho del mundo.
- ♦ Necesidad constante de actualización de diseño productivo, tecnología de producción y mecanismos de comercialización, por el acelerado proceso de obsolescencia, debida a la dinámica del desarrollo tecnológico, moda y aparición de nuevos conceptos y prioridades generalizadas.
- ♦ Pérdida de valores culturales nacionales, en aras de ampliar el mercado mediante la homogeneización del consumidor.<sup>60</sup>

También podemos hablar de que la realidad económica tiende cada vez más a una regionalización por bloques. Se distingue la UE como el más avanzado y desarrollado, a tal punto que ha alcanzado una gran homogeneización entre sus países miembros. Le sigue el bloque del Sudeste Asiático o ANSEAN que junto con Japón y China se perfilan como el más fuerte del orbe, ya que tienen el mercado más grande del mundo y se caracterizan por una mano de obra barata, y en general, tienen una gran eficiencia. Por último, el TLCAN que cuenta con el país más poderoso tanto militar como económicamente (Estados Unidos), cuenta con un gran mercado que se caracteriza por un alto consumo y un PIB realmente alto.

CUADRO 1<sup>61</sup>

BLOQUE	MERCADO	PIB 2000 (US.STRILL.)	POB. Estimada
UNION EUROPEA	Alto poder adquisitivo y homogeneizado	6.2	390 mill. H.
SUDESTE ASIÁTICO	El más grande, mano de obra barata y eficiente	7.7	1900 mill. H.
TLCAN	Consumo y PIB alto	8.1	450 mill. H.

<sup>60</sup> Alejandro Lerma K. op. cit., p.p. 29-30.

<sup>61</sup> Joaquín Rodríguez Valencia, Administración de pequeñas y medianas empresas exportadoras, ECAEFA, 1ra. ed., México 2001, p. 17.

<sup>62</sup> Sudeste Asiático: el PIB es sin tomar en cuenta a China.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## 1.2) LA COMPETENCIA

La misma globalización secundada por la liberalización económica y comercial, ha generado que se vayan creando grandes espacios en el mercado mundial. Ello ha provocado que resulte imposible para cualquier empresa competir en todos los lugares a la vez, y más con las mismas estrategias donde comúnmente se hace casi todo o todo con recursos propios de la empresa. Ahora, la realidad es muy diferente; la competencia es más agresiva, por lo que todas las empresas y principalmente las PYMES, tienen que tomar muy en cuenta muchas situaciones; por ejemplo, la misma apertura comercial ha provocado que cada empresa deba competir ya no sólo con otras empresas del mismo país, sino con otras empresas de otros países y continentes.

En sí, la competencia o competitividad en términos comerciales significa, "la posibilidad de triunfar sobre otros oferentes cuando confrontándose con los productos sustitutos, se tiene alta probabilidad de salir victoriosos, favorecidos por la compra del consumidor."<sup>62</sup> La competitividad en el ámbito del comercio exterior se tiene que analizar desde dos enfoques básicamente:

- ◆ Interno: Que es todo lo referente a las condiciones tanto a nivel empresa, como a su producto y de lo que necesita hacer o realizar para que su mercancía se desplace exitosamente a los mercados meta seleccionados.
- ◆ Externo: Se refiere a las condiciones básicas y generales que deben prevalecer en el país o región, para que las empresas operen con mayor eficiencia y tengan éxito en su comercialización externa.

En este último punto se deben tomar muy en cuenta una serie de condiciones de suma importancia, como:

- ◆ La dotación de recursos (materiales, naturales y humanos).
- ◆ La infraestructura (puertos, aduanas, comunicaciones y transportes, aviación y marina mercante, telefonía y comunicación satelital, etc.)
- ◆ El sistema educativo
- ◆ Desarrollo tecnológico
- ◆ Una interacción de empresa con gobierno y sector educativo (universidades)
- ◆ Apoyo institucional eficiente, tanto en financiamiento como en promoción de las exportaciones
- ◆ Conocimiento especializado en comercio exterior, en capacitación, asesoría, información, normatividad nacional e internacional, así como los tratados, convenios y acuerdos comerciales vigentes.

<sup>62</sup> Alejandro Lerma K. op. cit., p. 30.

Tomando en cuenta todas estas condiciones, es muy factible que el empresario exportador tenga éxito en sus relaciones de intercambio comercial. Finalmente se puede afirmar que la competitividad está básicamente en la educación, investigación, la eficiencia, la productividad y la tecnología, mismas que se ven reflejadas en la producción y venta de una gran cantidad de mercancías a precios muy bajos.

### 1.3)EL DINERO (el crédito)

El costo del dinero también es necesario analizarlo y conocerlo, ya que éste no tiene el mismo precio en todos los países y muchas veces ni en el mismo país. Además de que el dinero o crédito no es proporcionado o prestado con las mismas condiciones para todas las empresas, ya que las grandes empresas siempre tienen los créditos más accesibles y baratos que las PYMES, incluso los proporcionados por parte del gobierno; por lo tanto es necesario que todos los micro, pequeños y medianos empresarios conozcan las diversas fuentes de financiamiento para que puedan realizar con mayor seguridad, tranquilidad y eficiencia sus procesos de exportación.

Por ejemplo, el tipo de interés de México siempre ha estado por encima al de sus principales socios comerciales (además de inflaciones muy diferentes), y tan sólo basta observar que hacia principios de 1995, el tipo de interés de México se ubicó alrededor del 40%, mientras que el de Canadá y Estados Unidos estaba a poco menos del 10%; esto implica que para el empresario mexicano le ha sido más caro el pedir prestado o requerir financiamientos para el desarrollo de sus empresas, que para otros empresarios de otros países, principalmente los desarrollados; entonces esto los pone en ciertas desventajas frente a un empresario extranjero que produzca mercancías similares o sustitutas, con lo cual ellos también se apoyan de los créditos, pero más accesibles y baratos.

Por otra parte es necesario analizar y conocer que en el mismo mercado de dinero interno hay diferencias significativas en cuanto al costo del dinero; por lo tanto es necesario saber que existe una banca comercial, que su fin es meramente el lucro, sus tasas de interés son más elevadas y sus periodos de pagos son más restringidos; mientras que la banca de desarrollo o fomento básicamente del gobierno, otorga créditos más accesibles y baratos para todas las empresas incluyendo particularmente las PYMES.

Las principales instituciones que otorgan los créditos son: SE, NAFIN, BANCOMEXT Y CONACYT; y lo hacen ya sea directamente o a través de la banca comercial en operaciones de segundo piso, la cual es la responsable en última instancia de la aprobación de los créditos y de la recuperación de los mismos. Pero también se debe de reconocer que muchas veces falta una coordinación entre estas últimas y las oficiales, porque se han visto casos, en que instituciones financieras que operan precisamente

en segundo piso, publican requerimientos que la banca comercial modifica, incrementando o condicionando con mucha rigidez los créditos, con lo cual complica, retrasa y encarece la obtención del financiamiento. Además, a esto hay que agregarle la relación que tienen los créditos con el comportamiento del tipo de cambio.

#### 1.4) LOS SALARIOS

Es importante señalar y observar que los salarios que se pagan en México o en un país en vías de desarrollo son también diferentes y más lo son cuando se comparan éstos con los salarios de los países desarrollados. Pero no basta limitarse a la observación general de los salarios de cada país, sino analizar las diferencias que se dan en éstos cuando se comparan los sectores económicos y aún más a la división, área o subsector de cualquier actividad económica. Por ejemplo en una comparación internacional de 1992, sobre salarios, tomando como base a los Estados Unidos = 100, se veía de la siguiente manera:

CUADRO: 2

PAIS	SALARIOS X HORA
ESTADOS UNIDOS	100
ALEMANIA	160
JAPÓN	100
ESPAÑA	83
GRECIA	44
HONG KONG	24
TAIWAN	32
COREA	30
MEXICO	15

FUENTE: Elaboración propia, con base a información de Statistical Abstract of the United States, 1994.

Es decir que en México el salario hace 10 años estaba a casi una décima parte al de Alemania, una sexta parte al de Estados Unidos y Japón y a la mitad que el de Corea, país que apenas hace unos 50 años era una economía muy inferior a la de México. Pero los salarios actuales no han cambiado mucho, sino que se han mantenido en esta misma tendencia. Por ejemplo en el año 2000, en México los salarios en el sector manufacturero, básicamente en la industria automotriz representaban menos del 20%, de lo que se le pagaba a un trabajador en Estados Unidos del mismo sector.<sup>63</sup>

Por lo tanto es necesario saber también qué salarios se están pagando en un país y sector donde se va a competir, ya que esto es un elemento de costos muy importante para determinar el grado de competencia de los productos que se quieren exportar. Por ejemplo, en innumerables productos no podríamos competir contra países como, China, Malasia, Tailandia o

<sup>63</sup> INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales, Empleo y salarios.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Indonesia, donde los salarios se ubican hasta menos de la mitad de los que en México se pagan.

### 1.5) CULTURA EXPORTADORA

La cultura exportadora es un elemento muy necesario para todo empresario que se dedique a la actividad exportadora, pero en México este elemento es muy escaso. El empresario de las PYMES debe considerar lo esencial que representa tener o alcanzar una cultura exportadora y los beneficios que trae consigo al realizar las ventas al exterior, no sólo para él sino para el país en general. El exportar trae como consecuencia a mediano y largo plazo, que las PYMES crezcan y se desarrollen, incrementen sus ventas y utilidades, así como proporcionar más y mejores empleos. Pero el tener una cultura exportadora no se limita a tratar sólo y directo con un comprador del exterior, sino que es necesario estudiar, investigar, conocer y comprender los conceptos, aspectos, elementos y la dinámica del comercio internacional y entender que la tendencia actual es hacia un solo mercado, el global.

También se debe de tomar en cuenta que cualquier bien o servicio siempre tiene o tendrá una demanda en algún mercado y simplemente lo que se tiene que hacer, es buscar y saber, dónde y en qué cantidad, grado o circunstancias requieren el producto o mercancía demandada. Se dice por expertos del comercio exterior que las opciones de penetrar al mercado internacional son muy amplias; pero una de las limitantes de los empresarios de las PYMES es la forma de pensar; que éstas, en la mayoría de las veces son condicionadas con la negatividad o miedo por no poder obtener los resultados planeados. Pero se debe de entender que en comercio exterior el proceso de recuperación es más lento que en el mercado interno.

También la cultura exportadora empuja a que los empresarios produzcan mercancías con mejores estándares de calidad, que satisfagan las normas, leyes y necesidades de los consumidores de cualquier país o región del mundo. Esto hará al mismo tiempo que se actualice la empresa en su planta productiva, capacite a su personal, y se innove; también que se ajusten y adapten a los procesos de compra, producción y comercialización internacionales.

### 1.6) OBSTÁCULOS PARA EXPORTAR

Cualquier empresa al momento de introducirse a la actividad exportadora en el mercado internacional, tiene que enfrentarse a una serie de obstáculos, que en la mayoría de los casos son más difíciles para las PYMES; por lo tanto es importante estar preparados y concientizados para afrontarlos y superarlos. Los principales obstáculos son de carácter financiero, comercial, de logística, legales y culturales. Estos en sí, son los elementos que hacen más complejas y arriesgadas las operaciones comerciales internacionales en comparación con las operaciones internas; lo que ha empujado con frecuencia a que muchas empresas prefieran una expansión

dentro del mismo país, aunque sea en otros productos, áreas o sectores, que muchas veces no tienen nada que ver con la propia empresa.

♦ **Obstáculos financieros:** Se refiere a la falta de créditos adecuados y flexibles, que permitan cuando menos cumplir el ciclo de exportación; además de una buena planeación financiera, la cual muchas veces se ve dificultada por la constante fluctuación del tipo de cambio.

♦ **Obstáculos comerciales:** Es la falta de conocimiento de mercados, así como de los acuerdos y tratados comerciales suscritos por nuestro país, poco contacto con las redes comerciales y clientes potenciales, etc.

♦ **Obstáculos logísticos:** Se da principalmente cuando el mercado meta está más lejos y se manifiesta en costos más altos tanto en investigación, fletes, seguros; además de las diferencias culturales, lo que obliga a utilizar diversos tipos de campañas publicitarias.

♦ **Obstáculos legales:** Son todas las barreras que ponen los gobiernos para "proteger" a sus mercados, tanto de las exportaciones como de las importaciones; y básicamente son de dos tipos: a) Arancelarias.- Que son todos los impuestos o derechos aduaneros, y pueden ser homogéneos o diferenciados de acuerdo al producto y/o al tratado o acuerdo comercial que tenga un país con otro u otros. Los impuestos son de varias formas, tales como un porcentaje sobre el valor de la mercancía, un porcentaje por unidad, etc.; y b) No arancelarias.- Que actualmente son innumerables y de variadas formas, eso depende de cada país, pero entre los más conocidos están: las cuotas compensatorias, los controles sanitarios, las especificaciones técnicas, normas de calidad con estándares internacionales, etc. Básicamente este tipo de barreras es utilizada por la mayoría de los países desarrollados como una nueva forma de proteccionismo que va en detrimento principalmente de los países en vías de desarrollo. Esta situación es una contradicción clara de la actual etapa de globalización, ya que sólo deteriora el intercambio comercial entre los PI y los PED.

En sí, éstos son los principales obstáculos a los que se enfrenta o enfrentarían básicamente las PYMES, aunque lógicamente varían de acuerdo al país seleccionado, e incluso a la situación económico-social que tenga el país exportador.

## 2) TENER UN PRODUCTO EXPORTABLE

### 2.1) EL PRODUCTO

El producto o la mercancía es el resultado de un proceso donde intervienen los principales factores de la producción como el trabajo principalmente, el capital, la tierra y la organización; en donde la finalidad al ser acabado dicho producto, será el de ser vendido para su comercialización o consumo directo. En este caso el producto es el objeto de exportación y el cual puede ser de muy diversa naturaleza, desde bienes perecederos o materias primas, hasta productos semiprocesados, manufacturados o altamente industriales;

así como bienes de consumo inmediato, intermedios o bienes de capital, además de servicios diversos. Ya que el producto constituye el objeto de exportación, sabemos que éste no se exporta sólo, sino que va contenido, acompañado o integrado con una serie de procedimientos, mecanismos, facilidades y servicios que lo hacen accesible, deseable y aceptable, ya sea por parte del introductor, comercializador (en este caso la empresa puede ejercer ambas funciones, si tiene la capacidad) y consumidor. Así, el producto o mercancía, incluye además otros elementos que los complementan para facilitar su venta, como: el precio principalmente, la calidad, la imagen, diseño, información, envase, embalaje, etc.

También se debe de considerar y estudiar en el mercado meta la competencia de las otras empresas tanto internas como externas, en todo lo referente a los productos sustitutos o similares, básicamente en su precio y calidad, para saber si es conveniente vender ahí o no, o también implementar una estrategia especial para tratar de colocar el producto en el mercado. Es importante también, siempre señalar los datos y características más importantes del producto al momento de exportarlos, como son:

- ◆ Su clasificación general (bien de consumo, bien intermedio o bien duradero), y arancelaria.
- ◆ Las especificaciones del producto, como: tamaño, peso, color, sonido, sabor, textura, forma, etc. Estos datos son muy útiles para muchos propósitos, por ejemplo para analizar las preferencias de los consumidores, evaluación para la determinación del número, volúmenes y características del envase y embalaje, para la estimación de tarifas de peso, así como para determinar el tipo de transporte a utilizar y para la determinación de la regulación y observancia de diferentes normas, entre otras cosas.
- ◆ Las indicaciones del producto, como: a) duración o vida útil, en el cual se indica el tiempo que va a satisfacer las necesidades del cliente; b) los cuidados y tratamientos especiales, para efectos de garantías, quejas, sugerencias o demandas por insatisfacción del producto; c) los riesgos, es decir los factores que pueda implicar el consumo del producto como accidentes o enfermedades, así como para establecer la cobertura de responsabilidad por parte de la empresa; d) las especificaciones técnicas, éstas son especialmente importantes en productos industriales y de alta tecnología, ya que deben cumplir con las normas establecidas del mercado meta (estas se refieren a normas con estándares internacionales); Y e) las especificaciones de insumos, esto es útil porque aquí se refiere a las normas sanitarias que debe cumplir el producto para que pueda ser vendido.
- ◆ Se debe considerar una variabilidad del producto, es decir cómo acceder éste a diferentes segmentos de mercado con diferentes presentaciones.



## 2.2)EL PRECIO

Para determinar el precio del producto al exportarlo, es necesario contar con una serie de herramientas y estrategias, en donde se deben considerar todos los costos, tanto internos como externos. Globalmente sería considerar todos los costos que se devengan en el proceso de exportación, desde la creación y producción de la mercancía en la empresa, así como toda la logística que consiste en cómo hacer llegar el producto al mercado meta y el análisis e investigación del mismo mercado meta.

- ◆ En la empresa se deben considerar todos los costos que surjan para la elaboración de la mercancía, como impuestos, rentas, pagos de servicios, de materias primas, de salarios, de depreciación de maquinaria y equipo, así como de tecnologías, de administración, de ventas, etc, así como del costo de los financiamientos que se hayan solicitado.
- ◆ En la logística, se deben de tomar en cuenta todos los costos que derivan cuando la mercancía sale de la empresa y/o hasta los que se acumulan cuando la mercancía llegue al mercado meta, esto varía de acuerdo al término de negociación al que hayan llegado entre el exportador e importador o las partes del contrato de compra-venta, y que se refieren básicamente a los Incoterms. Entre los principales costos en esta etapa, están: el transporte, aseguradoras, impuestos, agente aduanal, embalajes, etc.
- ◆ Y en el mercado meta, se consideran todos los costos que surgieran de la investigación, identificación, estudio y análisis del mercado, así como los costos en la identificación de los clientes potenciales, el análisis de la competencia, la asistencia a ferias y exposiciones, las promociones, la mercadotecnia; así como el costo de la información que se necesita, proveniente de varias instituciones u organizaciones de comercio exterior.

Teniendo la suma de todas las erogaciones o gastos de la empresa se obtiene el costo total y a partir de esto se puede empezar a manejar y establecer el precio de exportación, que es básicamente el valor del intercambio del producto o mercancía que se establece entre el exportador y el importador; en el precio de exportación va lógicamente implícito el costo mas la utilidad. Una vez teniendo el precio establecido se puede hablar de una cotización, que esta va más allá del mismo precio, ya que implica otras condiciones generales de operación; por ejemplo las condiciones de negociación entre el vendedor y comprador, así como tomar en cuenta los precios de la competencia o los precios internacionales vigentes de los productos similares o sustitutos. Por lo tanto es necesario que todos los

empresarios de la PYMES, consideren que el precio de exportación es uno de los elementos más importantes para competir.

### 2.3) LA CALIDAD

La misma actividad actual del comercio internacional obliga a todos los empresarios y más a los de las PYMES, a que tomen como referencia las normas de calidad que son acordadas por consenso mundial en diversos organismos creados para ese fin. En dichos foros y organismos se ha venido creando un lenguaje común, y al mismo tiempo se ha ido definiendo un mínimo a exigir en las características y calidad de los diferentes productos y servicios que integran y compiten en el comercio mundial, para que sean aceptables universalmente.

Por ello es importante que todo aquel empresario de la PYME que se dedique a la actividad exportadora, sepa y se interese por todo lo referente a la calidad internacional, que debe tener y cumplir su producto al momento que lo quiera exportar, para así evitar que no sea aceptado desde las aduanas en la exportación o importación, hasta por el mismo consumidor final. Cumplir con los estándares de calidad internacionales reduce en gran medida al empresario, los riesgos inherentes a las operaciones del comercio; hace más fáciles las negociaciones, confiables y aceptables; además de que su producto al momento de cumplir con todos estos requerimientos, se vuelve también más competitivo.

Para tener un conocimiento mayor de esto, sobre qué normas debe cumplir cada producto para ser comercializado dentro y fuera del país, se debe obtener a través de la Dirección General de Normas (DGN) de la Secretaría de Economía. Es necesario informar también, que actualmente hay cuatro organismos internacionales de normalización, en los que México está involucrado y participa activamente.

- ♦ La ISO (Organización Internacional para la Normalización), es el organismo más grande y desarrolla normas para muchos sectores.
- ♦ La IEC (Comisión Electrotécnica Internacional), dedicada a la elaboración de normas que comprenden los sectores eléctrico, electrónico y de las tecnologías relacionadas.
- ♦ El CODEX, que es un programa conjunto entre la FAO y la OMS, elabora normas alimentarias, que abarcan el 98% de los productos de la alimentación humana actualmente.
- ♦ La COPANT (La Comisión Panamericana de Normas Técnicas), este es un organismo regional que busca la integración de los países del área panamericana en materia de normalización.

Toda la actividad que manejan estos cuatro organismos, además de instituciones propias del país del área de normalización y de sus mismas normas, como las NMX (Normas Mexicanas), las NOM (Normas Oficiales

Mexicanas), etc., involucran a casi cualquier organización, institución o empresas de nuestro país, incluso a todos los consumidores finales.

#### 2.4) IMAGEN Y DISEÑO

La imagen y el diseño del producto, son dos elementos de gran importancia que debe tomar muy en cuenta el empresario exportador, ya que son los que muchas veces definen la aceptación o no del producto por parte del consumidor final. Estos deben cambiar de acuerdo al mercado meta, porque un mismo producto que se vende por ejemplo en los Estados Unidos con una imagen y diseño definidas no podría venderse o aceptarse de igual manera en un mercado diferente a éste, como el Sudamericano o el Sudeste Asiático, aunque la esencia, características, calidad e incluso precio sean iguales. La imagen y diseño del producto se irán estableciendo de acuerdo a la investigación, estudio y selección del mercado meta, ya que estos elementos se deben de adaptar a las características, costumbres y demandas de los consumidores finales que obtendrán el producto o mercancía, y no una adaptación del consumidor al producto.

Por lo tanto para definir a la imagen y el diseño del producto, se deben tomar aspectos mercadológicos, ergonómicos, incluso ecológicos y de adaptabilidad; así como otros factores, como: el impacto comercial, originalidad, creatividad, claridad y presentación, material, color, estética, etc. También la imagen y el diseño deben ser acordes al producto que se está exportando y más cuando se define un mercado específico o segmentado. En si estos dos elementos recaen en la forma y elaboración del envase, el cual como dirían los expertos, es la carta de presentación del producto por parte del exportador. Se recomienda además, que el diseño e imagen los elabore una compañía diseñadora profesional independiente a la empresa; pero también es aceptable que dentro de la misma empresa se vaya creando o se cree un área o departamento de diseño e imagen del producto o productos que se elaboren, vendan y exporten.

#### 2.5) ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE

El envase, empaque y embalaje, comúnmente no son tomados muy en cuenta por los micro, pequeños y medianos empresarios exportadores al momento de realizar la venta al exterior; son dejados a un lado o son muy descuidados, por lo que actualmente es muy importante que esta tendencia cambie, ya que estos tres elementos funcionan ahora como medios esenciales para la competitividad y es importante adherirlos como parte o complemento del mismo producto. La función principal de estos tres elementos, es:

- ◆ Presentar el producto
- ◆ Proteger y conservar el producto
- ◆ Facilitar el transporte

◆ Y favorecer la venta

El envase constituye actualmente un elemento que motiva a la compra; envuelve uniformemente y sella el producto, es en sí el recipiente que se encuentra en contacto directo con el producto y protege sus características físicas y químicas.

El empaque tiene como fin proteger y conservar la mercancía, desde el punto de salida u origen hasta el destino final, mediante la agrupación de varios productos o envases dando una presentación aceptable.

El embalaje su función es el procedimiento, técnicas, normas y materiales que adaptan un mejor manejo y protección de un conjunto de mercancías para su transportación o traslados y movimientos, del país de origen al país destino. Un empaque y embalaje efectivos, mejoran y agilizan la distribución de las mercancías.<sup>64</sup> Algunas consideraciones que deben tomar en cuenta los exportadores, respecto al envase y embalaje, son:

En el envase

- ◆ La descripción genérica del envase (materiales, ya que aquí se especifican los costos y aspectos sanitarios).
- ◆ Tipo de envase (caja, botella, sobre, lata, frasco, etc.).
- ◆ La cuestión ecológica (contaminación, reciclabilidad y biodegradación).
- ◆ La duración (protección, retornable, desechable).
- ◆ La forma (por su contenido manipulación, espacio, resistencia, transportación y almacenamiento).
- ◆ La estética, funcionalidad y originalidad (impacto comercial).
- ◆ El uso posterior (útil para otras funciones, recordatorio).
- ◆ Facilidad de manipulación (asir, abrir, cerrar, guardar, desechar, etc.).
- ◆ La ergonomía (manipulación y facilidad corporal del consumidor).
- ◆ La estimación de dimensiones (peso, resistencia, color, textura, tamaño, etc).
- ◆ El registro pormenorizado (normas sobre envase y embalaje en el mercado meta).
- ◆ Aspectos de higiene (responsabilidad sobre el consumo del producto).
- ◆ Seguridad y garantía (que el producto no haya sido violado o alterado y que más bien se mantenga íntegro hasta el consumo final).
- ◆ Etiquetas, mensajes y leyendas (conforme a las leyes, normas, idioma, información, dirección, contenido, especificaciones, código de barras, hasta el precio, etc.), esto es la parte más importante del envase.

<sup>64</sup> CANACO. Glosario de Términos de uso frecuente en el Comercio Internacional, 2da., ed., México 1995. p. 10; y Manual Práctico de exportación, 2da., ed. México, 1995, p.p.75-76-

- ◆ Y el costo.

En el embalaje serían:

- ◆ La protección de acuerdo al producto exportable, así como al envase, y puede ser contra maltrato, humedad, temperatura, radiación, calor, luminosidad, agua, etc.
- ◆ Las dimensiones, estabilidad, peso, forma, etc., para facilitar el manejo y almacenaje (bodegas, almacenes, cajas, contenedores, etc.).
- ◆ El material y su durabilidad
- ◆ Normas con respecto a embalaje
- ◆ El aspecto ecológico
- ◆ Seguridad (contra robo, alteración o destrucción, en el momento de la transportación).
- ◆ Y el costo.<sup>65</sup>

Los principales materiales utilizados para el envase, empaque y embalaje, son: el cartón en primer lugar, el papel, la madera, unisel, metal, y el plástico; este último es el más versátil. flexible y también resistente, se usa para casi todos los sectores y productos.

También es muy importante colocar toda la información necesaria, tanto en los empaques como en los embalajes para agilizar la exportación y evitar serios problemas: colocar los datos del exportador, el país de origen, el país destino, las marcas de peso en sistema inglés y métrico, las marcas de manejo de estiba y de precaución, destinatario, colocar el emblema de "Hecho en México" pero en el idioma del país destino, además de hacer todo esto con una tipografía legible y resistente, colocándolas en todas las caras del embalaje.

## 2.6) LA MARCA

La marca es otro de los elementos que también es de suma importancia que tienen que considerar todos los empresarios de las PYMES, ya que ésta les ayudará a posicionarse poco a poco de un segmento del mercado; con la marca, el consumidor se irá identificando cada vez con el producto.

Una marca es cualquier signo, o cualquier combinación de signos, que se utiliza para distinguir un producto o servicio de otros de su misma especie. Una marca puede ser constituida, por: Una palabra, una figura, una combinación de colores, una forma tridimensional, una razón social, el nombre propio de una empresa, o cualquier combinación de estos elementos. La función de la marca, es:

---

<sup>65</sup> Alejandro Lerma K. op. cit., p.p. 119-121.

- ♦ Servir como elemento de identificación de satisfactores que genera el sector productivo; por lo tanto, el énfasis principal se debe poner en la eficacia distintiva de la marca.
- ♦ Garantizar las actividades económicas de la industria y del comercio contra la competencia deshonesta, protegiendo de esta manera la inventiva y originalidad aplicada para obtener beneficios económicos.
- ♦ Proteger al público consumidor por cuanto que la marca es la que permite distinguir entre productos similares y le facilita al consumidor el conocimiento sobre la procedencia de los artículos que demanda, siendo una garantía de calidad uniforme.<sup>66</sup>

### 3) ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

Se refiere básicamente al proyecto de exportación, en esta fase se trata de formular una estrategia de exportación, en la cual ya se tiene contemplado el producto con potencial de exportación y en cierta forma una capacidad suficiente de la empresa para sostener la oferta segura del producto por un determinado tiempo; de igual manera, ya se tiene aquí contemplado o detectado el nicho del mercado meta. Entonces lo que hace falta, es el preparar la estrategia para saber cómo exportar, hacer llegar e introducir el producto a los compradores y consumidores. Entonces una vez señalada y analizada la situación económica global, tanto nacional, como internacional, así como la de la empresa misma, su producto a exportar y todo lo referente a él, así como la del mercado nacional, se da paso a estudiar y analizar el mercado meta.

#### 3.1) ESTUDIO DEL MERCADO META

El mercado meta, "es el lugar en el extranjero que hemos seleccionado para concurrir como oferentes, con el fin de comercializar nuestros productos."<sup>67</sup> Cuando el empresario opta por un mercado determinado, es porque ya se tiene presunción de que sus productos serán adquiridos allí, y para lo cual debe contar ya, con una estimación de la demanda real o potencial, tanto en volumen de mercancías, como en valor monetario. Se debe entender también, que cualquier mercado que se seleccione, ya sea en Norteamérica, Europa, Medio Oriente, Latinoamérica, Asia, África u Oceanía, la demanda será siempre dinámica en estos lugares, tanto así que ésta puede cambiar de un día para otro; por eso es de vital importancia mantenerse siempre informado de la situación actual del país y mercado meta, así como de la situación del comprador o importador, de su empresa, etc.

La mayoría de las empresas mexicanas tienden a escoger los mercados metas de los países vecinos, debido obviamente a su cercanía física, lo que

<sup>66</sup> FUENTE: Ilya. Conferencia del "Club de Exportadores", Módulo II, Marco Legal "Uso Legal de patentes y Marcas". Ponentes: Teresa Ponce y Mauricio García C. 05-07-2001

<sup>67</sup> Alejandro Lerma K. op. cit., p. 122.

provoca que los costos de logística sean más baratos y flexibles; o bien se enfocan a países que ofrecen un mayor potencial o poder de compra mayor, como el Norteamericano, el Europeo o el Japonés; otros más se enfocan a mercados similares al suyo, ya que en estos las diferencias son menores, en factores como el idioma, costumbre, tradiciones, educación, prácticas comerciales, formas de hacer negocios, desarrollo industrial, tecnológico, política, sociedad, etc. Estas son las primeras consideraciones que se deben observar; pero además se tienen que analizar y tomar en cuenta otras situaciones, como:

- ◆ El volumen, valor y tamaño del mercado, sus tendencias, su segmentaciones, distribución geográfica, etc.
- ◆ La competencia, su procedencia, empresas, marcas, niveles de precios, participación en el mercado.
- ◆ La presentación del producto, envase, embalaje, promoción, publicidad.
- ◆ Un mercado meta, es generalmente atractivo cuando nuestro producto presenta una cierta ventaja competitiva (por ejemplo, el calzado, el tequila y las artesanías en México).
- ◆ El consumidor, su perfil, instintos, hábitos, usos, costumbres y tendencias, así como su poder adquisitivo o de compra.
- ◆ Los canales de distribución, se refiere a la localización de los introductores e importadores, mayoristas, medio mayoristas, minoristas, detallistas, tiendas de autoservicio, cadenas de supermercados; además de las redes de comercialización, reglamentación y normas.
- ◆ El entorno global del mercado meta, que se refiere básicamente a la información económica, demográfica, política y cultural; su PIB, su balanza comercial, ingreso y consumo per cápita, la inversión total, crecimiento y estructura demográficas, agencias e instituciones de gobierno y privadas que tengan que ver con la actividad del comercio exterior y hasta la del producto en sí.

### 3.2) LA OFERTA EXPORTABLE

La oferta exportable es integrar los elementos comerciales y de la operación, como datos de la empresa, del producto, el precio, la cotización y las condiciones necesarias para que el exportador e importador se entiendan y lleguen así a un acuerdo de negociación de compra-venta. Con la oferta exportable se proyecta una imagen más profesional de la empresa y del empresario o negociador. Aquí se deben atender tres aspectos muy importantes, como las solicitudes, los pedidos y el precio o la cotización de las mercancías.

a) Entre los principales elementos que se deben añadir al momento de realizar la exportación, están:

- ♦ Los datos de la Empresa: Nombre, domicilio completo, apartado postal, teléfono, fax, correo electrónico, responsable, puesto, referencias comerciales y bancarias.
- ♦ Los datos del producto: nombre y descripción, especificaciones, usos o aplicaciones, fracción arancelaria del país exportador e importador; además de catálogos, muestras, fotografías, videos, lista de precios, etc.
- ♦ La cotización: Nombre, destino final, factura proforma, duración de la oferta, pedido mínimo, oferta, tipo de oferta, especificaciones de acuerdo a normas internacionales, capacidad de exportación, plazo de entrega, precio
- ♦ condiciones de pago, descuentos, envase y embalaje, medio de transporte principal, medidas, peso bruto, dimensiones y observaciones.

Algunas recomendaciones importantes, son:

- ♦ Se debe conocer el margen de variación de precios para hacer una buena negociación.
- ♦ La exportación debe ser rentable desde el primer embarque.
- ♦ Antes de establecer negociaciones con el mercado extranjero tenemos que integrar nuestra cotización internacional.
- ♦ Es necesario proporcionar al posible cliente datos completos y oportunos.

b) En una transacción internacional es necesario que utilicen los INCOTERMS y se eviten complicaciones legales, pérdida de tiempo y dinero.

**CUADRO 3: GRUPO DE INCOTERMS**

GRUPO	OBLIGACION DEL VENDEDOR	INCOTERMS
E=EXIT	En punto de origen Pone la mercancía a disposición del comprador en el domicilio del vendedor	EXW
F=FREE	Libre de flete principal Se encarga de entregar la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador.	FCA, FAS, FOB.
C=COST	Costo del flete principal incluido Contrata el transporte, asumiendo el riesgo o la pérdida o daño de las mercancías, una vez que han sido embarcadas.	CFR, CIF, CPT, CIP.
D=DELIVERED	Entregado en destino Asume todos los gastos y riesgos hasta entregar la mercancía en el lugar de destino acordado.	DAF, DES, DEQ, DDU, DDP.

FUENTE: Elaboración propia con base a información de la Cámara Internacional de Comercio.





Los INCOTERMS: Son las normas oficiales de la Cámara de Comercio Internacional (CCI) para la interpretación de los términos comerciales más usados en las transacciones internacionales. Los INCOTERMS:

- ◆ No son de uso obligatorio
- ◆ Regulan los derechos y obligaciones entre vendedores y compradores en un contrato de compraventa.
- ◆ Regulan las transferencias de riesgos entre comprador y vendedor.
- ◆ Regulan los costos a cuenta del vendedor o comprador.
- ◆ Y regulan la documentación.

### 3.3) LA LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

"La logística de exportación se refiere a todas aquellas acciones relacionadas con el esfuerzo exportador, ya cuando se cuenta con un contrato o un pedido a surtir".<sup>68</sup> Este paso comprende cuatro relevantes aspectos, y son:

- a) El uso de transporte tanto nacional como internacional
- b) Los seguros de la mercancía
- c) La tramitación aduanal
- d) El pago de los servicios y trámites aduanales y de exportación

a) El transporte: En el comercio internacional es muy importante tener presente el tipo de carga, dimensiones, peso y la frecuencia y tiempos de envíos de la mercancía, para hacer una buena elección del medio de transporte. Este no debe basarse únicamente en el costo del flete o en el precio del alquiler, sino que se debe tomar más en cuenta el servicio global, en lo que asegura que la mercancía llegue a su destino en el momento preciso y en las condiciones estipuladas del contrato de compra-venta. En el proceso de transportación de las mercancías, también se corren muchos riesgos, por lo que es sumamente necesario protegerse con una póliza de seguro que ofrezca un grado de cobertura, parcial o total. Este proceso también puede ser requerido por el sistema multimodal, en el cual se combinan o utilizan varios tipos de transportes; los tipos de transporte más comunes son:

- ◆ Terrestre: Que se refiere al autotransporte o rodoviario, que es el medio a través del cual se mueven las mercancías en el mercado nacional y en las exportaciones a los países vecinos. Sus ventajas son: los costos bajos, seguridad, facilidad de manejo y más cuando se utilizan contenedores, reducción de primas para seguros, aceleración de los tiempos de tránsito.
- ◆ Ferroviario: Permite el movimiento de todo tipos de mercancías en grandes volúmenes, principalmente aquellas de baja densidad

<sup>68</sup> Joaquín Rodríguez Valencia, op. cit., p. 250

económica, mayor resistencia y tiempos de entrega no limitados; además de barato. Se estima que alrededor de una cuarta parte de las exportaciones mundiales totales son movilizadas por este medio, mientras que las importaciones cubren la mitad.

- ♦ **Marítimo:** Este es el medio de transporte más importante para el desplazamiento del volumen comercial mundial, por lo que se estima que entre el 70% y el 80% se realiza por este medio. Su principal ventaja, es la gran cantidad de mercancías que puede transportar, no lo supera ningún otro medio, además tiene un bajo costo por el flete. Pero su gran desventaja, es el retraso o el largo tiempo en el que llegan las mercancías a su destino, ya sea por lo lento o por un mal tiempo.
- ♦ **Aéreo:** Este medio de transporte es el más limitado, tanto por sus altos costos de operación, elevadas tarifas y reducidos y limitados espacios. Se utiliza básicamente para transportar mercancías de alto valor, productos perecederos, frágiles, muestras, etc. Pero su gran ventaja es la rapidez con que llegan las mercancías a su destino, además de disminuir costos en primas de seguro.

b) **Los seguros:** Una vez que el exportador haya tomado todas las medidas precautorias, como el de asegurar el cobro, mediante un seguro de crédito a la exportación, con el cual se protege contra la falta de pago de los compradores extranjeros, con la intermediación de un banco, el cual también lo asegura; son necesarios los seguros de cobertura en la movilización de mercancías en los transportes, y también es necesario cubrirse frente a posibles riesgos políticos y comerciales inherentes a todo tipo de operación en el extranjero.

c) **Los trámites aduanales:** Toda operación comercial que se realiza con la intención de rebasar las fronteras nacionales, implica en que se tengan que realizar una serie de trámites y permisos, en donde es necesaria la observancia de todo un conjunto de normas, reglamentos aduaneros y de tránsito internacional, que exigen a su vez tener en regla, toda una serie de licencias, permisos y certificados de carácter oficial, documentos que se ven complementados con los del transporte, seguro y formas de pago. Entre los principales documentos para exportar, están:

- ♦ **Permiso de exportación.-** Sólo para 47 fracciones arancelarias (SE).
- ♦ **Certificados de origen.-** Reducir costos en aranceles y dar legitimidad (SE).
- ♦ **Pedimento de exportación.-** Da legitimidad y permite el despacho de la mercancías (SHCP).
- ♦ **Cuentas aduaneras.-** Para los que importan insumos, maquinaria o equipo, y que posteriormente exportan mercancías utilizando estos últimos; en donde se les hace un descuento o devolución de impuestos (SHCP).
- ♦ **Devolución del IVA.-** Sólo para exportadores (SHCP).

- ♦ **Registro sanitario.**-Para determinar el cumplimiento de sanidad en los productos alimentarios (SSA).
- ♦ **Libre venta.**-Para autorizar la libre venta para consumo humano, de estupefacientes y sustancias psicotropicas (SSA).
- ♦ **Productos forestales.**-Para autorizar la exportación de productos forestales (SAGAR).
- ♦ **Autorización sanitaria para productos de origen vegetal.**-Para exportar productos de origen vegetal (SAGAR).
- ♦ **Autorización zoonosanitaria.**- Para proteger la salud de los animales y evitar la propagación de plagas y enfermedades cuando se exporten (SEMARNAT).
- ♦ **Autorización para la exportación de materiales y residuos peligrosos** (SEMARNAT).
- ♦ **La lista de empaque.**- Para facilitar el despacho aduanal.

d) Los pagos por los servicios aduanales: Toda empresa exportadora debe tomar en cuenta que la tramitación administrativa supone un costo adicional. Los empresarios de las PYMES deben tener conocimiento de todo esto, ya que así les facilitará sus ventas al exterior.

i) El agente aduanal: El contratar los servicios de un agente aduanal les evitará serios problemas. Entre sus principales funciones están:

- 1) Elabora el pedimento y lo valida.
- 2) Revisa la factura comercial.
- 3) Revisa nombre y fechas.
- 4) Revisa el tráfico (guía).
- 5) Revisa la carta de porte (aéreo).
- 6) Revisa el cumplimiento de las reglamentaciones no arancelarias (ISO, NMX, NOM, COPANT, ETC).
- 7) Revisa las cuotas compensatorias (prácticas desleales: dumping, subvención). El no cumplir con las normas no arancelarias será objeto de un embargo precautorio, y la falta de permiso para exportar e importar cuando éste sea requerido, se considera de los delitos más graves.
- 8) Revisa el certificado de origen de la mercancía.
- 9) Revisa el precio estimado.
- 10) Revisa el cupo (cuando la mercancía está sujeta a cupo). Si se rebasa el cupo, estará sujeta a pagar una tarifa arancelaria.
- 11) Revisará las salvaguardas (medidas proteccionistas).
- 12) Cede autorizaciones.
- 13) Da a conocer las reglas del mercado.
- 14) También hace saber las restricciones del mercado, como etiquetados, etc.

\* Un Agente Aduanal con patente despacha a cualquiera.

\*Aproximadamente existen poco más de 1000 agentes aduanales en el país, en forma legal.

ii) El despacho aduanal: Un despacho aduanal en término conceptual, se refiere a un conjunto de actos y formalidades relativas a la entrada y salida de mercancías, que dichas operaciones están a cargo de un agente aduanal. El despacho aduanal en el aspecto legal viene representado en la Segunda Unidad del Manual de Operación Aduanera (MOA), básicamente en los artículos 18, 23, 35 y 36 de la Ley Aduanera. Por lo regular el despacho de la mercancía se hace en la aduana; pero en las exportaciones hay algunas excepciones, ya que se puede realizar el despacho de la mercancía en el domicilio de la fábrica del exportador; esta acción no tiene ningún costo extra, ya que se considera como un apoyo al exportador, sólo se tiene que pedir la solicitud correspondiente y llenarla según las indicaciones que se señalen. En el Art. 10 del reglamento del MOA, se marca que no cualquier mercancía se despachará en todas las aduanas existentes en el país, en este artículo se indica que dependiendo el tipo de mercancía, se tendrá que despachar en ciertas aduanas correspondientes, conforme a lo estipulado.

Lugares de despacho de las mercancías:

- ◆ En la aduana
- ◆ En la sección aduanera (posterior al Km. 20 de la franja fronteriza).
- ◆ Cruce fronterizo
- ◆ Estación de ferrocarriles
- ◆ Aeropuerto

Algunas consideraciones y conocimientos que se deben tomar en cuenta, son: En el caso de la franja fronteriza, ésta abarca desde Tijuana hasta Matamoros, ahí tienen ciertas ventajas o preferencias los exportadores e importadores, como por ejemplo en el IVA el cual sólo se paga un 10%. Cuando se despacha la mercancía fuera de cualquiera de los lugares antes citados, se considera como contrabando. El movimiento de las aduanas las controla el fisco, él cual confía en cada uno de los agentes aduanales, pero esto no quita que se les deje de observar. Cuando se sobrevalúa una mercancía, implicaría declarar otra fracción arancelaria para una mercancía que no le corresponde. Y por otro lado, en el "Anexo 4" del MOA, se dan los días y horarios de las 48 aduanas existentes, todos son diferentes porque se dan distintos requerimientos. El SAI es el Sistema de Automatización Integral, el cual valida el pedimento, detecta los errores inmediatamente y está en red con las 48 aduanas. Los PRECUES: Son puntos de revisión los cuales los realizaban la PGR y la AFI, pero ahora sólo lo hace a partir del 2000 la PFP. No pueden romper candados las autoridades fuera del recinto fiscal. La revisión de mercancía se da cuando el semáforo se pone en rojo, entonces ahí se hará también una revisión de todos los documentos; si hubiera discrepancias entre las mercancías y los documentos, éstas últimas se decomisan en su totalidad; pero si es mínima, sólo se pagará una multa. Las aduanas más importantes del país, son:

- ◆ Aérea: La del aeropuerto de las Cd. De México.
- ◆ Marítima: La del puerto de Veracruz.
- ◆ Terrestre: La de la frontera Norte. Laredo.

En éstas aduanas se realizan aproximadamente el 95% de las operaciones.

### 3.4) LAS FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES

Son las formas en que se harán llegar al vendedor los fondos o el dinero de las mercancías o servicios que éste ha suministrado al comprador. En toda operación de comercio internacional debe garantizarse el pago al vendedor (exportador), así como la entrega oportuna de las mercancías para el comprador (importador). Cabe destacar que en el comercio internacional de mercancías requiere documentarse mediante un contrato internacional de compraventa, a través de él se establecen las condiciones y términos de la transacción comercial, con el objeto de asegurar los derechos y las obligaciones de las partes contratantes, buscando por una parte el correcto u oportuno pago, así como la entrega a tiempo de las mercancías. En la práctica del comercio internacional, las cartas de crédito son las que más responden a garantizar estas dos condiciones. Pero además de éstas, existen otros tipos de medios de pago; a continuación se enumeran sus principales características y consideraciones que se deben de observar:

#### a) Efectivo:

- ◆ Autenticidad de los billetes.
- ◆ Alto riesgo de robo o extravío.
- ◆ Problemas en las aduanas.
- ◆ Vinculación con el lavado de dinero.

#### b) Cheque

- ◆ Existencia del banco.
- ◆ Fondos suficientes.
- ◆ Firma correcta.
- ◆ Trámite de cobro.
- ◆ Nombre del beneficiario correcto.
- ◆ Importe que coincida en número y letra.
- ◆ Documento sin enmendaduras o alteraciones.

#### c) Giro bancario:

- ◆ Costo de emisión del giro.
- ◆ Trámite para mandarlo al cobro.
- ◆ Abono en cuenta.
- ◆ Investigar si el banco con el que opera el deudor (importador) puede emitir los giros con cargo al banco que atiende al acreedor (exportador).
- ◆ Embarcar hasta recibir el documento original y presentarlo para su cobro.

#### d) Orden de pago:

- ◆ Participantes:
- ◆ Ordenante: la persona que compra la orden de pago
- ◆ Beneficiario: la persona que recibirá en la cuenta previamente establecida, el importe de la operación.
- ◆ Banco ordenante: el que recibe en sus ventanillas el importe de la operación por parte del importador.

- ♦ Banco pagador: el que acepta efectuar el pago mediante el depósito a uno de sus cuentahabientes.

Esta es una de las formas de pago más usual entre los exportadores mexicanos, ya que la utilizan tanto para recibir los pagos por la exportación de sus productos o por lo anticipos pactados. Es aconsejable que el exportador envíe sus datos y los del banco con el que opera, en forma correcta y verifique con el banco antes de embarcar las mercancías, si eso fue lo pactado, que los fondos estén acreditados en su cuenta, ya que esto ayudará a evitar cualquier problema en la forma de este tipo de pago.

e) Transferencia de fondos:

- ♦ Esta forma de pago opera cuando el importador deposita en una cuenta bancaria de la casa de cambio, mediante un número de referencia, ésta da seguimiento a la operación.
- ♦ El beneficiario tanto puede cobrar en efectivo como solicitar que se lo abonen en su cuenta de cheques en dólares o en su cuenta de moneda nacional.

f) Transferencia bancaria:

- ♦ También se le denomina wire transfer, es una operación de banco a banco, donde el beneficiario / exportador recibe el abono en su cuenta de cheques en dólares en México, o en moneda nacional.

g) Cobranza bancaria internacional:

- ♦ Es un servicio que ofrecen las instituciones bancarias, en donde el solicitante (exportador) acude a un banco de su localidad, al cual le indicará por escrito las gestiones de manera exacta que realizará a su nombre; para tal efecto los bancos cuentan con formatos ya preimpresos. Así también deberá entregar el exportador al banco (cedente), los documentos representativos de la mercancía y en ciertos casos algún título de crédito (letra de cambio o pagaré) a fin de que ese banco, por medio de su banco corresponsal, de preferencia establecido en la plaza del importador (comprador), presente o entregue a este último los documentos, contra el pago del importe respectivo o contra la aceptación del título de crédito. Esta es una forma de factoraje.

h) La carta de crédito

- ♦ "Es un medio de pago, por el cual un banco se obliga, por cuenta de un comprador, a pagar a un vendedor cierta suma de dinero dentro de un plazo determinado, y contra la entrega de documentos que demuestren el embarque o entrega de mercancía bajo las condiciones expresamente señaladas en el crédito."<sup>69</sup>

<sup>69</sup> CANACO. Manual Práctico de exportación . op. cit., 49.

- ◆ En sí el objetivo principal de la carta de crédito es facilitar el comercio internacional de cualquier país otorgando la seguridad necesaria para ambas partes del contrato de compra-venta, obviamente con la intermediación de un banco.
- ◆ La Carta de Crédito es el instrumento de cobro que mayor seguridad brinda al exportador mexicano, siendo esta documentaria, irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de la documentación correspondiente.
- ◆ Es el medio de cobro o pago más recomendable.

En sí, la selección de la forma de pago dependerá de:

- ◆ El grado de confianza que se tenga del cliente en base a experiencias comerciales anteriores. Tratándose del inicio, es necesario contar previamente con referencias comerciales a través de cámaras de comercio, de embajadas, de BANCOMEXT, de la SE, etc.
- ◆ La importancia de la transacción que se pretenda hacer.
- ◆ Del país hacia donde se va a exportar.<sup>70</sup>

### 3.5) ASISTENCIA A FERIAS Y EXPOSICIONES

Para todo empresario, particularmente de las PYMES, le es muy necesario y fructífero el asistir a ferias y exposiciones comerciales, tanto nacionales como internacionales, en ellas pueden encontrar grandes ventajas, como: incrementar la venta de sus productos localizando a más compradores; también ahí pueden buscar y estudiar nuevos productos; surgen nuevas ideas y proyecciones; observan y conocen otras tecnologías utilizadas en productos similares; reconocen las condiciones de la competencia, así como los márgenes de precio, calidad, tipo de envases y embalajes, etc.; también nuevos contactos comerciales, escuchan nuevas experiencias, recomendaciones, así como más y mejores fuentes de información.

Por eso el participar en una feria y/o exposición comerciales, representa un escaparate en donde se llegan a reunir una gran cantidad de empresas de todas partes del mundo; ahí se dan una extensa exhibición y promoción comerciales, donde es posible captar a posibles compradores potenciales. Son un escenario idóneo para todo tipo de empresas de cualquier sector, que deseen promover y comercializar sus productos. Representa además una de las mejores y a veces únicas rutas para acceder a los diferentes mercados internacionales.

Toda la información necesaria y actualizada con respecto a este tema, está siempre disponible en las diferentes instituciones públicas y privadas especializadas, como en la misma Secretaría de Economía, en el área de promoción de las exportaciones o sector externo; en BANCOMEXT, CANACO, CANACINTRA, etc.

<sup>70</sup> FUENTE: 14va. Conferencia del "Club de Exportadores", Módulo II, Marco Legal "Formas de Pago Internacional", Ponente: C. P. Griselda Funes Rosellón, 01-08-2001

### **C) LA VINCULACION DE LAS PYMES MANUFACTURERAS CON LA GRAN EMPRESA EXPORTADORA.**

Es un hecho que las exportaciones mexicanas han crecido de manera importante desde la liberalización económica y apertura comercial, colocando a México como el primero en el área de comercio exterior en Latinoamérica y la novena potencia exportadora a nivel mundial. Pero éstas consideraciones no son suficientes, ni mucho menos representan la realidad de la participación de las PYMES en las exportaciones totales; ya que de todo el universo empresarial, en el cual el INEGI reportó poco más de 3.5 millones de unidades económicas, en el último censo económico de 1999, y de la cuales 344,188 correspondieron al sector manufacturero. Sólo unas 500 empresas grandes que se dedican directa y constantemente a la actividad exportadora, concentran un 80% de las exportaciones totales (aquí se cuentan obviamente algunas empresas maquiladoras); mientras que el otro restante 20%, lo cubren entre otras maquiladoras y PYMES en un menor porcentaje. Por lo que es muy importante aceptar y considerar que nuestro país actualmente requiere incrementar, fomentar y diversificar más sus exportaciones. Y más aún diversificarlos tanto de origen como de destino.

Por ejemplo, de los tres sectores económicos más importantes del país, el de comercio, servicios y el manufacturero, este último, es el que más empleos crea, así como valor agregado, aunque en el número de establecimientos sea menor. En cuanto a la exportación, se ha visto que el sector de las manufacturas ha venido participando entre un 80% y un 90% en los últimos cinco años del total de las exportaciones mexicanas.

En cuanto al número de empresas exportadoras, en 1990 se registraron 1,992; en el año de 1992 se incrementaron a 2,480, en 1997 aumentaron a las 6,004 empresas exportadoras. En el 2000 se estimaron más de 30,000 empresas con actividad exportadora, en este número se incluyen tanto grandes, como PYMES.

Para principios de 1999, las empresas grandes cubrían el 51.86% (312 empresas) de las exportaciones totales, las maquiladoras el 41.14% (con 3,130 empresas); y las PYMES sólo un 6.65% (con 34,558 empresas)<sup>21</sup>. En cuanto al destino de las exportaciones mexicanas, se ha mostrado una tendencia, que del total de éstas, alrededor del 90% se van a Norteamérica (Estados Unidos, 85% u 86%), y Canadá con un 4%; a Europa también alrededor de un 4%, al igual que a Latinoamérica con un 4%, y aproximadamente el 2% se va al resto del mundo con los que comercializa México.

<sup>21</sup> SHCP y Boletín de la PYME del Senado de la Republica, Sep. 1999.



Al establecer una comparación con otros países para apreciar y observar la importancia de las PYMES exportadoras en la economía nacional, vemos que:

CUADRO: 4<sup>72</sup>

PAIS	Empleos remunerados (% del total)	Xs directas (% del total)
España	68%	40%
Italia	60%	30%
Estados Unidos	40%	20%
MEXICO	69%	3%

En este último cuadro se muestra, que ese poco porcentaje (3%), que aportan las PYMES mexicanas a las exportaciones totales, se debe principalmente a que la mayoría de éstas, están establecidas en los sectores de comercio y servicios principalmente. Además de que muchas PYMES cuando exportan lo hacen de una manera indirecta y/o a través del sistema de la subcontratación, en el cual la exportación se ve registrada por la gran empresa.

La desvinculación con el propio mercado interno se ha venido agudizando desde la apertura comercial en 1985; la competencia extranjera generó una sustitución gradual de insumos nacionales, debido a costos menores y mejor calidad en muchos insumos o productos intermedios; además de la constante sobrevaluación del peso mexicano, con lo que con el tiempo esto afectó a un gran número de cadenas productivas saliendo afectadas principalmente las PYMES. Así mismo, las empresas exportadoras no se han podido vincular estrechamente con el mercado interno, y esto se ve reflejado en el alto contenido importado de las principales exportaciones. Por ejemplo, las exportaciones de los subsectores manufactureros de productos metálicos y de maquinaria y equipo, que en conjunto cubren más del 66% de las exportaciones manufactureras totales, ocupan insumos importados casi siempre rebasando el 50% de lo que constituye cada producto o mercancía que sale del país.<sup>73</sup>

Por otra parte, en 1994 en México existían 130,000 PYMES manufactureras, 380, 000 en los Estados Unidos y unas 900,000 en Japón; y que independientemente de sus exportaciones directas, la diferencia más notable, fue la vinculación o coordinación con la gran empresa exportadora, entre México y estos países. En tanto en Japón se estima, que 6 de cada 10 PYMES forman parte de una cadena productiva piramidal; en México y con base a datos de NAFIN, el 72% de las PYMES tienen como cliente al consumidor final. Por lo que la conceptualización de las PYMES, como proveedoras, subcontratistas y aliadas sinérgicas de las grandes empresas

<sup>72</sup> Joaquín Rodríguez Valencia, op. cit., p. 55

<sup>73</sup> Secretaría de Economía, Plan de Desarrollo Empresarial, (PDE. 2001-2006), 1ra, ed., Mexico, 2001. p.p 45-46.



exportadoras, es casi ausente en su totalidad en México; mientras que en los países desarrollados es la columna vertebral de éstos.<sup>74</sup>

Las PYMES deben considerar tener una constante modernización, así como una integración o una vinculación aún más eficiente y estrecha con la grande empresa exportadora; pero eso depende también de los centros de vinculación, de todos los actores, compañías, trabajadores, directivos, empresarios y funcionarios públicos, profesores, alumnos de las universidades, integrantes de cámaras y organizaciones; en sí estas son acciones indispensables que deben tomar en cuenta las PYMES para crecer y desarrollarse económicamente.

---

<sup>74</sup> Joaquín Rodríguez Valencia, *op. cit.*, P. 55.

## **CAPITULO IV**

### **PERSPECTIVAS Y PROPUESTAS PARA LAS PYMES, ANTE EL SIGLO XXI**

Actualmente las PYMES, ya no sólo tienen una gran relevancia en el ámbito nacional, sino también en el internacional. Hoy existen muchas instituciones alrededor de todo el mundo que se abocan a la enseñanza, capacitación, ayuda, financiamiento, promoción, etc., a favor de las PYMES.

Y desde hace pocos años, en internet hay cientos y miles de sitios dedicados a este estrato de empresas; y por ejemplo, grandes corporaciones en tecnologías de la información, Hewlett Packard, Nowell, y la misma Microsoft, han elaborado software, programas, productos y sitios específicos para las PYMES. El interés por esto, es por la razón del número de establecimientos productivos que representan (más del 90% en general en todo el mundo) y que, por lo tanto, también requieren servicios y productos de la misma forma que las grandes empresas o conglomerados, aunque no en la misma cantidad, tomando en cuenta el aspecto individual, pero que en conjunto las PYMES llegan a consumir más que las mismas grandes empresas; aunque se deben utilizar diferentes mecanismos para atenderlas.

En tanto muchas grandes empresas están desapareciendo como tales, y sólo están sobreviviendo como multinacionales o como conglomerados; entonces es aquí donde las PYMES tienen un papel muy importante en este nuevo contexto económico mundial, que es el de proveer y otorgar bienes y servicios a las grandes empresas o conglomerados; atendiendo pequeños nichos de mercado, que para una empresa grande no le resultaría realmente beneficioso; y el de integrar y desarrollar cadenas productivas y redes de comercialización para colocar sus productos.

Por otro lado, para el presente gobierno federal, este sector de las PYMES es de suma importancia para desarrollar su estrategia de política económica que viene enmarcada en el Plan Nacional de Desarrollo sexenal; ya que según en una entrevista al subsecretario para la atención de la Pequeña y Mediana Empresa en México, de la SE, el Lic. Juan Bueno Torio, mencionaba que en esta administración (del presidente Vicente Fox Quesada), el gobierno tiene un papel preponderante para ayudar, impulsar y fortalecer a las PYMES en su competitividad, en este entorno económico moderno y globalizado. Para esto se elaboró un documento llamado "Bases de la consulta nacional para la estrategia PYME 2001-2006", que fue el resultado de un estudio de más de cinco años atrás, y en el que se tomó también la postura de la iniciativa privada, así como de los principales

actores e interesados y no sólo la oficial. Y los principales puntos que se trataron en dicho documento fueron en referencia al fomento de este tipo de empresas, y se basaron en cuatro líneas de acción.

- ◆ **Financiamiento en todas sus formas:** Incluye créditos en todos sus tipos, arrendamiento, factoraje, esquemas de garantías para que las PYMES puedan tener acceso a los financiamientos que requieran y capital de riesgo.
- ◆ **Asesoría y capacitación:** Para apoyar el desarrollo de habilidades empresariales, adaptación de tecnologías, capacitación técnica, así como diagnósticos empresariales que permitan identificar problemas y detectar ámbitos de oportunidad de mercados.
- ◆ **Información empresarial disponible,** sobre mercados, tecnología y normatividad.
- ◆ **Apoyos a la exportación,** investigación, adopción de tecnologías de punta, fundación de nuevas empresas, capacitación y formación de capital humano, etc.

En general estos puntos ya se ven plasmados en el Plan de Desarrollo Empresarial 2001-2006, elaborado por la SE (Secretaría de Economía), de una manera más específica y detallada, en donde se dictan y señalan todas las acciones y programas enfocados a impulsar y desarrollar en todas las áreas y aspectos a las PYMES, con la cooperación y vinculación de otras instituciones, principalmente oficiales

#### A)PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS DE LOS PROGRAMAS FEDERALES PARA EL IMPULSO DEL DESARROLLO DE LAS PYMES.

Los principales programas y apoyos federales que están enfocados para impulsar el desarrollo de las PYMES en general, son oficialmente encabezados, manejados, estructurados y dirigidos por la Secretaría de Economía (SE) y por la Comisión Intersecretarial de Política Industrial (CIPJ).

1) En el marco de la primera "Semana de las PYMES", que se llevó a cabo del 10 al 14 de Septiembre del 2001, la SE presentó los programas e instrumentos que el gobierno ofrece en su conjunto y en forma coordinada, para que las PYMES logren su crecimiento y desarrollo económicos, y sean más competitivas tanto en los mercados nacional como internacional.

En dicho evento, se conjuntaron los principales líderes empresariales, gobernadores, secretarios de estado, gente del congreso, académicos, grandes empresas compradoras, medios de comunicación, representantes del sector financiero y en especial empresarios mexicanos del estrato de las PYMES, para los cuales fue realizado el evento. Durante el evento se firmaron siete convenios, los cuales fueron los siguientes:

- ◆ **Convenios de Desarrollo de Proveedores entre los directivos de tres importantes empresas de clase mundial: UNIK, DELPHI AUTOMOTIVE SYSTEMS y WAL-MART, lo cual fue muestra de su compromiso de apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas y sobretodo de cooperación a la tarea del Gobierno Federal.**
- ◆ **Convenios de Desarrollo de Detallistas utilizando el Programa de Modernización al Pequeño Comercio (PROMODE), en el que participaron GRUPO BIMBO Y CERVECERÍA CUAUHTEMOC MOCTEZUMA.**
- ◆ **Convenios de cooperación entre FIFOMI (Fideicomiso de Fomento Minero) y BANORTE para fijar las bases del otorgamiento de créditos a pequeñas y medianas empresas mineras y entre la CANACOPE (Cámara Nacional de Comercio del Pequeño Empresario) y la Secretaría de Economía para apoyar al comercio en pequeño con esquemas de capacitación.**

Asimismo, se firmó una declaratoria del modelo de responsabilidad social e integridad empresarial con la participación de las principales cámaras empresariales del país, asociaciones empresariales y dependencias gubernamentales como la SECODAM. Esta Semana de la Pequeña y Mediana Empresa, fue integrada por los siguientes eventos:

- ◆ **Seminarios con temas de interés para las empresas: Cómo iniciar un negocio, esquemas de comercialización, alternativas de financiamiento, tecnología para el desarrollo de negocios, administración y mercadotecnia para emprender un negocio, mejora regulatoria, tecnología para el desarrollo de negocios, calidad y competitividad, financiamiento y comercio exterior. Dichos seminarios fueron impartidos por expertos.**
- ◆ **Talleres específicos: Se impartieron talleres sobre 35 temas prácticos, tales como: Calidad cultura empresarial, productividad, simulación de negocios, actualización tecnológica, oferta exportable, la nueva hacienda pública distributiva, impartido por el SAT, y el ABC del crédito impartido por Nacional Financiera.**
- ◆ **Un Salón del Crédito: Por primera vez las empresas asistentes recibieron asistencia técnica especializada en financiamiento por asesores de crédito de la banca en el "Salón del Crédito", donde se reunieron a las principales instituciones financieras del país, banca comercial y banca social e instituciones no bancarias (arrendadoras, empresas de factoraje y uniones de crédito) sumando 40 instituciones financieras, donde las pequeñas y medianas empresas mexicanas tuvieron la oportunidad de presentar sus proyectos de ampliación, renovación, mejora tecnológica y/o creación de nuevos negocios.**
- ◆ **Un área de promoción institucional: Se incluyeron en la semana todos los programas, instrumentos y servicios que los Gobiernos Federal, Estatal y las instituciones públicas y privadas ponen a disposición de las PYMES para coadyuvar a su competitividad, ahí participaron 30 estados de la República, 6 secretarías de estado, 36 cámaras,**

asociaciones empresariales e instituciones del sector público y privado y 7 bancos comerciales.

- ◆ Un Foro Tecnológico: Para la organización de este evento se contó con la participación de CONACYT, UNAM, IPN, diversas Universidades Tecnológicas, el ITESM, BANCOMEXT, NAFIN, Centros e Institutos de Investigación Aplicada, CANACINTRA y la Asociación de Instrumentistas de América (ISA).
- ◆ Un Encuentro de Comercialización de Artesanías: Participaron artesanos de los estados del Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Morelos, Puebla, Quintana Roo y Tlaxcala; presentaron diversos productos, tales como: grabado en vidrio - Vitral con madera, metalistería, joyería en plata, madera tallada, cuadros de repujado, hierro forjado, vidrio soplado, cuadros de petate, barro policromado, muebles rústicos, talavera, vidrio con terminaciones en chapa de oro, etc.
- ◆ Dos Encuentros Nacionales de Desarrollo de Proveedores para establecer contactos de negocio: En el encuentro nacional de desarrollo de proveedores para comercio, hoteles, restaurantes, franquicias y hospitales, participaron 138 compradores representando 68 empresas expositoras: 49 del sector comercio, 6 cadenas hoteleras, 5 restaurantes, 5 franquicias y 3 grupos de hospitales. Entre las empresas compradoras participantes en el encuentro mencionado destacan las siguientes: Nueva Wall-Mart, Casa Ley, El Puerto de Liverpool, El Palacio de Hierro, Gigante, Tiendas Chedraui, Comercial Mexicana, Home Mart, Farmacias Benavides, Integradora de Autoservicios, Sanborn's, Tiendas IMSS, Tiendas ISSSTE, Grupo Posadas, Hotel Plaza Dali, Howard Johnson, Hospital San José Satélite, Hospital IMSS. Como resultado se puede mencionar que asistieron 1,837 empresas como posibles proveedores de 30 entidades federativas del país, además del Distrito Federal y realizaron 9,764 entrevistas, de las cuales 7,507 fueron calificadas con potencial para cerrar negocio por los compradores y se concretaron en el evento 341 operaciones.
- ◆ El Encuentro Nacional de Desarrollo de Proveedores para grandes empresas exportadoras, maquiladoras y mineras contó con la participación de 92 compradores que representaron a 48 empresas compradoras. Entre las empresas compradoras participantes en el encuentro mencionado se encuentran las siguientes: Cementos Mexicanos, Chieles Cannels, Grupo Modelo, Nestlé México, Grupo Vitro, Delphi Automotive Systems, Motorola, Philips Mexicana, Cementos Apasco, Pemex, C.F.E., Unilever, Lápicería Mexicana, Interfil, Panasonic de México, Black & Decker, la Asociación Mexicana de Maquiladoras de Ciudad Juárez SDC, etc. Cabe destacar que en los encuentros participaron como expositoras-compradoras las empresas paraestatales, IMSS e ISSSTE y por primera ocasión, la CFE y PEMEX, que brindaron orientación a las pequeñas y medianas empresas para participar en sus licitaciones.

La Semana de la Pequeña y Mediana Empresa es, por tanto, un evento único que sentará precedente en lo futuro para ayudar a desarrollar en todos los aspectos a las PYMES y al mismo tiempo elevar su competitividad; es una instancia realmente importante en la que se debe de asistir. Habrá que esperar cómo se desarrollan las siguientes y cómo serán aprovechadas cada año.

"2) Tipos de Programas.- Según la Comisión Intersecretarial de Política Industrial (CIPI), reconoce que actualmente asisten alrededor de 151 programas sólo en el ámbito federal, a continuación se muestran:

CUADRO 2

TIPOS DE PROGRAMA	# DE PROGRAMAS
Apoyos y estímulos fiscales	22
Apoyo a las actividades exclusivas de las dependencias y entidades	21
Sistemas de información	2
Servicios de orientación y concentración interinstitucional	15
Capacitación, asistencia técnica y consultoría empresarial	39
Créditos, capital de riesgo y subsidios de CONACYT, el FONAES y la SEMARNAT.	13
Créditos y servicios financieros que otorga la banca de desarrollo (básicamente NAFIN Y BANCOMEXT)	30
Desarrollo regional y encadenamientos productivos.	9

FUENTE: Elaboración propia, con base a información del PDE 2001-2006

3) Instrumentos directos.- La mayoría de estos programas pertenecen al grupo de los llamados "instrumentos directos"; que se refieren a los esfuerzos que modifican la operación interna de las empresas para mejorar, optimizar y potenciar procesos de cualquier índole. Aquí se ponen en contacto los programas de apoyo directo con empresas concretas; y los instrumentos directos, son:

Asesoría, capacitación y consultoría:

- ◆ Desarrollo de habilidades empresariales
- ◆ Adaptación de tecnologías
- ◆ Capacitación técnica
- ◆ Diagnósticos

Información pertinente

- ◆ Información accesible y sin costo
- ◆ Información de mercados
- ◆ Información tecnológica
- ◆ Información normativa

Apoyos económicos

- ◆ A la exportación
- ◆ A la investigación y desarrollo de tecnologías propias
- ◆ A la adopción de tecnologías adecuadas



\* NOTA: Se incluyen todos los programas e instrumentos de apoyo registrados por las secretarías y dependencias gubernamentales miembros del CIPI, entre las que se encuentran: SE, SIICP, STPS, SEP, NAFIN, BANCOMEXT Y CONACYT, entre otros.



- ◆ A la fundación de nuevas empresas
- ◆ A la creación de nuevos empleos estables
- ◆ A la capacitación y formación de capital humano
- ◆ A las organizaciones sociales dedicadas al desarrollo empresarial

#### Financiamiento

- ◆ Créditos en todos sus tipos
- ◆ Fondos de garantía
- ◆ Fondos de capital de riesgo

4) Los instrumentos indirectos: Son los que se refieren básicamente a los que permiten poner en contacto programas específicos con grupos de empresas usuarias en regiones y/o sectores concretos. Su contribución inmediata es mejorar, facilitar y disminuir los costos del entorno operativo de las empresas, por lo que los instrumentos indirectos, son:

- ◆ La infraestructura básica
- ◆ La infraestructura educativa
- ◆ La infraestructura institucional
- ◆ La investigación, transferencia y asimilación de tecnología
- ◆ Administración de programas de apoyo, para la transferencia de conocimientos, asesoría y consultoría
- ◆ Proyectos de clusterización para el desarrollo regional
- ◆ Y la promoción de la PYMES.<sup>75</sup>

Las acciones propuestas en el PDE 2001-2006 tienen por objeto fortalecer la competitividad de las empresas, para que éstas a su vez contribuyan al crecimiento con calidad en sus regiones e impulsen al mismo tiempo el desarrollo económico del país. " para cumplir esto se basa en seis estrategias:

1. Fomento de un entorno competitivo para el desarrollo de las empresas
2. Acceso al financiamiento
3. Formación empresarial para la competitividad
4. Vinculación al desarrollo y la innovación tecnológica
5. Articulación e integración económica regional y sectorial
6. Y fortalecimiento de mercados

Con un entorno competitivo y el acceso al financiamiento, se busca brindar a las empresas PYMES principalmente, las mismas condiciones de competitividad en la que se desarrollan las PYMES de otros países. La formación empresarial y la innovación y desarrollo tecnológicos, responden claramente a la necesidad de construir una plataforma de empresas rentables, productivas y generadoras de empleo y riqueza, competitivas en el país y en el extranjero.

<sup>75</sup> SE, Plan de Desarrollo Empresarial 2001-2006, Ira., ed, México, 2002, p. 57



La articulación regional y sectorial servirá para promover el desarrollo y fortalecimiento de las unidades productivas locales, la integración de cadenas productivas y de agrupamientos empresariales. Esta estrategia se implementará con la activa participación de los estados y municipios del país para así fortalecer y crear un federalismo.

Y finalmente, con el fortalecimiento de mercados se vinculará la oferta productiva de las empresas los mercados nacionales e internacionales, buscando aprovechar y ampliar de la manera más efectiva los canales y mecanismos comerciales que México ha logrado consolidar.<sup>76</sup>

Entonces, con estas acciones de incorporar a las PYMES a los mercados, se estará capitalizando el esfuerzo que la apertura comercial ha representado para el país, además de aprovechar exitosamente los diferentes tratados comerciales con economías importantes del mundo.

**PYMES**

### 5) CUADRO SINOPTICO DEL PLAN DE DESARROLLO EMPRESARIAL 2001-2006

- ESTRATEGIAS**
- 1.- Fomento de un entorno competitivo para el desarrollo de las empresas
    - 1.1.-Gestión de acciones de apoyo a las empresas
    - 1.2.-Coordinación interinstitucional y empresarial
    - 1.3.-Coordinación con entidades federativa y municipios
  - 2.- Acceso al financiamiento
    - 2.1.-Fomento de una nueva cultura exportadora
    - 2.2.-Fortalecimiento de los créditos y apoyos de la banca de desarrollo
    - 2.3.-Constitución y fortalecimiento de fondos de garantías para diversas aplicaciones
    - 2.4.-Constitución y fortalecimiento de fondos para sectores específicos
    - 2.5.-Fortalecimiento de intermediarios financieros no bancarios
    - 2.6.-Fomento de la cooperación internacional
  - 3.- Formación empresarial para la competitividad
    - 3.1.-Fomento de una cultura empresarial orientada a la competitividad
    - 3.2.-Fortalecimiento de la capacitación y formación empresarial
    - 3.3.-Impulso a la asesoría y consultoría de empresas
    - 3.4.-Facilitamiento del acceso a la información a las PYMES
  - 4.- Vinculación al desarrollo y la innovación tecnológica
    - 4.1.-Modernización y fortalecimiento tecnológico en las PYMES
    - 4.2.-Desarrollo e innovación tecnológica
    - 4.3.-Transferencia de tecnología a través de esquemas de subcontratación industrial
    - 4.4.-Promoción de una cultura tecnológica empresarial
    - 4.5.-Fomentos a los esquemas de normatividad nacionales e internacionales
  - 5.- Articulación e integración económica regional y sectorial
    - 5.1.-Esquemas de asociación empresarial
    - 5.2.-Desarrollo de proveedores y distribuidores
    - 5.3.-Desarrollo regional y sectorial
    - 5.4.-Impulso a la inversión productiva
  - 6.- Y fortalecimiento de mercados
    - 6.1.-Promoción de negocios en el mercado interno
    - 6.2.-Consolidación y promoción de oferta exportable

<sup>76</sup> SE, Plan de Desarrollo Empresarial, op. cit., p p 78-79. Las estrategias y líneas de acción señaladas en el cuadro sinoptico, están cada una en una forma más detallada y específica, en el PDF 2001-2006

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

## B) LAS ESTRATEGIAS DE LOS PROGRAMAS FEDERALES PARA EL IMPULSO DEL DESARROLLO DE LAS PYMES.

Las estrategias son las formas en que va a proceder el gobierno a través de diferentes líneas de acción y de las diferentes instancias, instituciones, secretarías y dependencias públicas, para cumplir con los objetivos de los diversos programas de apoyo para el desarrollo de las PYMES. Y se basa en seis estrategias generales:

Estrategia 1: Buscará promover un sistema tributario más ágil, de fácil cumplimiento y acorde a las necesidades de las empresas, con nuevos esquemas simplificados; dotar de seguridad jurídica a las empresas y a la inversión nacional y extranjera; impulsar el proceso de mejora regulatoria municipal, estatal y federal; mejorar la infraestructura de comunicaciones y transportes, así como la ambiental y energética del país; promover la modernización del marco laboral, los sistemas de normatividad; promover la educación y una cultura empresarial; fortalecer el Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa<sup>77</sup>, fortalecer a la CIPI; fomentar el desarrollo de los organismos empresariales y otros organismos intermedios; al igual que fortalecer los convenios de colaboración de apoyo a las PYMES; y generar y fortalecer a los multiplicadores de apoyo.<sup>78</sup>

Estrategia 2: Buscará promover una capacitación financiera entre la banca de desarrollo y de otros intermediarios financieros; financiar el acceso a la consultoría básica y especializada para la elaboración de planes de negocio y proyectos productivos; promover el aprovechamiento de los servicios y productos que ofrecen la banca de desarrollo<sup>79</sup>, y otros fondos especiales para incentivar la inversión productiva; además de fomentar las aportaciones voluntarias y solidarias, asistencia técnica, capital de riesgo, cajas solidarias, fondos, todo esto a cargo de los Fondos Nacionales para Empresas (FONAES); también fomentar el crédito simple y cuenta corriente (es a través del FIFOMI), programas de garantías, servicios de fondeo, servicios de garantía, estímulos; promover la creación de fondos estatales para capital de trabajo; constituir fondos de garantías para empresas exportadoras, además de fondos de apoyo para el costo de operación del crédito para PYMES; fortalecer a las uniones de crédito; diseñar esquemas de capital de riesgo; además de constituir un mercado de valores para las

<sup>77</sup> NOTA: El Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, es un organismo colegiado que está conformado por instituciones del gobierno federal y organismos empresariales.

<sup>78</sup> Los multiplicadores de apoyo, se refieren básicamente a las cámaras, asociaciones, confederaciones, consejos y demás organismos empresariales; además de las instituciones educativas, tecnológicas y científicas; instituciones financieras públicas y privadas; fundaciones nacionales e internacionales de apoyo al desarrollo empresarial; y extensionistas empresariales y consultorías.

<sup>79</sup> En la banca de desarrollo, se refiere principalmente a NAFIN Y BANCOMEXT.

**PYMES; promover el factoraje financiero; fortalecer a la banca social; consolidar los sistemas de los microcréditos, entre otras acciones.**

**Estrategia 3:** Buscará fomentar acciones para el desarrollo de una visión empresarial; promover la responsabilidad social de las empresas; fomentar una cultura de calidad y productividad; así como promover la capacitación y la modernización de las empresas; fomentar el desarrollo de los recursos humanos, de los emprendedores; fomentar la creación de empresas sociales; fomentar la consultoría básica y fortalecer la consultoría especializada; impulsar la consultoría para el comercio exterior; desarrollar medios y fuentes de información para las PYMES (como ahora ya lo es Contacto PYME); instrumentar un padrón empresarial completo y confiable (ya se cuenta con este sistema, el SIEM, que es el Sistema de Información Empresarial Mexicano); y ampliar los centros de vinculación de las PYMES.

**Estrategia 4:** Buscará promover básicamente la competitividad de las PYMES, mediante el establecimiento de centros de soporte técnico, apoyado principalmente por el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE); realizar foros tecnológicos; promover las actividades de extensionismo industrial; fomentar la gestión tecnológica con el apoyo principalmente de CONACYT; constituir un fondo sectorial de ciencia y tecnología para el desarrollo de las empresas PYMES; promover una cultura tecnológica empresarial; fomentar los esquemas de normalización nacionales e internacionales; y promover, fomentar y desarrollar las cadenas productivas; fomentar la cultura del asociacionismo; la conformación de proveedores permanentes, etc.

**Estrategia 5:** Buscará integrar a todos los agentes económicos que están involucrados en una actividad económica, para incrementar la eficiencia, calidad, productividad y competitividad de las PYMES; fomentar la creación de agrupamientos empresariales; promover la constitución de empresas integradoras; fomentar el desarrollo de proveedores para todo tipo de empresas; desarrollar proveedores para la industria maquiladora y de exportación; desarrollar proveedores para el sector público (ya se hace a través de COMPRANET); desarrollar distribuidores y detallistas; fomentar el desarrollo regional y sectorial, y al mismo tiempo elaborar diagnósticos; impulsar la inversión productiva, así como de la inversión extranjera; y establecer propuestas y conjuntos industriales y comerciales.

**Estrategia 6:** Con esta última, se buscará principalmente fortalecer el mercado a través de la generación de sistemas de información para la comercialización nacional, con la participación del SIEM, Contacto PYME, y el Sistema Nacional de Información de Mercados (SNIM); adicionalmente la SE, en coordinación con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), impulsarán el aprovechamiento y la consolidación del reciente programa e-México, en lo referente al comercio para ofrecer a las PYMES

información sobre la normatividad y reglamentaciones sobre el comercio electrónico; fortalecer la infraestructura física para la comercialización; impulsar el desarrollo y promoción de ferias eventos y exposiciones comerciales; consolidar y promover ofertas exportables de las PYMES; consolidar un entorno competitivo y promotor del desarrollo exportador; generar información actual sobre comercio exterior y de fácil acceso, a través de la SE y BANCOMEXT, por medio del Sistema Mexicano de Promoción Externa (SIMPEX), a través de la página web de EXPORTANET; además de fortalecer las acciones y convenios de promoción internacional; y crear espacios para promover y comercializar con el exterior.<sup>80</sup>

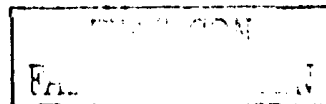
#### C) LOS PROGRAMAS DE APOYO

Los principales programas de apoyo que otorga el gobierno para el desarrollo de las PYMES son:

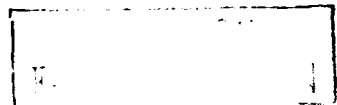
##### 1) SECRETARÍA DE ECONOMÍA

NOMBRE DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA
1.-Empresas de comercio exterior ECEX	Para la promoción de exportaciones, con facilidades administrativas y apoyos financieros de la banca de desarrollo
2.-Programa de importación temporal para producir artículos de exportación PITEX	Para quienes importan temporalmente mercancías, las utilicen como insumos y posteriormente las exporten ya sea a Estados Unidos o Canadá
3.-Empresas altamente exportadoras ALTEX	Permite la devolución de saldos a favor del IVA de manera expedita, acceso al Sistema de Información Comercial (SIC), y permite la simplificación administrativa en las aduanas
4.-Devolución de impuestos de importación a los exportadores DRAWBACK	Otorga la devolución del impuesto general de importación pagado por los bienes que se incorporaron a las mercancías de exportación
5.-Ferias Mexicanas de Exportación FEMEX	Para acceder a apoyos financieros, facilidades administrativas y de promoción comercial
6.-Comisión Mixta de Promoción de Exportaciones COMPEX	Promociona las exportaciones, y está integrado por representantes del sector público y privado; simplifica obstáculos administrativos y técnicos del comercio exterior, proporciona información y fomenta la cultura exportadora
7.-Difusión de Normas de Prácticas Comerciales	Orienta y asesora sobre las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) vigentes en el sector comercial

<sup>80</sup> NOTA: Para consultar todos los programas, apoyos y las estrategias y acciones que se implementan e implementarán por parte del gobierno para el desarrollo de las empresas en general, de un forma más detallada y concisa, se puede recurrir al documento del PDI 2001-2006, elaborado por la Secretaría de Economía, en la página [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx), o en la página [www.cipi.gob.mx](http://www.cipi.gob.mx)



8.-Programa Nacional de Calidad y Premio Nacional de Calidad	Para promover la cultura de la calidad entre las diferentes empresas
9.-Premio Nacional de Exportación	Promueve la exportación, y su finalidad es diversificar las exportaciones de las empresas
10.-Primer Contacto	Para orientar y brindar información sobre los diferentes apoyos a las PYMES, funciona a través de una infolinea, fax e internet
11.-Sistema de Información Empresarial Mexicano SIEM	Es un sistema de información via internet, orientado a difundir todo lo referente a la actividad empresarial, promueve oportunidades de negocio y da a conocer los programas de apoyo existentes
12.-Programa de Capacitación y Modernización del Comercio Detallista PROMODF	Promueve la competitividad de la PYMES, mediante talleres de capacitación básica a empresarios del sector comercial; además de proyectos de incubadoras, asesoría y consultoría
13.-Programa para establecer sistemas de aseguramiento de la calidad en la PYMES ISO 9000	Da asistencia técnica básica para la adopción de sistemas de calidad
14.-Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnología COMPITE	Da asistencia técnica para mejorar las líneas de producción en empresas del sector manufacturero, no automatizadas
15.-Red CENTRO-CRECE	Da consultoría empresarial y asistencia técnica en el área administrativa dirigida a las PYMES
16.-Desarrollo de proveedores y distribuidores	Ofrece un conjunto de herramientas para apoyar a las empresas para que se constituyan como proveedores y distribuidores de las grandes empresas del sector público y privado
17.-Empresas Integradoras	Promueve la asociación de las PYMES para facilitar su acceso a servicios comunes y generar economías de escala en actividades conjuntas de producción y comercialización
18.-Foros Tecnológicos	Es para facilitar a las PYMES el acceso a la información y vinculación con los principales centros de investigación aplicada y desarrollo tecnológico del país
19.-Fondo de Apoyo a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas FAMPYME	Da capacitación, asesoría y consultoría, da formación de consultores, asesores y promotores, constituye fondos de garantías, elabora estudios de competitividad, conforma centros de vinculación empresarial e integra bancos de información
20.-Fondo de Fomento a la Integración de Cadenas Productivas FIDFCAP	Apoya el desarrollo de proyectos productivos en beneficio de las PYMES para generar las condiciones que permitan su integración a la cadena productiva, industrial, comercial y de servicios.



## 2)SHCP

Apoyos Fiscales a Pequeños Contribuyentes con Actividad Empresarial	Se otorgan estímulos fiscales para las PYMES sobre el ISR <sup>81</sup>
Apoyos Fiscales por los Proyectos de Investigación y de Desarrollo de Tecnologías	Deducción del ISR

## 3)SECODAM

Contrataciones Gubernamentales	Para agilizar y modernizar el proceso de contratación de bienes y servicios, arrendamientos y obras públicas de la administración pública
Registro Federal de Trámites RFT	Para tener acceso a información de dependencias y entidades públicas, sobre más de 2,500 trámites y servicios

## 4)STPS

Becas de Manutención para Apoyar a la Capacitación previa a Contrato PROBECAI	Para cuando las empresas requieran de capacitar al nuevo personal o las posibles contrataciones
Normas	Asesora y orienta a las empresas para que cumplan con las diferentes normas de trabajo

## 5)SAGARPA

Programa de Apoyo y Fomento a las Exportaciones PROFAEX	Da orientación y asesoría básica a los productores mexicanos para la exportación de frutas y hortalizas
Certificación Fitosanitaria Internacional de vegetales, productos y subproductos	Orienta sobre los acuerdos y exigencias de otros países para permitir el ingreso de vegetales y sus productos de exportación

## 6)SEP

Capacitación en el Trabajo	Da capacitación en todo lo referente a lo laboral
Capacitación por Competencia Laboral	Da capacitación a nivel gerencial y laboral

## 7)CONACYT

Fondo de Inversión y Desarrollo para la Modernización Tecnológica FIDETEC	Otorga créditos sin intereses o capital de riesgo para proyectos de inversión en "etapa precomercial", y aporta entre un 50% y 80%, por un máximo de USDS1.5 mill.
---	--

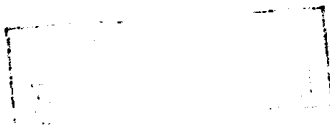
## 8)SEDESOL

Programa de Primer Paso Productivo	Da aportaciones en forma directa, recuperable en su valor nominal, a grupos sociales para actividades productivas que generen empleos
------------------------------------	---

## 9)UNAM-SE

Falleres de Cultura Empresarial	Para aumentar la competitividad con carácter social
---------------------------------	---

<sup>81</sup> ISR - Impuesto Sobre la Renta





10) ANIERM<sup>82</sup>-SE

PIMEXPORTA	Es una estrategia integral de comercio exterior para las PYMES, se crea apenas en el 2002 con apoyo de la SE a través del Fondos de Fomento a la Integración de Cadenas Productivas; da servicios de asesoría, consultoría, capacitación, perfiles de producto y mercado, logística comercial internacional y vinculación con organismos de apoyo a las PYMES. Su finalidad es fomentar la incorporación de la PYMES manufactureras a la actividad exportadora.
------------	---

D) LOS APOYOS DE LA BANCA DE DESARROLLO Y COMERCIAL

El gobierno federal promueve y ofrece a través de la banca de desarrollo (NAFIN y BANCOMEXT) y de otros fondos especiales y de la banca comercial (principalmente SANTANDER Y BITAL), el aprovechamiento de servicios y productos de financiamientos y créditos, que incentivan la inversión productiva, el proceso exportador y en si el desarrollo económico de las PYMES en general.

1) NAFIN

Créditos a Tasa Fija	Financiamiento a corto, mediano y largo plazo, para generar mayor certidumbre en la planeación de pagos; elimina además el riesgo de cambios en las tasas de interés
Operaciones de Crédito de Segundo Piso	Para mejorar la infraestructura, garantizar la continuidad del proceso productivo, innovación tecnológica y mejora del medio ambiente
Créditos a tasa variable en Pesos y Dólares	Otorga créditos para todo tipo de inversiones y con plazos acordes a las necesidades de la empresa
Programa de Garantías	Complementa el monto de garantías que requieren los bancos para financiar nuevos proyectos, así como el de facilitar a las PYMES el acceso al financiamiento de la banca comercial a largo plazo
Programa de Modernización y Equipamiento Empresarial	Da recursos a mediano y largo plazo en pesos y dólares a las empresas, destinados a la adquisición de maquinaria y equipo, nacional o de importación
Programa de Desarrollo de Proveedores del Sector Público	Proporciona financiamiento a las empresas integradas a la cadena productiva de las empresas del sector público sobre las cuentas por cobrar, en forma de factoraje
Programa de Financiamiento a Proveedores del Sector Público y Privado	Es un apoyo directo de crédito de primer piso a las PYMES con capital de trabajo, para cumplir en tiempo con el pedido o contrato de entidades del sector público
Créditos Verdes	Es una promoción para proyectos ambientales, de producción más limpia y de ecoeficiencia, para controlar la contaminación de las empresas

<sup>82</sup> ANIERM, es la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana

## 2)BANCOMEXT

Crédito PYME	Para financiar el equipamiento y capital de trabajo de pequeñas y medianas empresas, relacionadas directa o indirectamente con la exportación, otorga financiamiento hasta de \$250 mil dólares
Créditos de hasta USD\$50,000 para el Pequeño exportador de Manufacturas	Otorga financiamientos de capital de trabajo, a través de un programa simplificado de crédito para exportadores directos <sup>83</sup> , para el ciclo productivo y ventas de exportación.
Crédito Comprador (Factoraje)	Permite al exportador realizar sus ventas de contado en la región, ya que BANCOMEXT le paga en México y les da financiamiento a sus clientes a través de un banco acreditado en el país de éstos.
Cartas de Crédito	Las cartas de crédito permiten que los pagos o cobros se hagan de una manera más fácil, ágil, rápida y segura, tanto para exportadores como para importadores
Garantías, a través de la Compañía Mexicana de Seguros de Crédito S.A.	Ofrece al exportador garantías que le protegen de la falta de pago por parte de su comprador en el extranjero, ya sea por un riesgo de tipo político, catastrófico, extraordinario o comercial
Seguros BANCOMEXT	Es un seguro de crédito de exportación, que cubre al exportador contra el riesgo de falta de pago, derivado por un riesgo comercial
Fondos de Inversión de Capital de Riesgo	Es para buscar atraer inversión extranjera productiva, y dar una alternativa financiera a aquellas empresas y/o proyectos viables.

FUENTE: Elaboración propia con base a información del PDF: 2001-2006

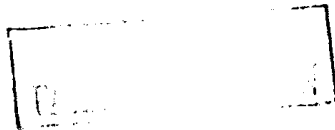
## 3)BITAL

Este banco comercial ofrece junto con NAFIN un crédito a largo plazo para equipamiento industrial, con el objeto de brindar la posibilidad de renovar o modernizar el equipo y maquinaria productiva de la empresa. Entre sus principales beneficios que ofrece, están: créditos en pesos o en dólares; tasas de interés preferenciales, fija, variable o protegida; los gastos de instalación y puesta en marcha, así como los fletes y seguros pueden ser financiados, el crédito es para empresas del sector industrial, comercial o de servicios; se financia hasta un 85%; con plazos de hasta 7 años; diferentes modalidades de pago; los requisitos y documentación serán de acuerdo al tipo de empresa y al tipo de crédito.

## 4)SANTANDER

Por su lado el banco comercial SANTANDER proporciona el producto CREDITOPYME, que es para apoyar con créditos accesibles a las PYMES, para invertir en capital trabajo y mantener la liquidez de la empresa, tanto

<sup>83</sup> El nombre del Programa es: "Esquema Financiero para el Pequeño Exportador".





en materia prima como en sueldos; para invertir en activos fijos, que van desde la adquisición de maquinaria, equipo, vehículos, hasta la compra de inmuebles. Sus principales ventajas son: No piden garantía, sólo basta la firma del dueño, dan los créditos a plazos flexibles de 18 hasta 36 meses, con tasas de interés muy bajas, y sus créditos incluyen de 4 a 6 meses de gracia para empresas nuevas, sus montos van de \$52,000 a \$500,000 pesos.

#### 5)BBVA-BANCOMER

Este banco comercial actualmente ofrece el servicio de CREDIPYME, que es un programa de apoyo financiero para las PYMES que buscan recursos adicionales para incrementar su capacidad instalada y mejorar la eficiencia productiva, así como de capital de trabajo e inversión en activos fijos, para ampliar sus ventas. El programa va dirigido a las empresas de los sectores industrial, comercial y de servicios; los montos de los créditos van desde los \$100,000 pesos hasta los \$2,000,000, de pesos o en su equivalente en dólares; presenta diferentes formas de garantía de acuerdo a la empresa y tipo de crédito; los plazos van de 12, 24 a 36 meses de acuerdo a la capacidad de pago.

#### 6)CB-BANAMEX

Este banco comercial a través de su área de Impulso Empresarial Banamex, ofrece servicios para el desarrollo y la productividad de las empresas PYMES, que busca atender las necesidades financieras inmediatas de éstas, y entre sus principales servicios que ofrece actualmente, están: Apertura de crédito revolvente, para capital de trabajo; apertura de crédito con garantía hipotecaria, para requerimientos a largo plazo; arrendamiento financiero para equipo; línea de sobregiro; tarjeta impulso empresarial; cartas de crédito con previsión de fondos; financiamiento a proveedores, para convertir ventas a crédito en ventas de contado, entre otros servicios.

Existen además otros bancos comerciales e instituciones financieras (fideicomisos, fondos, arrendadoras, uniones de crédito, empresas de factoraje, etc) que dan apoyo financiero y crediticio a las PYMES, las cuales se han ido extendiendo más con el evento de la segunda "Semana de las PYMES 2002", organizado y encabezado por el gobierno federal a través de la SE y el CIPI.

#### E)LOS MICROCRÉDITOS

Los microcréditos son otra parte de los esfuerzos que está realizando el gobierno mexicano a través de la SE, por lo que los pasados días 9 al 13 de Octubre del 2001 en la ciudad de Puebla, se llevó a cabo la Cumbre Regional del Microcrédito para América Latina y el Caribe, esto con el objeto de apoyar a los grupos o sectores mas marginados, en este caso de México; lo apoyos son por la vía del financiamiento, en colaboración con NAFIN. "En el caso de la Cumbre de México", el propósito fue profundizar en la comprensión y acción de cuatro puntos importantes.

- ◆ Alcanzar a las familias más pobres
- ◆ Alcanzar y habilitar a las mujeres más pobres
- ◆ Establecer instituciones financieramente autosuficientes
- ◆ Asegurar un impacto social positivo en la vida en general

En sí, el microcrédito "es el resultado de adaptar un instrumento financiero tradicional dirigido a cierto sector social, como también algún desarrollo cultural, a las capacidades y habilidades de las poblaciones y localidades en condiciones de pobreza. El éxito del microcrédito, depende por tanto, del manejo del dinero por la población a la que se dirige, así como de la posición y arraigo de la institución microfinanciera en la localidad."<sup>84</sup>

Por otro lado, se reconoce en México que existen actualmente cuatro grandes organizaciones reguladas especializadas en microcréditos, y aproximadamente unas 80 más, pero que operan en áreas semiurbanas y rurales. Por lo que el Programa de Financiamiento al Microempresario de la SE, que recién inició con la actual administración (VFQ) a fines del mes de Julio del 2001, tiene como objetivo a largo plazo: crear, fomentar y fortalecer un sistema nacional de instituciones de microfinanciamiento que proporcionen accesos a estos servicios a la población en condiciones de pobreza. "La forma de operar del programa, es la siguiente:

- ◆ Realización de un diagnóstico financiero de las instituciones privadas o sociales de microfinanciamiento
- ◆ Bajar líneas de crédito para resolver el problema de fondeo
- ◆ Dar apoyos institucionales, de capacitación
- ◆ Ofrecer apoyos a los microempresarios en capacitación

Y tres de sus premisas principales, son:

- ◆ Proporcionar los elementos y las condiciones para que el sistema microfinanciero sea identificado por la generalidad de la población como un instrumento sustentable, seguro, confiable y permanente a largo plazo.
- ◆ Incentivar un sistema de microfinanzas integral, propiciando vinculaciones y servicios con otros organismos financieros como son las cajas de ahorro y los fondos de fomento de los estados y de otros programas del gobierno federal, así como bancos comerciales, a fin de crear sinergias locales y regionales.
- ◆ Fomentar la creación de instituciones de microfinanciamiento dirigidas a la población en condiciones de pobreza, para que en el largo plazo se haga de éstas un eje para el desarrollo de las comunidades y localidades."<sup>85</sup>

<sup>84</sup> NAFIN, "Mercado de Valores", 12/Diciembre/2001, p.p. 3,6.

<sup>85</sup> Ibid, p.p. 8,9

Es importante entonces apoyar este sector de los microempresarios, ya que tendrá un impacto más social que económico, entre los más importantes serían: reducir la pobreza, disminuir la delincuencia, reducir la inseguridad, aumentar la base tributaria, regularizar las microempresas, así como de las organizaciones prestamista o de microcréditos, etc.

**CUADRO 5: Crédito otorgados a microempresas establecidas, 1998.**

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	# de Créditos	Porcentaje
INSTITUCIÓN BANCARIA	50,123	15.5
BANCA DE DESARROLLO	7,486	2.31
UNIONES DE CREDITO	6,766	2.09
SOCIEDADES FINANCIERAS	5,364	1.65
CAJAS POPULARES	50,091	15.49
PRESTAMISTAS PARTICULARES	48,538	15.01
AMIGOS, PARIENTES, VECINOS	125,319	38.76
OTROS	28,904	8.94
NO ESPECIFICO	686	0.21
<b>TOTAL</b>	<b>323,277</b>	<b>100</b>

FUENTE: Elaboración propia, con base a INEGI. Encuesta Nacional de Micronegocios, 1998.

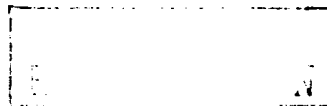
Con este cuadro observamos que la mayor parte de las fuentes de microfinanciamiento la otorgan los sujetos más cercanos (amigos, parientes y vecinos), y no el sector formal, como la banca comercial, la banca de desarrollo o instituciones y organismos gubernamentales; por lo que ahora sólo nos queda esperar unos años para verificar si el actual programa del gobierno enfocado a los micronegocios, es suficiente y funcional.

#### F) PROGRAMAS DE APOYO PARA LA PYMES, POR PARTE DEL SECTOR PRIVADO.

Los apoyos y programas para fomentar el desarrollo de las PYMES, también provienen del sector privado, y entre los principales están:

1) CANACO, CD. DE MÉXICO: Esta institución también tiene una labor muy importante a favor de las PYMES, y lo hace a través de impartir cursos, talleres, seminarios y conferencias, además de encuentros empresariales y exposiciones comerciales; da asesoría técnica y profesional para la gestión y desarrollo de las PYMES en todas sus áreas y sectores, para el desenvolvimiento tanto en el ámbito del comercio nacional, como en el internacional; funciona además como el punto de enlace entre grandes organismos públicos y privados y los empresarios de las PYMES, para que estos últimos tengan acceso a recursos, financiamientos, asesorías, capacitación, etc., de las primeras. Y entre su principales objetivos, están:

- ♦ Actuar como órgano de consulta y colaboración con el Gobierno, para lograr un mejor entorno para las actividades productivas que representa.



- ♦ Procurar la solución de los conflictos que surjan entre los empresarios, por medio del arbitraje comercial.
- ♦ Operar el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) como instrumento de planeación del Estado para elevar la competitividad de las empresas mexicanas.

Actualmente promueve un plan de financiamiento que otorga tanto BITAL (Multicrédito), como SANTANDER, el cual se adquiere con un solo trámite ágil, para adquirir una amplia gama de productos y servicios con pagos fijos, y que sirve para adquirir capital de trabajo, equipo de transporte, de computo, oficina, incluso bienes inmuebles (como locales comerciales, bodegas y naves industriales); la línea de crédito se puede utilizar varias veces; no se debe preocupar por los cambios en las tasas de interés, y los plazos van desde 6 hasta 84 meses; los requisitos son muy accesibles.

2)CANACINTRA, CD. DE MÉXICO: Es un organismo empresarial que representa, promociona y defiende a la industria de México. Esta cámara pone a disposición de las diversas empresas un serie de servicios, como: capacitación en todas sus áreas, además de participar en el programa CIMO junto a la STPS Y CRECE con la SE; da servicios de cooperación internacional en materia de comercio exterior, control aduanero, fracciones arancelarias, encuentro empresariales, difusión de oportunidades comerciales y negocios internacionales; eurocentro para vincularse y cooperar con empresas europeas; desarrollo de proveedores para empresas del gobierno; realiza estudios económicos.

Además facilita el acceso a financiamientos para todas las PYMES; fomenta y participa en todo lo referente a la normalización, medio ambiente; gestiona trámites de ventanilla única, brinda asesoría legal; cuenta con bolsa de trabajo; busca la vinculación de las PYMES con las universidades, participa en el SIEM, da asesoría sobre la adquisición de tecnologías de la información; todo esto a favor de la PYMES.

#### G)PROGRAMAS DE APOYO PARA LA PYMES, EL CASO DE ITALIA Y CHILE

Por otro lado, también es muy importante observar y comparar qué se está haciendo en otros países en política económica para la atención de las PYMES, y para esto se tomaron los casos de un país desarrollado (Italia), y uno en vías de desarrollo (Chile).

1)EL CASO DE ITALIA: Las PYMES italianas han tenido un papel realmente muy importante tanto para su país, como para los mercados internacionales; desde los años setenta y ochenta, su competitividad partió de una ventaja comparativa asociada al bajo costo, a una que posteriormente fue adquiriendo basada en la calidad, la innovación, la diferenciación y orientación al cliente. En cuanto a su capacidad exportadora, se basó principalmente en bienes para el consumidor, como: calzado, piel, azulejo, joyería de oro, ropa masculina y femenina, muebles, aparatos de

iluminación, etc., los cuales llegaron a alcanzar de una tercera parte a dos terceras partes de su participación en las exportaciones del G7, en algunos de estos bienes; estos tipos de bienes son muy sensibles a las tendencias del mercado, sumando además la competencia creciente que se les venía encima por parte de los NIC's principalmente, y con la adopción del euro, ya no se permitía las devaluaciones en ninguna forma; todo esto obligó a que las PYMES italianas siguieran y mantuvieran su competitividad ahora en una mejor organización administrativa; por lo que desde la década pasada los encargados de la política en este sector pusieron mas atención a las necesidades de las PYMES, desarrollando políticas mas apropiadas enfocadas básicamente en las áreas como la financiera y la innovación.

El sistema italiano de las PYMES, se caracteriza en general por una dimensión pequeña, en comparación con otras PYMES europeas, para el análisis específico del sector manufacturero.

CUADRO 6: Tamaño de empresas, por número de trabajadores.

TRABAJADORES	ITALIA	ALEMANIA	FRANCIA	INGLATERRA
20-499	66.9%	39.8%	52%	49.8%
500 y más	33.1%	60.2%	48%	50.2%

FUENTE: Zevallos V. Emilio G. "Experiencias Internacionales sobre Políticas para la Empresa Media, Ira. ed., Mc Graw Hill, Chile, 2001, p. 52.

CUADRO 7: Empresas manufactureras de acuerdo a su tamaño, 1996

Tamaño	Número %	Trabajadores %
Microempresa	82.9	24.2
Pequeña empresa	15.1	30.9
Mediana empresa	1.7	19.5
Grande empresa	0.3	25.4
total	100	100

FUENTE: Zevallos V. Emilio G. "Experiencias Internacionales sobre Políticas para la Empresa Media, Ira. ed., Mc Graw Hill, Chile, 2001, p. 52.

En el cuadro 7 se observa que la constitución de empresas manufactureras es casi similar a la que existe en México, la gran diferencia está en los programas y apoyos que las PYMES han recibido, además de la iniciativa propia de cada una de ellas para desarrollarse, sumado a otras características propias, como:

- ♦ Producción - especialización a nivel local
- ♦ Trabajadores calificados de alto nivel
- ♦ Transferencia de mejoras tecnológicas por medio de la consolidación de relaciones horizontales entre agentes locales (oferentes, usuarios de bienes intermedios y servicios empresariales)
- ♦ Dinámica de cooperación-competencia, la cual incrementa la eficiencia global del sistema local (nuevos productos, nuevos procesos, nuevos mercados, etc.)
- ♦ Empatía sustantiva entre espíritu emprendedor y entorno socio-cultural

Esse

Y los distritos locales, que son una parte esencial del desarrollo de Italia, actúan como entidades socioeconómicas caracterizadas por una base geográfica local, en la cual una comunidad de personas, grupos o población de PYMES participan en el mismo proceso de producción. Por lo tanto el éxito de los distritos italianos se deriva del modelo de organización social de la producción, de acuerdo a qué territorio, más a qué fábrica es el principal factor de integración, de acuerdo al entorno local, a las habilidades laborales, actitudes empresariales, apoyos institucionales, cultura, etc. Por lo que sus principales características, son:

- ◆ Área pequeña
- ◆ Parques o grupos de cientos y hasta de miles de PYMES.
- ◆ Un difundido espíritu emprendedor
- ◆ Sinergia de fuerzas entre el entorno territorial, la comunidad y la familia, hacia la empresa
- ◆ Relaciones laborales a escala humana (calidad y desempeño en productos)
- ◆ Colaboración y formas de cooperación vertical entre la principales empresas y sus proveedores
- ◆ Especialización en los productos

Estas son en forma concisa el sistema de las PYMES que se desarrolla en Italia.

2)EL CASO DE CHILE: La definición de las PYMES para Chile se basa también, en el número de empleados principalmente, como lo muestra el cuadro siguiente:

CUADRO 8: Tamaño de las empresas por número de trabajadores

Tamaño	Número de trabajadores
Micro empresa	1-4
Pequeña empresa	5-49
Mediana empresa	50-199
Gran empresa	Más de 200

Fuente: Zevallos V. Emilio G. Op. cit., p.113

Las PYMES chilenas al igual que las mexicanas no se diferencian entre ellas ni con otras de países incluso desarrollados, en cuanto al número total del universo empresarial, sino que la diferencia sustancial entre las primeras contra las PYMES de países desarrollados, es la de los apoyos y subsidios estatales que son muy importantes y marcados en estos últimos; por lo que hay una gran cantidad de apoyos en la UE, EE.UU., Japón, etc, para las PYMES, las cuales compiten contra las mismas PYMES chilenas en sus mercados nacionales.

En el marco legal, Chile no cuenta con una Ley específica para las PYMES, aunque se han hecho los intentos y se contemplan sólo en algunos casos, como en el marco tributario, mercado laboral, etc. Aunque sus estadísticas señalan que ha habido un crecimiento importante de las PYMES en especial

de las microempresas, las cuales han absorbido en forma importante el desempleo, frente a un decrecimiento de la gran empresa que expulsa constantemente a los trabajadores.

Uno de sus principales problemas es que las PYMES sólo aportan el 28% de las ventas del país, frente al 72% de las 4,800 empresas grandes, lo que hace que su sistema sea demasiado concentrado; otro problema es que también, hay una gran cantidad de empresas informales en el estrato PYME, pero que con el programa PYME poco a poco se han ido formalizando. También al igual que en México, las PYMES se concentran en su mayoría en el sector comercio y servicios, pero su participación en el sector manufacturero también es muy importante (alrededor del 65%). Las PYMES se concentran en un 50% en el área metropolitana de Santiago, pero especialmente las microempresas se distribuyen por todo el país, por lo que los esquemas y programas de apoyo son muchas veces inadecuados.

En las exportaciones, el 1% o sea las grandes empresas, concentran el 96% de las ventas al exterior, un 80% de la capacitación; cuando las PYMES generan el 90% del empleo total. En las PYMES se caracteriza la baja productividad, baja calificación de mano de obra, concentración territorial y de empleo. Pero aunque se observa una baja inserción al comercio internacional de las PYMES, es decir que no son exportadores directos, sí participan exportando indirectamente como el caso de la gran mayoría de este tipo de empresas en los países en vías de desarrollo. En la parte financiera, se muestra que la grande y mediana empresa es la que más se endeuda, mientras que la pequeña y microempresa casi no se endeuda o lo hace poco, esto se debe obviamente a la serie de barreras que se les ponen a éstas últimas, para acceder a los créditos (básicamente las garantías, tasas de interés, plazos, etc.)

En cuanto a los programas de apoyo, en Chile existen varias instituciones para promover a las PYMES y se basan en cuatro niveles:

- ◆ Provisión de servicios, como consultorías, ejecutores, que son privados en su mayoría
- ◆ La intermediación y administración, que es tanto pública como privada y se encuentra en todo el país, como instituciones, bancos, cámaras, organizaciones no-gubernamentales, fundaciones, etc.
- ◆ Instrumentos y asignación de recursos por medio del Estado
- ◆ Y el de política, evaluación y coordinación, dirigido por el ministerio de Economía.

Al igual que en México y muchos otros países, los diversos apoyos para las PYMES chilenas vienen tanto del sector público como del privado, la diferencia está en la forma y cantidad en que se dan. Entre los principales apoyos que reciben la PYMES chilenas, están:

- ◆ Asesoría técnica
- ◆ Desarrollo empresarial asociativo (tipo empresas integradoras)
- ◆ A la exportación
- ◆ A la innovación y tecnología
- ◆ A la capacitación e intermediación financiera
- ◆ Programas de impacto sectoriales (clusters)
- ◆ Factoraje, financiamientos
- ◆ Facilitar la transferencia de tecnologías
- ◆ Facilitar el acceso a la información
- ◆ Agilizar los trámites
- ◆ Formar organizaciones empresariales, etc.

#### H) EL NUEVO PAPEL DE LAS PYMES ANTE LAS GRANDES EMPRESAS EXPORTADORAS

1) SU RELACION CON LA GRAN EMPRESA NACIONAL Y MULTINACIONAL DE EXPORTACIÓN: Las diversas vinculaciones que las PYMES puedan establecer entre sí y con las grandes empresas y las empresas estatales son factores decisivos para su crecimiento y competitividad. La organización de estas vinculaciones es esencial tanto en la fase previa con los proveedores y subcontratistas como en la fase ulterior con los canales de distribución y comercialización.

Mientras tanto, muchas de las PYMES a menudo han venido cooperando estrechamente entre sí a fin de complementar sus actividades dentro del ciclo de producción, formando asociaciones o núcleos de producción y, cada vez más frecuentemente, en forma de redes entre empresas, éstas nuevas formas tienden a ser más estables y duraderas, siendo la distribución de responsabilidades (riesgo y ganancias) más equitativa entre ellas, para hacer frente y mantener relaciones comerciales con las grandes empresas. Mientras que las grandes empresas se ven impulsadas por sus estrategias y mecanismos de gestión y comercialización a fomentar todo tipo de colaboración industrial con otras empresas, las empresas pequeñas y medianas no están equipadas para promover esa colaboración y merecen, por lo tanto, atención y asistencias especiales en ese ámbito. Es evidente que las PYMES son las que más necesitan de servicios de apoyo, dada su limitada experiencia en materia de mercados extranjeros y, por lo general, su mayor renuencia a asumir riesgos cuando se las compara con las grandes empresas transnacionales. Se requieren por lo tanto mecanismos de apoyo institucionales que les ayuden a obtener la información necesaria sobre tecnologías avanzadas, fuentes de financiación, nuevos mercados, licencias extranjeras, etc., y a tener acceso a esos recursos de una manera más fácil.

Por otro lado la fortaleza y dinamismo de las empresas exportadoras no se ha traducido en el incremento generalizado y homogéneo del bienestar de la población, con lo que el proceso de apertura comercial ha traído muchos



costos para el país, en particular para las empresas de menor tamaño, el boom exportador ha favorecido principalmente a un reducido grupo de grandes compañías, la mayoría trasnacionales; aunque también, se debe reconocer que muchas otras PYMES también se han beneficiado en cierta forma o indirectamente de la apertura comercial.

Mientras tanto, la Secretaría de Economía sostiene que las empresas exportadoras no se han vinculado estrechamente con el mercado doméstico, lo que refleja un alto contenido importado. Del total de ventas externas, las micro, pequeñas y medianas empresas manufactureras tienen participación de 6.65%, en comparación con 51.86% de las grandes y 41.49% de las maquiladoras; aunque hay que destacar que muchas de las exportaciones son realmente provenientes de las PYMES (exportaciones indirectas), pero que se ven registradas por las grandes empresas. Por ejemplo, hay PYMES que manufacturan bolsas de piel o sintéticas, y simplemente otras empresas grandes realizan un acabado especial (no sustancial) y etiquetado, y ellas mismas se encargan de comercializarlo, ya sea en el mercado interno o externo.

Las PYMES están en clara desventaja respecto a las grandes empresas, pues tienen menores posibilidades de absorber tecnologías externas y adquirir información sobre mercados externos y en sí una gran diversidad de recursos. Por lo que el papel más importante que deben de asumir las PYMES ante las grandes empresas exportadoras, es el de buscar convenios por medio de organizaciones empresariales y del mismo gobierno, para que se inserten más estrechamente en las cadenas productivas y en los procesos de comercialización de las grandes empresas.

2) DESARROLLO DE PROVEEDORES: Es una acción que impulsaría la integración económica y que partiría principalmente del compromiso de las empresas grandes establecidas en México principalmente, lo que haría a su vez, que las PYMES se insertaran con mayor éxito en las relaciones comerciales de manera permanente. Las grandes empresas se beneficiarían con el desarrollo de sus proveedores (PYMES), ya que garantizarían éstas la continuidad en el suministro de los insumos, productos acabados y hasta de servicios, promoviendo a su vez una estabilidad de precios, dada la proximidad geográfica de los proveedores, es decir los costos serían menores para las grandes empresas.

Con el desarrollo de los proveedores se da al mismo tiempo una integración económica y articulación regional y sectorial, lo cual impulsaría el desarrollo de las cadenas productivas para la exportación. Con el fortalecimiento de las cadenas productivas de las empresas exportadoras y el desarrollo de la industria nacional, aumentará la participación de nuevos actores en la dinámica exportadora, lo que a su vez reactiva el consumo y la inversión en el mercado interno.

En este aspecto, el gobierno federal a través de la misma SE, NAFIN, BANCOMEX, IMSS, ISSSTE, PEMEX, CFE, gobiernos estatales y municipales, organismos empresariales y banca comercial, principalmente llevarán acciones que confluirán a las grandes empresas exportadoras demandantes de productos y servicios. Un ejemplo claro de esto, son la primera y segunda "Semana de las PYMES", llevadas a cabo en el WTC, de la ciudad de México, y que en dicho evento se ha realizado un foro especial para proveedores PYMES para las grandes empresas tanto públicas como privadas, nacionales e internacionales. Estos objetivos se realizarán a partir de cuatro líneas de acción:

- ◆ Desarrollar proveedores para empresas privadas: aquí se fomentará que el sector privado brinde asistencia técnica, se fomente el financiamiento y la vinculación tecnológica, para desarrollar a las PYMES como proveedoras.
- ◆ Desarrollar proveedores para la industria maquiladora y de exportación: que es para buscar una mayor integración de los insumos nacionales mediante una sustitución eficiente de importaciones, es decir que a los productos exportables se les integre un mayor contenido de insumos nacionales.
- ◆ Desarrollar proveedores para el sector público: es para desarrollar las compras del gobierno con vinculación de las PYMES, ésta sería además una medida para la reactivación del mercado interno, y se hará a través de la capacitación, la asistencia técnica, el acceso a la información y a la consultoría especializada; así mismo el programa de contrataciones gubernamentales COMPRANET de SECODAM difundirá información con la que cuenta para promover el acceso y demandas gubernamentales, que pueden hacer u ofrecer las PYMES.
- ◆ Y desarrollar distribuidores y/o detallistas: que es un elemento sumamente importante para complementar la integración de las cadenas productivas y el desarrollo de las PYMES en el proceso de la distribución y la comercialización de las grandes empresas, aprovechando las capacidades de ésta últimas.<sup>86</sup>

3) DESARROLLO DE DISTRIBUIDORES: El tamaño y el alcance de los distribuidores también varían, por ejemplo en Estados Unidos y Europa, los principales distribuidores son empresas integradas que venden una amplia variedad de productos y que también los comercializan. En los países en vías de desarrollo, los distribuidores suelen ser empresas muy pequeñas.

La distribución se puede definir, como "la transferencia de bienes del productor al consumidor"<sup>87</sup> En la distribución se involucra una serie de elementos, como el de almacenamiento, trasportación, bodegas, publicidad y promoción de ventas, tanto a mayorista como a minoristas, con los cuales los productos son vendidos al cliente final.

<sup>86</sup> SE, PDF 2001-2006, p.p.126-128

<sup>87</sup> Joaquín Rodríguez V. Op. cit., p.230.

Para esto las PYMES deben informarse y saber perfectamente cuáles son los principales canales de distribución, los cuales pueden ser a través de diversas tiendas u otras grandes empresas, a través de minoristas o mayoristas, "hasta la puerta"

es decir en venta directa, incluso a través del correo, teléfono y ahora hasta por internet.

Ahora el ciclo de la distribución, que es el tiempo en que tarda en llegar el producto al consumidor, ya no dependerá sólo de la publicidad, sino de la eficiencia del sistema de distribución, incluso de la infraestructura física en las comunicaciones. Por lo tanto es necesario tomar en cuenta toda estas implicaciones para saber cómo distribuir el producto de acuerdo al cliente, al mismo producto, y al mercado meta: se debe tomar al mismo tiempo en cuenta el almacenaje, el tipo de transportación, el embarque, etc., para que lleguen bien y a tiempo las mercancías.

4)TRANSFERENCIA RECÍPROCA DE CONOCIMIENTOS DE OPERATIVIDAD Y TECNOLOGÍA: Con el desarrollo de la tecnología de la información y de las comunicaciones, se favorecieron unos cambios rápidos en las actividades de producción y distribución encabezadas por las grandes empresas. La transformación radical de las reglas de la competencia internacional no sólo modificó las relaciones de fuerza entre las unidades productivas de diferentes tamaños, sino que alteró profundamente las tendencias estructurales: las grandes empresas, habituadas a la concentración vertical, iniciaron una estrategia de externalización al recurrir al aprovisionamiento externo y generar nuevas oportunidades para la participación más activa de las PYMES. Entonces con el desarrollo de la tecnología de la información y las comunicaciones permitió incorporarse en la producción en pequeña escala de las PYMES para generarles una mayor capacidad técnica y organizativa, para así tener acceso a la demanda de las grandes empresas, y por tanto vincularse en condiciones de una menor asimetría con estas últimas.

Los sistemas productivos locales han registrado varios tipos de relaciones interempresariales, ya sean verticales en donde las PYMES colaboran formal e informalmente con las grandes empresas, o relaciones de cooperación horizontales entre PYMES para adquisiciones, ventas e información. En los distritos industriales se ha mostrado una variedad de intercambios mercantiles y no mercantiles, de activos compartidos, como institutos de investigación, centros de información, consultores especializados e instituciones financieras, así como de intercambios localizados que cobran dinamismo por esta existencia de redes empresariales. En la actualidad las relaciones de cooperación interempresariales asumen una diversificación cada vez más importante; los estudios sobre los distritos industriales en diferentes países han destacado la presencia de una organización industrial formada por las PYMES

interconectadas por relaciones de intercambio productivos, generalmente especializadas en una actividad industrial y localizadas en un territorio delimitado, como en el caso de los distritos industriales de Italia.

Al cooperar las empresas grandes y las PYMES, construyen un sistema de relaciones internas y externas indispensable para establecer un sistema de información, la experiencia en esto ha demostrado, que la cooperación estimula la interacción permanente entre los participantes, lo que permite generar nuevas soluciones a los problemas. En la cooperación no se trata sólo en el aspecto de la producción, sino de también aspectos de investigación, desarrollo y mercadotecnia.<sup>88</sup> Entonces el tener una cooperación tanto a nivel de transferencia de tecnología como de los procesos de operación de cada una de las empresas, ayudará a mantener un buen nivel en las cadenas productivas, el desarrollo de proveedores en forma constante y a tiempo; además de permitir el desarrollo regional y sectorial de las empresas y comunidades participantes.

5) CREACIÓN Y DESARROLLO DE UNA RED DE COMERCIALIZACION NACIONAL E INTERNACIONAL: Las redes empresariales representan algo más que una simple forma, ya que proveen una forma específica de coordinación para resolver problemas que no afrontan los mercados ni muchas organizaciones.

En el mundo de hoy, la necesidad de ampliar los mercados y entrar a procesos de comercialización internacional constituye la condición necesaria para mantenerse y lograr tasas más elevadas de crecimiento. Hoy la forma cómo se conciben las empresas y cómo se efectúan los negocios, ha cambiado profundamente. En México esto no es ajeno a este proceso y debe ser capaz de enfrentar los desafíos que estas nuevas realidades implican

Ahora todas las empresas de México deben enfrentar la competencia de un mercado internacional globalizado para poder subsistir y desarrollarse. El problema es mas grave para las PYMES, las que además de sus problemas organizacionales y estructurales de base, deben enfrentar el reto de la competencia global. Comercializar internacionalmente implica aumentar la producción y la productividad, mejorar la calidad, desarrollar nuevos productos y ajustar continuamente los padrones de una organización a un mercado global.

Las redes de comercialización, no son el resultado o la demanda de un solo actor, sino que responden a una serie de necesidades, donde cada actor participa en un conjunto de interacciones con otros relativamente autónomos pero motivados por un interés común. Por lo tanto es necesario

<sup>88</sup> BANCOMEXT, "Comercio Exterior", Vol. 51, Núm. 12, Diciembre, México, 2001, p.p. 1071-1073.

conformar una serie de redes de comercialización para apoyar a todas las PYMES para que coloquen sus productos en los diversos mercados extranjeros, sin tantas dificultades o que cuando lo hagan, que sus márgenes de ganancia no sean tan reducidos como casi siempre lo son, ya que muchas veces los productos exportados por la PYMES son comercializados y distribuidos en los mercados meta por empresas comercializadoras extranjeras o del mismo país del mercado meta, las cuales se quedan con grandes beneficios que muchas veces son mucho mayores a los que se queda el productor mexicano del estrato de las PYMES. Para esto se debe trabajar en el establecimiento de los canales de distribución, optimizar y crear nuevos procesos asociados a la gestión comercial e implantar herramientas que optimicen la gestión comercial. O bien implementar y poner en funcionamiento, con adecuados márgenes de rentabilidad, una empresa comercializadora con iniciativa tanto pública como privada, en especial en los mercados norteamericano, latinoamericano y europeo, de acuerdo a las características de estos países, pero que se adapten a las necesidades de las PYMES, y se dé un posicionamiento en los mercados internacionales, además de promoverlas a través de las ferias y exposiciones nacionales e internacionales.

El mayor desafío que deben enfrentar hoy las empresas, principalmente las PYMES, son las exigencias cada vez mayores de sus clientes, ahora sólo les queda aceptarlas porque ya conocen en cierta forma el contexto del mercado; tienen que aplicar medidas adecuadas de mercadeo, una distribución más eficiente y una optimización de procesos y estructuras. La orientación hacia el cliente se convierte así en el criterio más decisivo para saber si su empresa está en condiciones de imponerse y establecer sus productos en el mercado meta. Se dice que la competencia es buena, pero podemos asegurar que la cooperación es mejor, sobre todo cuando todos los interesados pueden beneficiarse y esto también se aplica para las PYMES.

## **CAPITULO V: CONCLUSIONES**

De acuerdo al presente trabajo, se puede afirmar que en el actual contexto económico-mundial, es decir con un predominio de la economía de libre mercado, caracterizada básicamente por una liberalización económica y de apertura comercial, es posible que se dé un desarrollo sustancial y en todos los aspectos en las empresas del estrato de las PYMES (micros, pequeñas y medianas empresas) del sector manufacturero.

Obviamente existen estadísticas y estudios diversos que han señalado que con la apertura comercial en México (al igual que en otros países en vías de desarrollo), la competencia se volvió mucho más fuerte y que en el corto y mediano plazo provocó que muchas PYMES desaparecieran, se declararan en quiebra o que muchas otras más fueran absorbidas por otras más grandes o más fuertes; y que en un primer momento afectara también al nivel del empleo, en algunos casos en forma drástica. Esto se debió a que el modelo industrial exportador, impuesto básicamente a principios de los noventa, se basó en tres acciones:

- 1) La apertura comercial y financiera, y la inversión extranjera, en algunos casos fue muy desmedida o descontrolada, y unilateral.
- 2) La liberalización del mercado interno, en el cual la mayoría de los empresarios a pesar de que sabían las medidas que iba tomando el gobierno en este tema, nunca se preocuparon realmente por prepararse, para enfrentar a la competencia extranjera
- 3) Y una política industrial pasiva, afirmando algunas veces el gobierno, que la mejor política industrial es la que no existe

Pero aún así, en los años noventa el modelo industrial exportador fue exitoso, siendo que para 1990 las exportaciones pasaron de 41 mmdd\* a alrededor de 166 mmdd en el 2000, es decir un crecimiento del 400% en una década, en la que se desarrolló una dinámica exportadora, debido principalmente a los convenios y tratados comerciales que México ha venido construyendo con otras 31 naciones, a través de 10 Tratados de Libre Comercio, con varias de ellas consideradas grandes potencias comerciales. Aunque se debe reconocer, que actualmente esa dinámica exportadora no ha logrado constituir realmente una cadena productiva a nivel nacional, ya que gran parte de los insumos que se utilizan para producir las mercancías exportables tienen un alto contenido de insumos importados, mismos que las PYMES mexicanas han demostrado que los pueden proveer con los estándares de calidad internacionales, sólo falta promocionarlas más y fomentar y desarrollar la vinculación de éstas con las grandes empresas exportadoras, nacionales e internacionales.

---

\* mmdd mil millones de dólares.

También se sigue notando que a pesar de que nuestro país tenga el mayor número de tratados comerciales, la concentración de las ventas al exterior no ha cambiado significativamente, ya que del total de las exportaciones, un 95% se concentra todavía en aproximadamente unas 500 empresas, todas ellas grandes, lo que denota que todavía se ven marginadas del proceso exportador muchas PYMES; en destino, las exportaciones de igual manera se siguen concentrando y dirigiendo en su gran mayoría hacia el mercado de los Estados Unidos, casi siempre por arriba del 85%, esto hace que la actividad productiva y exportadora del país se vea vulnerable, ante cualquier contingencia económica en el vecino país del norte (como ya la hemos vivido desde el 2001). Esta situación aunque tiene explicación en términos políticos, económicos, geográficos e históricos, no impide realmente que muchos productos mexicanos sean exportados con éxito a otros mercados extranjeros, aunque estén más lejos y sean muy diferentes al norteamericano, (como el europeo y el asiático), o incluso el latinoamericano, que a pesar de las diferencias que tienen con respecto al mercado mexicano, sí tiene muchas otras similitudes que se pueden aprovechar, sólo falta que el empresario mexicano tenga una visión más amplia, pierda el miedo a enfrentarse a nuevos mercados y se prepare en todos los aspectos de las áreas de comercio exterior.

En la actualidad podemos afirmar entonces, que "México es uno de los países más abiertos económica y comercialmente, su índice de apertura para el 2001 se colocó cerca del 70%"<sup>89</sup>, pero al mismo tiempo es uno de los menos competitivos, y que en el marco del Foro de Competitividad del 2000, del FEM (Foro Económico Mundial), México ocupaba el lugar 43 de 59 países, lo que significaba un rezago competitivo relativo frente a economías como, Grecia (34), o la misma China (41)"<sup>90</sup>. Para la competitividad se toman en cuenta tanto aspectos macroeconómicos (que dependen básicamente del entorno y desenvolvimiento económico del país en general, como el PIB, IE, balanza comercial, cuenta de capitales, tasas de interés, tipo de cambio, consumo, ahorro, etc., además de las decisiones y políticas que imponga el gobierno), y microeconómicos (que depende básicamente del desempeño de las empresas).

Entonces enfocándonos en lo microeconómico, en el 2000 México ocupaba el lugar 51, como uno de los países con mayores dificultades y problemas para abrir o crear nuevas empresas. Por otra parte Michael Porter encontraba y analizaba que las ventajas competitivas de las empresas, ahora dependen más de la innovación de productos y de sus procesos en un 78%, que de una abundancia de mano de obra barata y de recursos naturales (ventajas comparativas), lo que ahora muestra que la tendencia es el tránsito hacia la era del conocimiento en que el capital intelectual, apoyado

<sup>89</sup> Índice de Apertura = Importaciones + Exportaciones / PIB

<sup>90</sup> BANCOMEXF, Revista "Comercio Exterior", Vol. 51, Núm. 9, México, Septiembre del 2001, p. 772.

en los trabajadores del conocimiento, capacitados constantemente, es el factor estratégico de la ventaja competitiva sustentable<sup>91</sup>, mismo que en México no se ha desarrollado significativamente, puesto que muchas empresas creen que el desarrollo está todavía en la mano de obra barata abundante, aunque poco o nulamente capacitada y en los abundantes recursos naturales con que cuenta nuestro país, es decir que todavía se basan en las ventajas comparativas.

También hemos visto, que cuando las PYMES manufactureras participan y actúan dentro de la actividad exportadora, les trae grandes beneficios, como: principalmente el aumento de utilidades, ingreso a nuevos mercados, aprovechar nichos de mercado que las grandes empresas desatienden en donde no se requieren de grandes volúmenes de venta, flexibilidad para cambiar de productos y hasta mercados, tener relaciones comerciales más directas y personalizadas, actuar y trabajar con menor riesgo, ya que éstas pueden iniciar proyectos con menor inversión inmediata, les permite actuar con mayor dinamismo y rapidez debido a la nula o poca burocracia de su organización.

Al mismo tiempo se señalaron también los problemas que ha traído el comercio libre o la apertura comercial, como el dumping, la subvención, los subsidios, el arbitraje, la constante movilidad de los tipos de cambio, el proteccionismo con restricciones no arancelarias, etc., pero que a pesar de todo esto, el comercio internacional sigue desarrollándose y ampliándose por todo el mundo, trayendo grandes beneficios aunque no equitativamente en la mayoría de las veces. Pero entre sus principales beneficios podemos citar, el aumento de empleos mejor remunerados en muchas empresas con actividad exportadora, que cuando sólo se dedicaban al sector del mercado nacional; aumento en la producción nacional, aumento en la inversión, incremento en la generación de entrada de divisas internacionales; aumento en la competitividad de nuestros productos así como en los procesos, aumento en la calidad de acuerdo a los exigidos a nivel internacional, desarrollo de infraestructura en transportes, comunicaciones, telecomunicaciones, sector financiero, tributario, tecnológico, educativo, etc.

También se expuso de manera analítica el sector manufacturero, el cual a partir de finales de la década de los ochenta, se volvió en la punta de lanza del desarrollo del país, convirtiéndose en el sector más dinámico y productivo de México, desplazando a su vez al sector extractivo (petróleo), como el principal generador de divisas, el que más aporta al PIB, así como en la utilización de insumos, y en el valor agregado, en la generación de empleos, remuneraciones salariales, su participación en las exportaciones

<sup>91</sup> BANCOMEXI, Revista "Comercio Exterior", Vol. 51, Núm. 9, México, Septiembre del 2001, p. 775.



totales, y en la inversión extranjera, en la cual este sector en los noventa casi siempre ocupó el primer lugar frente a los otros sectores.

Se analizó de igual manera, todo el entorno que rodea a las PYMES, los criterios que se han manejado en México para clasificarlas, al igual que la de otros países, siendo el factor común en todos, el número de empleados; además de la importancia que éstas tienen en la economía de cada país, debido a su gran cantidad de establecimientos, la generación de empleos, una mejor distribución del ingreso, y el fomento al desarrollo regional, además de los factores que caracterizan a la PYMES en forma generalizada, y que además la dotan de una singular importancia estratégica para el desarrollo de sí mismas y del país, consideradas por la gran mayoría de los países como la columna vertebral o el eje principal del desarrollo de cada uno de éstos.

De la misma forma se analizó el comportamiento que han venido teniendo desde la apertura comercial (1985) hasta el año 2000 en el sector manufacturero, en cuanto al número de establecimientos, remuneraciones, empleos, aportación al PIB (en estos tres rubros, este sector manufacturero es el que mayor aportaba, frente a los demás sectores de la economía, como el de comercio, servicios, extracción, pesca, agricultura, etc.), su distribución en el territorio nacional. Así mismo, se expusieron de manera simplificada los diversos apoyos que fueron recibiendo en el período señalado, por parte del sector público y privado, señalando que eran importantes, pero todavía insuficientes para las necesidades de las PYMES.

El desarrollo de las PYMES, fue otro de los temas que se trataron, las empresas PYMES en los últimos años, muestra que cuenta con ciertas ventajas para enfrentar de manera exitosa al nuevo ambiente del contexto comercial, debido a que su manera de llevar a cabo sus procesos de operación y producción las hace más flexibles; se analizó lo que las PYMES manufactureras necesitan para poder desarrollarse como una empresa exportadora. Primero desde el punto de vista de una empresa como tal, definiendo los factores que necesita, como la administración, planeación, organización, capacitación, financiamiento, etc.; además del análisis y estudio del contexto económico mundial actual, las condiciones necesarias que deben cumplir para poder hacer llegar sus productos a los diferentes mercados externos, a las diversas situaciones que se enfrentan, como tener un producto exportable y competitivo, realizar análisis de mercados, cumplir con las diferentes normas de calidad y obligaciones fiscales, así como elaborar una buena logística para hacer llegar sus productos. Y finalmente la relación que debieran tener las PYMES manufactureras con las grandes empresas exportadoras. Todo esto para competir con probabilidades de éxito en los diferentes mercados internacionales.

Por último, se expusieron las perspectivas que tienen las PYMES en el nuevo siglo XXI, se observa y reconoce que actualmente las PYMES, ya no

sólo tienen una gran relevancia en el ámbito nacional, sino también en el internacional. Hoy existen muchas instituciones alrededor de todo el mundo que se avocan a la enseñanza, capacitación, ayuda, financiamiento, promoción, etc., a favor de éstas. Ahora las PYMES tienen un papel muy importante en este nuevo contexto económico mundial, que es el de proveer y otorgar bienes y servicios a las grandes empresas o conglomerados; atendiendo pequeños nichos de mercado, que para una empresa grande no le resultaría realmente beneficioso; y el de integrar y desarrollar cadenas productivas y redes de comercialización para colocar sus productos. También se exponen los programas y apoyos actuales que está proponiendo y promoviendo el gobierno federal a través de la SE y el CIPI, sus tipos, estrategias y líneas de acción que se tomarán para promover el desarrollo de las PYMES en general.

Con un entorno competitivo y el acceso al financiamiento, se busca brindar a las empresas PYMES principalmente, las mismas condiciones de competitividad en la que se desarrollan las PYMES de otros países. La formación empresarial y la innovación y desarrollo tecnológicos, responden claramente a la necesidad de construir una plataforma de empresas rentables, productivas y generadoras de empleo y riqueza, competitivas en el país y en el extranjero. La articulación regional y sectorial, sirve para promover el desarrollo y fortalecimiento de las unidades productivas locales, la integración de cadenas productivas y de agrupamientos empresariales, y con el fortalecimiento de mercados se vinculará la oferta productiva de las empresas en los mercados nacionales e internacionales. Entonces con estas acciones de incorporar a las PYMES a los mercados, se estará capitalizando el esfuerzo que la apertura comercial ha representado para el país, además de aprovechar exitosamente los diferentes tratados comerciales con economías importantes del mundo. También se analizan los apoyos de la banca de desarrollo y comercial, del sector privado, el programa de microcréditos, observando que la participación de éstos es sumamente necesaria e imprescindible para que crezcan y se desarrollen las PYMES en todos sus aspectos. La situación de las PYMES en otros países (casos de Italia y Chile), muestra que nos hace falta mucho por recorrer, que muchos de los apoyos actuales no son suficientes para encaminar a las PYMES a la actividad exportadora, también a la falta de iniciativa y preparación por parte de muchos empresarios mexicanos; además, el nuevo papel que deben de tener las PYMES con las grandes empresas exportadoras.

## GLOSARIO

### A

**ACTIVOS TOTALES:** Representa la suma total de los rubros del activo de la empresa.

**AFI:** Agencia Federal de Investigación.

**AHORRO:** Parte disponible de la renta (presente), que no se consagra a la compra inmediata o próxima de bienes de consumo.

**ACCIÓN:** Título que representa los derechos de un socio sobre una parte del capital de una empresa organizada en forma de sociedad. La posesión de este documento le otorga al socio capitalista el derecho a percibir una parte proporcional de las ganancias anuales de la sociedad. Las acciones pueden ser nominativas o al portador, ordinarias o preferentes.

**ACEPTACIONES BANCARIAS:** Operación comercial en la cual el vendedor que se denomina "beneficiario" ve garantizado por una entidad financiera denominada "aceptante", el pago de una letra de cambio girada por el comprador para pagar las mercancías adquiridas. La entidad financiera está comprometida, en primera instancia, a pagar el 100% de la letra a su vencimiento.

**ACTIVOS FIJOS:** Activos tangibles o intangibles que se presume son de naturaleza permanente porque son necesarios para las actividades normales de una compañía y no serán vendidos o desechados en el corto plazo, ni por razones comerciales.

**ACTIVO CORRIENTE:** Son los recursos que se pueden convertir en efectivo, vender o consumir durante un ciclo normal de operaciones contables correspondientes a un año.

**ACTIVO FINANCIERO:** Cualquier título de contenido patrimonial, crediticio o representativo de mercancías.

**ACTIVO FISICO:** Todo objeto o bien que posee una persona natural o jurídica, tales como maquinarias, equipos, edificios, muebles, vehículos, materias primas, productos en proceso, herramientas, etc.

**ADUANA:** Servicio gubernamental responsable de la valuación y cobranza de los derechos e impuestos por importaciones y exportaciones, y de la aplicación de otras leyes y reglamentos que se aplican a la importación, tránsito y exportación de artículos.

**AFR:** África

**AELC:** Asociación Europea de Libre Comercio.

**ALADI:** Asociación Latinoamericana de Libre Comercio.

**ALALC:** Asociación Latinoamericana de Libre Comercio.

**ALCA:** Asociación de Libre Comercio de América.

**AMORTIZACIÓN:** Reducciones graduales de la deuda a través de pasos periódicos sobre el capital prestado.

**ANTIDUMPING:** Acción encaminada a proteger los mercados interiores de la competencia desde el exterior.

**APEC:** Foro Económico de Cooperación de Asia-Pacífico.

**APERTURA COMERCIAL:** Es un proceso en cual se busca tener relaciones de intercambio comercial más amplias, entre dos países o más; con el fin de incrementar los volúmenes de comercio mediante la reducción e incluso anulación de aranceles o de cualquier barrera que impida cualquier transacción comercial a nivel internacional. Una de las características esenciales de la Apertura Comercial, son los Tratados de Libre Comercio.

**APERTURA ECONOMICA:** Es un proceso dinámico de modernización para lograr una mayor eficiencia en la producción que a su vez permita producir y exportar a menor costo, ser competitivos en los mercados internacionales, hacer más rica la economía y así generar más empleos. Es también la internacionalización de la economía para producir y exportar más a menores costos e importar con el criterio de regular los precios de la industria nacional. La apertura busca modernizar la industria y demás sectores en sus procesos productivos y tecnificar y llegar al consumidor local con productos de buena calidad, cuyos precios se asemejen a los del mercado internacional.

**ARANCEL:** Es un impuesto o gravamen que se aplica a toda mercancía que cruza una frontera por una zona aduanera. Generalmente, el término "derecho arancelario" indica la clasificación exacta de la mercancía, y por ende, la tasa que debe pagar una mercancía por entrar o salir de un país.

**ARBITRAJE COMERCIAL:** Arreglo mediante el cual las dos partes que intervienen en una disputa, convienen de antemano en nombrar a un tercero, para que resuelva con imparcialidad el problema.

## B

**BALANZA COMERCIAL:** Parte de la Balanza de Pagos que registra sólo las transacciones de bienes de un país con el resto del mundo durante un periodo determinado. Cuando el valor de las importaciones excede el valor de las exportaciones, se dice que la balanza comercial está en déficit. Cuando la situación es a la inversa, se dice que la balanza comercial tiene superávit.

**BALANZA DE PAGOS:** Cuenta del sector externo del sistema de Cuentas Nacionales, expresada en dólares, donde se registran las transacciones económicas de un país con el exterior. Entre estas se encuentran las transacciones de compra y venta de mercancías, los movimientos de capital y las transferencias. Además, sintetiza los cambios en la posición financiera de los residentes de un país frente a los no residentes. La Balanza de Pagos está compuesta por la Cuenta Corriente, por la Cuenta

de Capitales, el movimiento en las Reservas Internacionales y un renglón donde se anotan los errores y omisiones.

**BANCO:** Institución que realiza labores de intermediación financiera, recibiendo dinero de unos agentes económicos (depósitos), para darlo en préstamo a otros agentes económicos (créditos).

**BANCO COMERCIAL:** Institución que se dedica al negocio de recibir dinero en depósito y darlo a su vez en préstamo, sea en forma de mutuo, de descuento de documentos o en cualquier otra forma. Se consideran además todas las operaciones que natural y legalmente constituyen el giro bancario.

**BASE MONETARIA:** Conocida también como dinero de alto poder expansivo; es el efectivo más las reservas que mantienen los bancos en el Banco Central. Este agregado monetario también se puede interpretar como el conjunto de obligaciones monetarias adquiridas por el Banco Central con el público en general y el sistema financiero.

**BENEFICIARIO:** Persona a la cual se transfiere un activo financiero o a favor de quien se emite un título o un contrato de seguro.

**BID:** Banco Interamericano de Desarrollo

**BIEN:** se refiere a cualquier cosa, tangible o intangible, que satisfaga alguna necesidad o que contribuya al bienestar de los individuos.

**BIEN DURADERO:** Bien que no se consume inmediatamente y que dura un largo tiempo prestando, sucesivamente y muchas veces, el servicio para el que fue creado.

**BIEN NO DURADERO:** Aquel que se consume inmediatamente o en corto plazo. Se emplea una o varias veces y su duración depende del uso y del material de que esté fabricado.

**BIENES DE CAPITAL:** Son aquellos bienes que se utilizan para la producción de otros, y no satisfacen las necesidades del consumidor final. Entre estos bienes se encuentran la maquinaria y equipo.

**BIENES DE CONSUMO:** Bienes destinados a satisfacer las necesidades del consumidor final doméstico y que están en condición de usarse o consumirse sin ninguna elaboración comercial adicional.

**BIENES INTERMEDIOS:** Corresponden a bienes de capital, y se denominan así por el hecho, de servir a los consumidores de forma indirecta en la satisfacción de sus necesidades, ya que representan etapas intermedias en los procesos productivos. También conocidos como materias primas o insumos.

**BIENES NO TRANSABLES:** Bienes cuyo consumo sólo se puede hacer dentro de la economía en que se producen, no pueden importarse ni exportarse. Esto se debe a que estos productos tienen costos de transporte muy altos o existe en la economía un alto grado de proteccionismo.

**BIENES TRANSABLES:** Aquellos bienes que se pueden consumir dentro de la economía que los produce, y se pueden exportar e importar. Generalmente, tienen bajos costos de transporte y pocos aranceles y cuotas de importación que puedan bloquear el libre flujo de bienes a través de las fronteras nacionales.

**BLOQUES COMERCIALES:** Son un conjunto de países que están unidos por acuerdos comerciales, incluso algunos por acuerdos económicos, y hasta políticos y sociales; con la única finalidad de elevar y facilitar el comercio entre ellos; entre los más importantes, están: El TLCAN, UE, ASEAN.

**BMI:** Banco de México.

**BANCOMEXT:** Banco Mexicano de Comercio Exterior.

**BROKER:** Corredor de comercio que negocia títulos y efectúa descuentos de efectos.

**BOLSA DE VALORES:** Establecimiento privado autorizado por el Gobierno Nacional donde se reúnen los miembros que conforman la Bolsa, con el fin de realizar las operaciones de compra-venta de títulos valores, por cuentas de sus clientes, especialmente.

**BONO:** Activo de Renta Fija pagadero al portador, en el cual va estipulado el valor que debería pagar quien emitió el título, al cumplirse la fecha de su vencimiento. Genera intereses sobre el valor nominal, que se pagan de la forma en que se ha definido en el contrato.

**BOOM:** Período durante el cual los precios y la demanda de bienes y servicios aumentan rápidamente.

**BURGUESIA:** Antes de Marx el término se usó para nombrar a la clase mercantil de cualquier país. El marxismo se adueñó del término para referirse a la clase de todos aquellos miembros de la sociedad que poseen los medios de producción, incluida la tierra.

**C**

**CAME:** Consejo de Ayuda Mutua Económica (Institución regional de Europa del Este), la cual fue creada en 1949 para hacerle contrapeso al recién también creado Plan Marshall.

**CANACO:** Cámara Nacional de Comercio

**CANACINTRA:** Cámara Nacional de la Industria y la Transformación.

**CAPITAL:** Stock de recursos disponibles en un momento determinado para la satisfacción de necesidades futuras. Es decir, es el patrimonio poseído susceptible de generar una renta. Constituye uno de los tres principales elementos que se requieren para producir un bien o servicio.

**CAPITAL HUMANO:** Conjunto de conocimientos, entrenamiento y habilidades poseídas por las personas que las capacitan para realizar labores productivas con distintos grados de complejidad y especialización.

**CAPITALISMO:** Es el actual modo de producción o sistema económico que rige al mundo, en donde su principal característica se basa en la propiedad privada, la libre actuación en la producción y el comercio; y en donde su fin primordial es el lucro.

**CAPTACIÓN DE RECURSOS:** Proceso a través del cual un intermediario financiero recibe recursos por parte de individuos, a cambio de la adquisición de deudas u obligaciones.

**CECA:** Comunidad Europea del Carbón y el Acero.

**CEE:** Comunidad Económica Europea.

**CLÁSICOS:** Teóricos que se basaron en el principio del individualismo económico, que se sustentaba en la libertad en todos los órdenes, con filosofía del librecambismo; entre los principales, se encuentran: Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill, quienes elaboraron la teoría Clásica del Comercio Internacional, a partir del año de 1776.

**CLEARING:** Acuerdo comercial entre dos o más países por el que se compensan las importaciones y las exportaciones con el fin de alcanzar el equilibrio de intercambio entre ambos.

**CHEQUE:** Orden escrita y girada contra un Banco Comercial para que este pague, a su presentación, el todo o parte de los fondos que el librador pueda disponer en cuenta corriente. El cheque puede ser a la orden, al portador, nominativo y estar girado al nombre del librador o de una tercera persona.

**CLIMA ECONOMICO:** Grado de riesgo asociado a las inversiones en los mercados de productos financieros.

**COEFICIENTE EXPORTADOR:** Proporción de la producción que se exporta. El indicador se calcula como el valor de las exportaciones sobre la producción.

**COEFICIENTE IMPORTADOR:** También conocido como Índice de Penetración de Importaciones, es la proporción del consumo doméstico que se importa. Este indicador se calcula como el valor de las importaciones sobre la suma de la producción doméstica más importaciones menos exportaciones

**COMERCIALIZACION:** Proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor. Involucra actividades como compraventas al por mayor y al por menor, publicidad, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamiento.

**COMERCIO EXTERIOR:** Intercambio de bienes, servicios entre países.

**COMERCIO INTRAINDUSTRIAL:** Corresponde a los flujos de intercambio de productos industriales similares.

**COMMODITIES:** Bienes primarios que se transan internacionalmente. Por ejemplo: granos, metales, productos energéticos (petróleo, carbón, etc.) y suaves (café, algodón, etc.).

**COMPAÑÍAS DE SEGUROS:** son instituciones financieras especializadas en asumir riesgos de terceros mediante la expedición de pólizas de seguros.

**COMPRAVENTA:** Contrato por el cual una parte (vendedor) se obliga a entregar a la otra parte (comprador) una cosa y transmitirle su dominio, y el adquirente a su vez obliga a pagar cierto precio en dinero.

**CONSUMIDOR:** Todo agente económico que demanda bienes y servicios de consumo para satisfacer alguna necesidad específica.

**CONSUMO:** Acción por la cual los diversos bienes y servicios son usados o aplicados a los fines a que están destinados, ya sea satisfaciendo las necesidades de los individuos o sirviendo los propósitos de la producción. La economía considera el consumo o como el fin esencial de la actividad económica. Consumo es la utilización de bienes y servicios para nuestra satisfacción y la de otros.

**CONTABILIDAD:** Es un sistema de información basado en el registro, clasificación, medición y resumen de cifras significativas que expresadas básicamente en términos monetarios, muestra el estado de las operaciones y transacciones realizadas por un ente económico contable.

**CONTRATO:** Acuerdo de voluntades entre dos o más personas que se obligan a dar y hacer algunas cosas o realizaciones conjuntas

**COSTO:** Es un gasto, erogación o desembolso en dinero o especie, acciones de capital o servicios, hecho a cambio de recibir un activo. El efecto tributario del término costo (o gasto) es el de disminuir los ingresos para obtener la renta.

**COTIZACIÓN:** Precio registrado en una Bolsa cuando se realiza una negociación de valores, o también expresión de uso bursátil para señalar el valor de acciones y otros instrumentos que se venden a través de bolsas de comercio.

**CRECE:** Centros Regionales para la Competitividad Empresarial.

**CRECIMIENTO ECONOMICO:** Se refiere básicamente al incremento de las principales variables económicas de un país o países, como el PIB, Xs, Ms, I, C, G, S\*, etc. Pero con lo cual no significa propiamente un Desarrollo Económico o un aumento en el nivel de vida.

**CRISIS ECONOMICA:** Etapa de profundas perturbaciones que caracterizan una situación gravemente depresiva, dentro de un ciclo económico.

**CREDITO:** Obtención de recursos en el presente sin efectuar un pago inmediato, bajo la promesa de restituílos en el futuro en condiciones previamente establecidas. Pueden ser recursos financieros o referirse a bienes y servicios.

---

\* PIB, Producto Interno Bruto; Xs, exportaciones; Ms, importaciones; I, Inversión; C, consumo; G, gasto; S, ahorro. Etc.



**CUENTA CORRIENTE:** Cuenta perteneciente a la Balanza de Pagos, donde se registran sistemáticamente la entrada y salida de divisas de un país con el exterior, por concepto de compra y venta de mercancías y servicios.

## D

**DÉFICIT:** Resultado que arroja un balance efectuando el término de un ejercicio que se caracteriza por que existe un saldo correspondiente a egresos que no alcanzaron a ser cubiertos por los ingresos de dicho ejercicio.

**DEMANDA:** Cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por determinado tiempo.

**DEPRECIACIÓN:** Pérdida de valor que experimenta un activo como consecuencia de su uso, del paso del tiempo o por obsolescencia tecnológica. En términos cambiarios es la disminución del valor o precio de un bien, debido al aumento de la tasa de cambio bajo un régimen cambiario flexible.

**DEPRESIÓN:** Fase del ciclo económico que se caracteriza por un descenso de la demanda agregada, fuerte desempleo y subutilización de la capacidad instalada productiva escasa o nula formación del capital de un nivel de precios que tiende a descender lentamente.

**DERECHO ADUANERO:** Impuesto que debe pagarse por la importación o exportación de bienes y servicios. Los más comunes son los impuestos tiene muchas modalidades, siendo los más corrientes los derechos ad valorem y los derechos específicos. Los primeros se expresan como un porcentaje del valor CIF de los bienes, y los segundos pueden ser de un monto fijo que se cobra de acuerdo a alguna característica física de los bienes, como su peso o medida.

**DEVALUACIÓN:** Disminución del valor de la moneda nacional en función de las monedas de otras naciones, generado por el aumento de la tasa de cambio. Una devaluación desestimula las importaciones por su encarecimiento, y por el contrario, incentiva las exportaciones por su abaratamiento.

**DINERO:** Medio de cambio (pago) de aceptación generalizada; vale decir es cualquier cosa aceptada por todas las personas en pago de bienes y servicios. Las funciones más importantes del dinero son las del medio de cambio, depósito de valor y unidad de cuenta. El dinero en su función de medio de cambio facilita el intercambio, o sea, evita la principal dificultad del trueque que es la doble coincidencia de voluntades para realizar una transacción.

**DIVISA:** Moneda extranjera que utilizan los residentes de un país para efectuar las transacciones económicas internacionales. Para cumplir con este fin, dichas monedas como medios de pago deben gozar de aceptación internacional generalizada, es decir, deben ser monedas duras. También existen otros medios internacionales de pago como son el Giro y los derechos especiales de Giro.

**DOF:** Diario Oficial de la Federación.

**DUMPING:** Práctica de comercio desleal que consiste en vender en un país por debajo de los costos de producción. Esta figura también se da cuando intencionadamente los productores venden más barato al exterior que en su país.

## E

**ECONOMIA:** Ciencia cuyo objeto de estudio es la organización social de la actividad económica; que además abarca áreas como la producción, distribución, circulación y consumo de los bienes y servicios, con todas sus implicaciones.

**ECONOMIA ABIERTA:** Economía que efectúa transacciones con otros países.

**ECONOMIA DE MERCADO:** Economía capitalista o de libre empresa.

**ECONOMIA LIBRE:** La que opera sobre la base de la oferta y la demanda, sin que la autoridad estatal intervenga en su planificación.

**ECONOMIA MIXTA:** Economía en que los intereses privados y los estatales se mezclan para regular los asuntos económicos.

**ECONOMIA MONOEXPORTADORA:** Economía que se caracteriza por el predominio de exportación de un solo producto; como alguna vez lo fueron México con el petróleo, y Chile con el cobre.

**EFICACIA:** La medida de la producción en relación a los recursos humanos y otro tipo de recursos. Capacidad de producir el efecto esperado.

**EFICIENCIA:** Relación entre el producto actual y el producto potencial.

**EMBARGO COMERCIAL:** Suspensión del comercio, y es normalmente un bloqueo en la exportación de un artículo en particular.

**EMPLEO:** La suma de población ocupada por sectores de producción industrial, agricultura y servicios.

**EMPRESA:** En economía, agente económico o unidad autónoma de control -y decisión- que al utilizar insumos o factores productivos los transforma en bienes y servicios o en otros insumos, que tiene objetivos definidos, como el lucro.

**EMPRESA TRANSNACIONAL:** Es cualquier empresa que dedica gran parte de sus operaciones a una actividad que no se limite a un solo país.

**EURATOM:** Comunidad Europea de la Energía Atómica.

**EURODOLARES:** Depósitos en bancos europeos en dólares de los Estados Unidos.

**EXCEDENTE:** Es la diferencia entre la producción social y el consumo corriente. Por el lado del excedente del consumidor, es la cantidad que éste gana en una compra por la diferencia entre el precio que realmente paga(menor) y el precio que habría estado dispuesto a pagar(mayor); en tanto el excedente del productor se mide de lo que gana en una venta por la diferencia entre el precio(menor) que debe dar de un bien y el precio(mayor) que realmente esta dando.

**EXENCIÓN:** Liberación de impuestos o gravámenes que excusa del cumplimiento de la correspondiente obligación tributaria. La liberación puede ser total o parcial.

**EXPANSION:** Parte del ciclo económico que se caracteriza por un incremento de la actividad económica.

## F

**FAO:** Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

**FACTORES PRODUCTIVOS:** Son los elementos básicos que permiten llevar a cabo todo lo que se refiere a la actividad económica, como: el trabajo(principalmente), el capital, la tierra; y ahora también ya se considera a la organización.

**FACTORING:** Consiste en la compra de los créditos originados por la venta de mercancías a corto plazo. El servicio de factoring ofrece a una empresa la posibilidad de liberarse de problemas de facturación, contabilidad, cobros y litigios que exigen un personal muy numeroso.

**FACTURA COMERCIAL:** Es el documento donde se fija el importe de la mercancía expedida. En algunos casos sirve, además, como propio contrato de venta. Sobre ellas deben señalarse claramente las partes compradoras y vendedoras.

**FINANZAS:** Rama de la administración de empresas que se preocupa de la obtención y determinación de los flujo de fondos que requiere la empresa, además de distribuir y administrar esos fondos entre los diversos activos, plazos y fuentes de financiamiento con el objetivo de maximizar el valor económico de la empresa.

**FEUDALISMO:** Modo de producción que prevaleció durante casi toda la Edad media(S. V la XV), en donde la característica más importante fue la explotación de la tierra por parte de la clase baja(servos, esclavos, etc.), los cuales tenían que pagar "el quinto real", que era una especie de impuesto al rey, por medio del señor feudal.

**FEUDO:** Pequeñas unidades de producción que se establecieron alrededor de los reinos durante la época Feudal (Edad Media), y que las cuales tenían la función de pagar un tributo al rey o reino al que pertenecieran, en forma de especie. Era un impuesto que equivalía al 20% de su producción total, llamado también el "quinto real".

**FLETE:** Es el precio que se paga por el alquiler de una nave para el transporte de mercancía.

**FLUCTUACIÓN:** Alza y descenso de los precios-

**F.M.I (FONDO MONETARIO INTERNACIONAL):** Organismo creado en 1945 mediante la firma del acuerdo de Bretón Woods que incluía también la creación del Banco Mundial.

## G

**GANANCIA:** valor del producto vendido descontando el costo de los insumos y la depreciación menos los pagos a los factores contratados, tales como salarios, intereses y arriendos.

**GASTO NACIONAL BRUTO:** El representado por el total de los cuatro sectores de la economía (familiar, gubernamental, empresarial y exterior) en la producción nacional de bienes y servicios. Es igual al producto nacional bruto.

**GASTO PUBLICO:** Gasto realizado por el sector público en un periodo determinado. Incluye todo el gasto fiscal, más todos los gastos de la empresas fiscales y semifiscales con administración autónoma del Gobierno Central. El gasto público se destinan a consumo público y a bienes de capital, inversión pública.

**GASTO SOCIAL:** Parte del gasto público destinado a la financiación de servicios sociales básicos para los individuos. Según la clasificación propuesta por las Naciones Unidas, son los gastos de educación, sanidad, seguridad social, vivienda, deportes y otros de similares características.

**GATT:** Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio.

**GLOBALIZACIÓN:** Es un proceso objetivo, no una ideología. Es un proceso irreversible, que se entiende dentro del contexto histórico del dinamismo capitalista, entendida como una efectiva interdependencia de naciones, empresas, corporaciones transnacionales e instituciones financieras, culturales, políticas, informáticas, científicas y tecnológicas, todo en un largo proceso que aún no termina.

**GRAVAMEN:** Es un derecho aduanero o cualquier otro recargo de efecto equivalente, sea de carácter fiscal, monetario o cambiario, que incide sobre las importaciones.

**GUSTOS:** En economía, el término se refiere a las preferencias que los agentes económicos manifiestan por los diferentes bienes y servicios. Los gustos o preferencias inciden en la forma y magnitud de la demanda de bienes y servicios tanto a nivel individual como agregado.

## H

**HIPERINFLACIÓN:** Inflación acelerada o galopante; se presenta cuando la aceleración de precios es de tal magnitud que las autoridades monetarias pierden por completo el control monetario y se sienten imposibilitados para frenar el proceso inflacionario.

**HOLDING:** Es una compañía matriz de varias empresas especializadas en distintos campos.

## I

**IMPUESTO:** Pago obligatorio de dinero que exige el estado a los individuos o empresas que no están sujetos a contraprestación directa, con el fin de financiar los gastos propios de la administración del Estado y la provisión de bienes y servicios de carácter público, tales como administración de justicia, gastos de defensa, subsidios y muchos otros.

**IMPUESTO SOBRE LA RENTA:** Contribución que grava el ingreso de las personas y entidades económicas. El impuesto sobre la renta incluye el gravamen al trabajo, al capital y la combinación de ambos. Es un impuesto directo porque incide en forma específica sobre el ingreso de las personas y de las sociedades mercantiles.

**IMPUESTO SOBRE VENTAS:** Impuesto sobre los bienes en el momento de su adquisición .

**INDICADORES ECONOMICOS:** Clasificación de la información económica que se utiliza en el análisis de los ciclos económicos y en las predicciones económicos.

**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC):** Es el producto resultante de una investigación estadística de carácter estratégico, que permite medir la variación porcentual promedio de los precios al por menor de un conjunto de bienes y servicios de consumo final que demandan los consumidores.

**INDUSTRIA:** En la teoría económica, el término se refiere al conjunto de empresas que producen un bien homogéneo o idéntico, es decir que el consumidor considera como buenos sustitutos aunque sean físicamente diferentes. Así se habla por ejemplo de la industria automotriz, de la industria alimenticia, de la industria de madera, o de cualquier otra.

**INFLACIÓN:** Aumento continuo, sustancial y general del nivel de precios de la economía, que trae consigo aumento en el costo de vida y pérdida del poder adquisitivo de la moneda.

**INFLACIÓN DE COSTOS:** Es la causada por un aumento autónomo de alguno de los componentes del costo (salarios, impuestos, intereses, precios de las materias primas, etc), incluidos los beneficios.

**INFRAESTRUCTURA:** Dotación de capital utilizada en la provisión de servicios públicos tales como transporte, comunicaciones, agua potable, energía, servicios sanitarios, vivienda, educación, carreteras, puentes, ferrocarriles, escuelas, etc. Vale decir, es todo el stock de capital fijo que permite suministrar esos servicios.

**INGRESO:** Remuneración total percibida por un trabajador durante un periodo de tiempo, como compensación a los servicios prestados o al trabajo realizado: así; la comisión, las horas extras, etc.

**INFRESO PER-CAPITA:** Se obtiene de dividir las cuentas del ingreso nacional por el número de habitantes de un país. Equivale al ingreso por habitante.

**INGRESO NACIONAL:** Todos los otros ingresos tales como salarios, intereses, utilidades no distribuidas de las empresas, están incluidos en el ingreso nacional. Se incluyen también los intereses y dividendos de inversiones en el extranjero de propiedad de residentes, y se excluyen los ingresos

pagados a factores que estando dentro del país son propiedad de extranjeros. El ingreso nacional es igual al valor de todos los bienes y servicios producidos en el país, es decir, es equivalente al Producto Nacional.

**INGRESO NETO:** Expresión para indicar el concepto de beneficio líquido obtenido después de pagar todos los gastos.

**INNOVACIÓN (HOW-KNOW):** Aplicación de nuevas técnicas o procesos productivos o introducción de nuevos productos en el mercado. Las innovaciones exitosas abren la posibilidad de producir los mismos bienes utilizando menores recursos o producir bienes nuevos o de mejor calidad, constituyendo un elemento importante para el crecimiento económico.

**INSOLVENCIA:** Incapacidad de un agente económico para pagar sus deudas en los plazos estipulados de vencimiento.

**INTERÉS:** Es el costo que se paga a un tercero por utilizar recursos monetarios de su propiedad. Es la remuneración por el uso del dinero.

**INVERSIÓN:** El gasto de inversión trae como consecuencia un aumento en la capacidad productiva futura de la economía. La inversión bruta es el nivel total de la inversión y la neta descuenta la depreciación del capital. Esta última denota la parte de la inversión que aumenta el stock de capital. En teoría económica el ahorro macroeconómico es igual a la inversión.

**INVENTARIO:** Stock o acopio de insumos, materias primas, productos en proceso y bienes terminados que son mantenidos por una empresa.

**IMPORTACIÓN:** Acción de introducir en el país bienes producidos en el extranjero para su uso o consumo interno.

**INEGI:** Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

**INVERSIÓN EXTRANJERA DE PORTAFOLIO (O INDIRECTA):** Aquella inversión que hacen agentes de una economía en bonos, acciones y otras participaciones que no constituyen inversión extranjera directa ni reservas internacionales.

**INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA:** La define el FMI como "la inversión cuyo objeto sea adquirir una participación permanente y efectiva en la dirección de una empresa en una economía que no sea la del inversionista." La inversión debe contemplar los cambios en la participación efectiva en el capital de las empresas, incluidas las utilidades que se reinvierten.

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:** Proceso de reunir, registrar y analizar la información relacionada con la comercialización de bienes y servicios.

**IVA (IMPUESTO SOBRE EL VALOR AGREGADO):** Es una figura fiscal aplicable en un gran número de países, y cuyo principio básico consiste en que su pago se efectúa en cada fase del proceso productivo sobre el valor agregado en cada fase.

**L**

**LEASING:** Operación de arrendamiento financiero que consiste en la adquisición de una mercancía, a petición de su cliente, por parte de una sociedad especializada. Posteriormente, dicha sociedad entrega en arrendamiento la mercancía al cliente con opción de compra al vencimiento del contrato.

**LETRA DE CAMBIO:** Es una orden incondicional de pasar una suma de dinero determinada. Puede expedirse a la orden o al portador, o puede también definirse como un título librado por un entidad crediticia a la orden de sí misma.

**LEY DE OFERTA Y DEMANDA:** Ley económica que afirma que el precio de un determinado bien se obtiene por interacción de la oferta y la demanda, y es el que iguala la cantidad ofrecida con la demanda en el mercado.

**LIBRE EMPRESA:** Sistema económico basado en la propiedad privada de los medios de producción y en la gestión empresarial libre y autónoma del control estatal, donde la asignación de los recursos productivos se realizan en forma descentralizada obedeciendo a las decisiones de miles de agentes económicos que actúan guiados por su propio interés. No obstante el Estado fija ciertas leyes y normas que regulan los límites de acción de los agentes económicos privados. Regulaciones que no son discriminados y a las cuales todos deben someterse.

**LICENCIA DE IMPORTACIÓN:** Documento que autoriza a un agente económico para importar una cierta mercancía, y que además puede especificar la importación de una cantidad dada de la misma. A veces la licencia de importación puede ser exclusiva. Es un instrumento para regular y supervisar el flujo de importaciones.

**LINEA DE CREDITO:** Compromiso de un banco o de otro prestamista de dar crédito a un cliente hasta por un monto determinado, a petición del cliente.

**LUCRO:** Sinónimo de beneficio económico personal.

**M**

**MACROECONOMÍA:** Rama de la economía que estudia las relaciones existentes entre variables agregadas; es decir, de aquellas variables que están referidas a la economía como un todo, tales como el ingreso o producto nacional, el consumo, el ahorro, la inversión, el gasto fiscal, los impuestos, el saldo de balanza comercial, la oferta monetaria, la tasa de interés, el nivel general de precios, el nivel de sueldos y salarios, el nivel de empleo. La macroeconomía intenta explicar como se determina estas variables agregadas, y sus variaciones en el tiempo.

**MANUFACTURA:** Es un conjunto de actividades orientadas a la transformación mecánica, física o química de bienes naturales o semiprocesados, en artículos cualitativamente diferentes.

**MAQUILA:** Son plantas dedicadas a toda clase de manufacturas, a donde llegan algunos insumos del exterior, le aplican una mano obra, dan una terminación a los productos que luego son reexportados. Son empresas ensambladoras.

**MARCA:** Distintivo que asocia un determinado bien o servicio con el agente económico que lo produce o comercializa. Este puede ser el nombre o razón social de una empresa, un palabra, una etiqueta o cualquier otra señal que lo identifique. Normalmente las marcas comerciales están registradas, lo que confiere sus dueños el derecho exclusivo de su uso, constituyéndose en una forma de diferenciación de los productos, lo que en algunos casos puede posibilitar la creación de monopolios. Con el tiempo, las marcas de empresas conocidas y exitosas obtienen un valor económico propio, lo que las hace susceptibles de ser transadas.

**MARGINALISMO:** Teoría económica originada a mediados del siglo XIX y fundada en la idea de que el valor de intercambio de un bien se halla en función de la utilidad de la última unidad disponible de dicho bien, denominada utilidad marginal.

**MARKETING:** Rama de la administración de empresas que estudia todas las funciones que debe realizar una empresa para investigar las necesidades del consumidor y traducir dicha información en la creación, producción e introducción de nuevos productos del mercado, para lo cual se requiere de desarrollar actividades de investigación de mercados, planificación del producto, promoción de ventas, ventas y distribución.

**MATERIAS PRIMAS:** Productos agrícolas, forestales o minerales que han sufrido poca o ninguna transformación y que formarán un producto terminado.

**MCC:** Mercado Común Centroamericano (aunque nunca ha funcionado como tal).

**MEDIOS DE PAGO:** Son aquellos activos de aceptación general para efectuar pagos tanto en el interior, como en el exterior de nuestro país.

**MERCADO:** Conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un bien o servicio; vale decir, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de bienes y servicios. El mercado no necesariamente debe tener una localización geográfica determinada; para que exista es suficiente que oferentes y demandantes puedan ponerse en contacto, aunque estén en lugares físicos diferentes y distantes.

**MERCANCIA:** El producto o la mercancía, es el resultado de un proceso donde intervienen los principales factores de la producción como el trabajo principalmente, el capital, el lugar y la organización, los cuales le añaden un valor agregado; donde la finalidad al ser acabado dicho producto o mercancía, será el de ser vendido para su comercialización o consumo directo, con fines de lucro.

**MERCANTILISMO:** Doctrina económica por la que la prosperidad de un país se mide por el supuesto de la balanza de pagos.

**MICROECONOMÍA:** Rama de la teoría económica que estudia las acciones y reacciones individuales de los agentes económicos y de pequeños grupos bien definidos de individuos. Su propósito es analizar como se realiza la determinación de los precios relativos de los bienes y factores productivos y la asignación de estos últimos entre diversos empleos.

**MIPYMES:** Micros, Pequeñas y Medianas Empresas.



**MONETARISTA:** Doctrina económica que considera que la inflación tiene estrictamente una causa monetaria. Los Monetaristas defienden la política anti-inflacionaria a partir del control del dinero.

**MULTINACIONAL:** Empresas con sociedades de producción o distribución en diversos países, aunque la matriz y oficina central están en una determinada nación, toma sus decisiones con una perspectiva global para beneficiarse de las ventajas comparativas en cada país.

## N

**NAB:** "Nomenclatura arancelaria de Bruselas". Consiste en una nomenclatura para la aplicación de los aranceles para la mayoría de los países en el mundo. Fue elaborado por un comité de expertos con el auspicio del Consejo de Cooperación aduanera (C'CA) de Bruselas, que en 1955 preparó un convenio sobre dicha nomenclatura.

**NAFIN:** Nacional Financiera.

**NMF:** Nación Más Favorecida.

**NAFTA:** North American Free Trade Association = Tratado de Libre Comercio de América del Norte: Canadá, México y Estados Unidos.

**NEGOCIACIÓN:** Proceso interactivo mediante el cual, dos o más actores en una situación de interdependencia y con intereses en conflicto, buscan maximizar sus beneficios individuales a través de un acuerdo.

**NEOCLÁSICOS:** Son los nuevos partidarios de la economía económica clásica. Esta teoría presupone que un sistema económico existe para obtener lo que la gente quiere. Consideran que el sistema de mercado o de propiedad privada es preferible al sistema de planificación central.

**NEOLIBERALISMO:** Es la etapa actual del Capitalismo, que se muestra a través de la globalización económica: la cual se caracteriza por la liberalización y apertura de la economía en general, destacando el sector comercial y financiero; y en una menor participación del Estado en los asuntos económicos del país.

**NICS:** Nuevos Países Industriales (refiriéndose básicamente a algunos países del Sudeste Asiático).

**NIVEL DE DESEMPLEO:** Porcentaje de la fuerza laboral que está desempleada.

**NIVEL DE VIDA:** Nivel de riqueza que tiene un país, que se mide a través de la renta percapita.

**NOEI:** Nuevo orden económico Internacional. Se llama así al conjunto de propuestas de una nueva ordenación de la vida económica entre los pueblos, de acuerdo con principios que se conciben como más juntos y eficaces.

**O**

**OBLIGACIONES:** Compromiso con que se reconocen deudas o se compromete su pago u otra prestación o entrega. En términos contables, las obligaciones están constituidas por el pasivo de una empresa.

**OBSOLENCIA:** Disminución de la vida útil de un bien de consumo o de un bien de capital, debido a un cambio económico o al avance tecnológico. La obsolescencia se debe distinguir de la depreciación que consiste en el deterioro físico del bien por su uso o por el paso del tiempo.

**OCDE:** Organización de Cooperación y Desarrollo Económico.

**OCE:** Oceanía.

**OCUPACIÓN:** Aquella parte del fuerza de trabajo que se encuentra empleada en las distintas actividades productivas. Se mide como el número de personas que están trabajando en un momento dado.

**OIT:** "Organización Internacional del Trabajo". Creada en 1919 por el Tratado de Versalles. Asociada a la ONU., desde 1947, su objetivo consiste en promover la justicia social con el mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo en el mundo. Tiene su sede en Ginebra.

**OFERTA:** Cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o por el conjunto de individuos de la sociedad.

**OLIGOPOLIO:** Situación de mercado en que unos pocos agentes económicos controlan la producción y por ende, la oferta de mercado de un determinado bien o servicio. Es una situación de competencia imperfecta, que al igual que el monopolio y el duopolio ocasiona pérdidas sociales debido a que se produce menos que lo socialmente óptimo y los consumidores deben pagar precios más altos que los prevalecientes si se diera la competencia perfecta.

**OMC:** "Organización Mundial del Comercio".

**OPTIMO:** Es el mejor que puede tomar una variable determinada en relación a un objetivo particular, considerando los medios que tiene para alcanzar ese objetivo.

**ORDEN DE PAGO:** Instrucciones a un banco ordenándole que pague o transfiera una suma de dinero de un beneficio designado.

**OTAN:** Organización del Tratado del Atlántico Norte.

**P**

**PASIVO:** Conjunto de deudas con terceras personas que tiene una empresa en un momento dado.

**PATENTE:** Derechos legales para explotar en forma exclusiva un nuevo invento, tecnología o proceso productivo, que se concede a una persona natural o jurídica por un periodo determinado de tiempo. La patente normalmente queda inscrita en un registro de patentes y su duración comienza en el momento de la inscripción. Las patentes constituyen una protección a quienes realizan nuevos descubrimientos en la medida que les permite gozar de sus beneficios.

**PATRIMONIO:** Es el valor líquido del total de los bienes de una persona o una empresa.

**PED:** Países en desarrollo

**PFP:** Policía Federal Preventiva.

**PGR:** Procuraduría General de la República.

**PI:** Países industrializados

**PND:** Plan Nacional de Desarrollo

**PNUD:** Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.

**POLÍTICA COMERCIAL:** Son las intervenciones que hacen los gobiernos para "proteger" a su comercio, tanto nacional como el que realizan fuera de él. Entre los más comunes, están los aranceles; los subsidios, las subvenciones, las cuotas de importación, contenido nacional, normas de calidad, etc.

**POLÍTICA ECONOMICA:** Son las intervenciones que hacen los gobiernos para "proteger" a su economía ante contingencias económicas internacionales o propias de su país, que perturbarían el desarrollo y crecimiento del mismo; esto a nivel macroeconómico; pero a nivel microeconómico o empresa, son las decisiones y acciones que toma ésta para el buen desenvolvimiento en sus actividades de producción, distribución y comercialización de sus productos o servicios.

**PRECIO:** Para determinar el precio del producto, es necesario contar con una serie de herramientas y estrategias, en donde se deben considerar todos los costos, tanto internos como externos. En el precio va implícito la ganancia o utilidad que se suma al costo.

**PRECIOS CONSTANTES:** Esta expresión admite dos interpretaciones: una, como el resultado de la eliminación de los cambios de precio de una variable a partir de un período tomado como base y, otra, como el cálculo de la capacidad adquisitiva de algún valor monetario en términos de un conjunto de bienes y servicios.

**PRECIOS CORRIENTES:** Conjunto de precios que incluyen el efecto de la inflación.

**PRIMA:** Porcentaje que cobra el asegurador por el valor de los artículos que asegura.

**PRODUCTIVIDAD:** Es el resultado de la combinación entre la fuerza de trabajo y la aplicación de una tecnología más eficiente y/o la capacitación de la misma fuerza laboral.

**PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB):** Es el total de bienes y servicios producidos en un país durante un periodo de tiempo determinado. Incluye la producción generada por nacionales residentes en el país y por extranjeros residentes en el país, y excluye la producción de nacionales residentes en el exterior.

**PRODUCTO NACIONAL BRUTO:** Medida del flujo total de bienes y servicios generados por una economía mediante la utilización de factores productivos de propietarios de residentes en el País, aunque dichos factores estén fuera del territorio nacional.

**PROTECCIONISMO:** Es una medida de Política Económica que se ha venido utilizando por casi todos los países desde prácticamente iniciado el comercio internacional, que su única finalidad es "proteger" a la industria nacional frente a empresas transnacionales, por medio de sustitución de importaciones, cuotas de importación, subsidios, etc.

**PYMES:** Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (concepto aplicado para el presente trabajo).

## Q

**QUIEBRA TECNICA:** Situación jurídica en que se encuentra un comerciante cuando cesa o suspende sus pagos.

## R

**RESERVAS INTERNACIONALES BRUTAS:** Son los activos externos a disposición de las autoridades monetarias para financiar o regular los desequilibrios de la Balanza de Pagos. Incluye, principalmente, el oro monetario, los Derechos Especiales de Giro (DEG), la posición en reserva ante el Fondo Monetario Internacional y el uso del crédito de esta institución (si lo hubiere), las divisas convertibles en caja, depósitos e inversiones del Banco Central en activos extranjeros y las partidas de aportes a instituciones monetarias internacionales

## S

**SAI:** Sistema de Automatización Integral.

**SALARIO:** Es el pago en términos monetarios que recibe la fuerza de trabajo por prestar sus servicios, y que en teoría, éste salario cubriría el mínimo o lo suficiente las diferentes necesidades básicas del trabajador y su familia, como: el sustento, educación, hogar, vestido y servicios sociales.

**SE:** Secretaría de Economía

**SECODAM:** Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo.

**SEMARNAT:** Secretaría de Marina y Recursos Naturales.

**SEP:** Secretaría de Educación Pública.

**SHCP:** Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

**SIEM:** Sistema de Información Empresarial de México.

**SRE:** Secretaría de Relaciones Exteriores.

**STPS:** Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

**SEGURO:** Función económica cuya finalidad es permitir la indemnización de los daños causados o sufridos por bienes y personas mediante la aceptación de un conjunto de riesgos y su compensación.

**SERVICIOS:** Son bienes tangibles e intangibles que cubren una gama de necesidades del consumidor, como: el agua, la luz, el teléfono, seguridad, infraestructura, avisos, envíos, trámites diversos, etc., los cuales son proporcionados tanto por dependencias del gobierno, como por el sector privado.

**SUPERÁVIT FISCAL:** Es el exceso de los ingresos sobre los egresos, ya sea, del sector público consolidado, del gobierno central o del sector público no financiero.

**SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES:** Es una medida de Política Económica Comercial, que prevaleció por aproximadamente tres décadas en casi toda Latinoamérica, con el fin de protegerse de la competencia de productos de otros países principalmente desarrollados, para evitar grandes déficit en sus balanzas comerciales. Aún esta practica se sigue llevando por varios países, incluso desarrollados.

## T

**TASA DE INTERÉS:** Precio de la remuneración de un capital prestado o recibido en préstamo. Es el precio de la renuncia a la liquidez del ahorro.

**TASA DE DESEMPLEO:** Se define como la razón entre la población desocupada y la población económicamente activa. Se determina de la siguiente forma:  $TD = (D/PEA) * 100$ .

**TARIFA:** Sinónimo de Arancel o de derecho aduanero. En esta acepción corresponde al impuesto que debe pagarse por la importación de un bien en el momento de su internación.

**TIPO DE CAMBIO:** Es el precio de una moneda (divisa), frente a otra moneda. Las principales divisas son: el dólar, el euro, el yen y la libra esterlina.

**TLCAN:** Tratado de Libre Comercio con América del Norte.

**TLC's:** Tratados de Libre Comercio.

**TLCUE:** Tratado de Libre Comercio de México con la Unión Europea.

## U

**URSS:** Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas.

## V

**VALOR AGREGADO:** Suma del valor añadido en los procesos productivos de cada uno de los sectores de la economía.

**VENTAJAS COMPARATIVAS:** Se refieren básicamente a las ventajas que tiene un país sobre la producción de un bien o servicio, frente a otro país, por lo cual el primero debe especializarse en dicho producto.

**VENTAJAS COMPETITIVAS:** Se refieren básicamente a las ventajas que tiene un país o industria sobre la producción de un bien o servicio, frente a otro país o industria; pero aquí no tienen que ver las ventajas comparativas (como abundancia en recursos naturales, materias primas, mejores condiciones climáticas, etc.), sino a la innovación en la tecnología o en los procesos de producción y capacitación constante de la fuerza de trabajo.

## W

**WTC:** World Trade Center. (Hotel de México)

## Z

**ZONA DE LIBRE COMERCIO:** Es un área formada por dos o más países que de forma inmediata o paulatina suprimen las trabas aduaneras y comerciales entre sí, pero manteniendo cada una frente a terceros su propio arancel de aduanas y su régimen de comercio.

**ZONA DE TRANSITO:** "Entreport" o "Transit Zona", es un puerto de entrada a un país costero, establecido para la conversión de un país vecino, que carece de facilidades portuarias adecuadas o que no tiene acceso al mar.

**ZONA FRANCA:** Es un área delimitada del territorio nacional en la cual se ofrecen una serie de incentivos en materia cambiaria, tributaria, aduanera y de comercio exterior, con el propósito de fomentar la industrialización de bienes y servicios orientados prioritariamente a los mercados internacionales.

**ZONA LIBRE:** Es un área determinada cuyos límites son vigilados por la aduana y está situada o considerada bajo ciertos aspectos en los cuales todas o algunas mercancías son admitidas con exención de derechos e impuestos a la importación y están normalmente sometidas al control de la aduana.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### BIBLIOGRAFÍA

- ◆ Baena, Guillermina "Instrumentos de Investigación". Mexicanos Unidos, México 2001.
- ◆ Calva, José Luis "México más allá del Neoliberalismo" Plaza Janés, México 2001.
- ◆ Cordera, Rolando "Desarrollo y crisis de la Economía Mexicana" T.39, FCE , México 1995.
- ◆ Dornbusch, Rudiger "Macroeconomía" Mc Graw Hill, España 1998.
- ◆ Friedman, Milton "Libertad de Elegir". Grijalbo, España 1980.
- ◆ Krugman Paul R. "Economía Internacional", Mc Graw Hill, España 1999.
- ◆ Lerma Kirchner, Alejandro "Comercio Internacional", ECAFSA, México 2000.
- ◆ Martínez Le Clainche, Roberto M. "Curso de Teoría Monetaria y Política Financiera" UNAM México 1996.
- ◆ Porter, Michael "Ventajas Competitivas", CECSA. 1987.
- ◆ Rodríguez V. Joaquín, "Administración de Pequeñas y Medianas Empresas", ECAFSA, México, 2001.
- ◆ Schettino, Macario "Economía Internacional", Iberoamerica , México 1995.
- ◆ Torres G., Ricardo "Teoría del Comercio Internacional", S. XXI, México 2000.
- ◆ Zevallos V. Emilio, et al., "Experiencias Internacionales sobre Políticas para la Empresa Media" Mac Graw Hill, México, 2001.

### TESIS

- ◆ Flores Rosales, Aida Araceli, "Las Estrategias de Desarrollo para la Pequeña y Mediana Industria, con Potencial de Exportación", T-ECO-305 ACATLAN UNAM, MÉXICO, 1996.
- ◆ Flores Medina, Leticia, "Industria Manufacturera, Micro y Pequeña en México, 1963-1992", T-ECO-310 ACATLAN UNAM, MÉXICO, 1996.

### HEMEROGRAFIA

- ◆ BANCOMEXT, Revista de "Comercio Exterior" (VARIOS NUMEROS).
- ◆ BANCOMEXT, Revista de "Negocios Internacionales" (VARIOS NUMEROS).
- ◆ CANACO, Glosario de Términos de uso frecuente en el Comercio Internacional, Cd. de México.
- ◆ CANACO, Manual Práctico de Exportación, Cd. de México.
- ◆ CCI UNCTAD/OMC "Las PYMES y las Tecnologías de la Información", Suiza, 2000.
- ◆ CCI UNCTAD/OMC "Mejorar el acceso de las PYMES a la Contratación Pública, Suiza, 2000.

- ◆ NAFIN, Revista "El Mercado de Valores". (VARIOS NUMEROS).
- ◆ PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (2001-2006) - SEC. DE ECONOMIA.
- ◆ PLAN DE DESARROLLO EMPRESARIAL (PDE, 2001-2006) SECRETARIA DE ECONOMIA.
- ◆ INEGI. "Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa", Censos Económicos, 1999.

## **DIARIOS**

- ◆ DIARIO EL ECONOMISTA
- ◆ DIARIO EL FINANCIERO
- ◆ DIARIO UNO MAS UNO

## **INTERNET (VARIAS DIRECCIONES)**

- ◆ [www.bancomext.gob.mx](http://www.bancomext.gob.mx)
- ◆ [www.banxico.gob.mx](http://www.banxico.gob.mx)
- ◆ [www.canacintra.com](http://www.canacintra.com)
- ◆ [www.cemexico.com.mx](http://www.cemexico.com.mx)
- ◆ [www.cipi.gob.mx](http://www.cipi.gob.mx)
- ◆ [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)
- ◆ [www.fundes.org](http://www.fundes.org)
- ◆ [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)
- ◆ [www.lanota.com](http://www.lanota.com)
- ◆ [www.nafin.gob.mx](http://www.nafin.gob.mx)
- ◆ [www.oecd.org](http://www.oecd.org)
- ◆ [www.ome.org](http://www.ome.org)
- ◆ [www.presidenciadelarepublica.gob.mx](http://www.presidenciadelarepublica.gob.mx)
- ◆ [www.pyme.com](http://www.pyme.com)
- ◆ Enciclopedia "ENCARTA 2000"
- ◆ Enciclopedia "LAROUSSE 2000"