



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

**OPORTUNIDADES DEL T-MEC EN EL E-COMERCE DE PYMES MEXICANAS:
UN MODELO DE ANÁLISIS ESTRUCTURAL POST PANDEMIA**

T e s i s

Que para optar por el grado de:

**Maestro en Administración de Negocios
Internacionales**

Campo de conocimiento:
Ciencias de la Administración

Presenta:
Lic. Gustavo Cruz Moctezuma

Tutor:

DR. IGNACIO ALEJANDRO OLIVARES CHAPA

Facultad de Contaduría y Administración

Ciudad de México, Mayo de 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



Contenido

ANTECEDENTES.....	5
CAPÍTULO I. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	8
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	9
II.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	13
II.2 OBJETIVO	13
II.3 HIPÓTESIS	13
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	14
III.1 Una Aproximación al Estado del Arte del Comercio Electrónico.....	14
III.2 El Comercio Electrónico en las PYMES Mexicanas.....	16
III.3 Ecuaciones Estructurales.....	25
III. 4 Análisis de datos por estadística descriptiva, modelación de ecuaciones estructurales y redes neuronales artificiales.....	26
CAPITULO IV- TRATADO MÉXICO ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ (T-MEC).....	28
IV.1 Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.....	37
IV.2 Reglas de Origen Específicas por Productos.	43
IV.3 Aduanas y Facilitación de Comercio	46
IV.4 Comercio Transfronterizo de Servicios	54
IV.5 Comercio Digital	57
IV.6 Propiedad Intelectual	63
IV.7 La Política de Competencia.....	67
IV.8 Pequeñas y Medianas Empresas: Principales Exportaciones (Últimos Tres Años)	70

IV.9 Competitividad	76
IV.10 Buenas Prácticas Regulatorias	79
IV.11 Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	81
IV.12 Negocios Internacionales	88
IV.13 Comercio Exterior (Importaciones y Exportaciones)	90
IV.14 Franquicias	95
IV.15 Inversión Extranjera Directa	98
IV.16 Compra Venta de Divisas	104
IV.17 Transferencia de Tecnología.....	105
IV.18 Marketing Internacional.....	111
IV.19 Tratados Internacionales	113
CAPÍTULO V: ESTUDIOS DE CASO	115
V.1 KAVAK.....	116
V.2 Bitso.....	117
V.3 Clip.....	118
V.4 Konfio.....	119
V.5 Incode.....	120
V.6 Merana	121
V.7 Jokr	122
V.8 Nowports	123
V.9 Clara	124
V.10 Stori	125
CAPITULO VI: RESULTADOS	127
ECUACIONES ESTRUCTURALES	127
CONCLUSIONES	151
ÍNDICE DE TABLAS.....	154

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS ELECTRÓNICAS.....	155
ANEXOS	158

ANTECEDENTES

Norteamérica representa uno de los mercados más desarrollados y grandes del mundo, en el cual, las empresas mexicanas ya tienen una amplia experiencia y conocimiento que, sin duda, han sabido aprovechar a la luz de este nuevo tratado. El posicionamiento de los productos mexicanos debe realizarse a través de la planeación en cadenas de valor. En México ya existen procesos formales de planeación de ventas y operaciones, y se requiere generar estrategias para la gestión de cada uno de estos procesos: compras-proveedores, producción-almacenes-inventarios, logística y distribución, comercio electrónico, etc., las cuales deben ajustarse específicamente por tipo de empresa, y para esta investigación, en las PyMES mexicanas.

Un ejemplo de ello y tema también de la negociación en el T-MEC¹ es el comercio electrónico donde las compras que se realicen por este medio, estarán bajo el concepto de “Envíos de Entrega Rápida”, para estas operaciones se presenta la información que es procesada antes del arribo de los bienes para su despacho. En este tenor, más de 4.1 millones de empresas en México se consideran PyMES y representan el 95.4%, divididas en microempresas; un 3.6 por ciento son pequeñas empresas, y otro 0.8% de las PyMEs en México está conformado por las medianas empresas. Su relevancia económica, financiera y social es del 52% de contribución al PIB (INEGI, 2019).

Se analiza que el Tratado México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), sustenta su constitución en: “Fortalecer la competitividad de América del Norte, avanzar hacia un comercio regional inclusivo y responsable, aprovechar las oportunidades de la economía del siglo XXI y promover la certidumbre del comercio y las inversiones en América del Norte”. Sin embargo, las acciones estratégicas que deban ejercer cada

Extraído desde (http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp, 2022)

El 25 de febrero de 2022.

una de las naciones, deberán estar acordes a los objetivos perseguidos en común. ¿Qué debe hacer México para lograrlo? ¿Qué afectaciones se pueden presentar en los modelos tradicionales del comercio electrónico en PyMES Mexicanas? ¿Cómo predecir e interpretar esos impactos? Las respuestas a estas preguntas permitirán mostrar a las PyMES Mexicanas distintos escenarios para la toma de decisiones.

En una reflexión inmediata, el momento Millennial del TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) ha quedado en el pasado y su hermano menor de la generación Z ha llegado con el nuevo T-MEC (Tratado México-Estados Unidos-Canadá), sin embargo, la gran relevancia del TLCAN, represento un parteaguas para el comercio electrónico en este bloque económico de América del Norte, sin duda, para estos países el tener este acuerdo les ha permitido competir económicamente a nivel mundial con otros bloques económicos del orbe.

A pesar de ello y de los beneficios que a simple vista se observaban, parecía que no era así, o al menos así lo demostró el presidente de Estados Unidos Donald Trump que lidero la renegociación del acuerdo firmado en 1992 y que entró en vigor en 1994 y como el principal socio comercial del bloque busco hasta que consiguió un nuevo acuerdo comercial que entró en vigor el 1 de Julio de 2020.

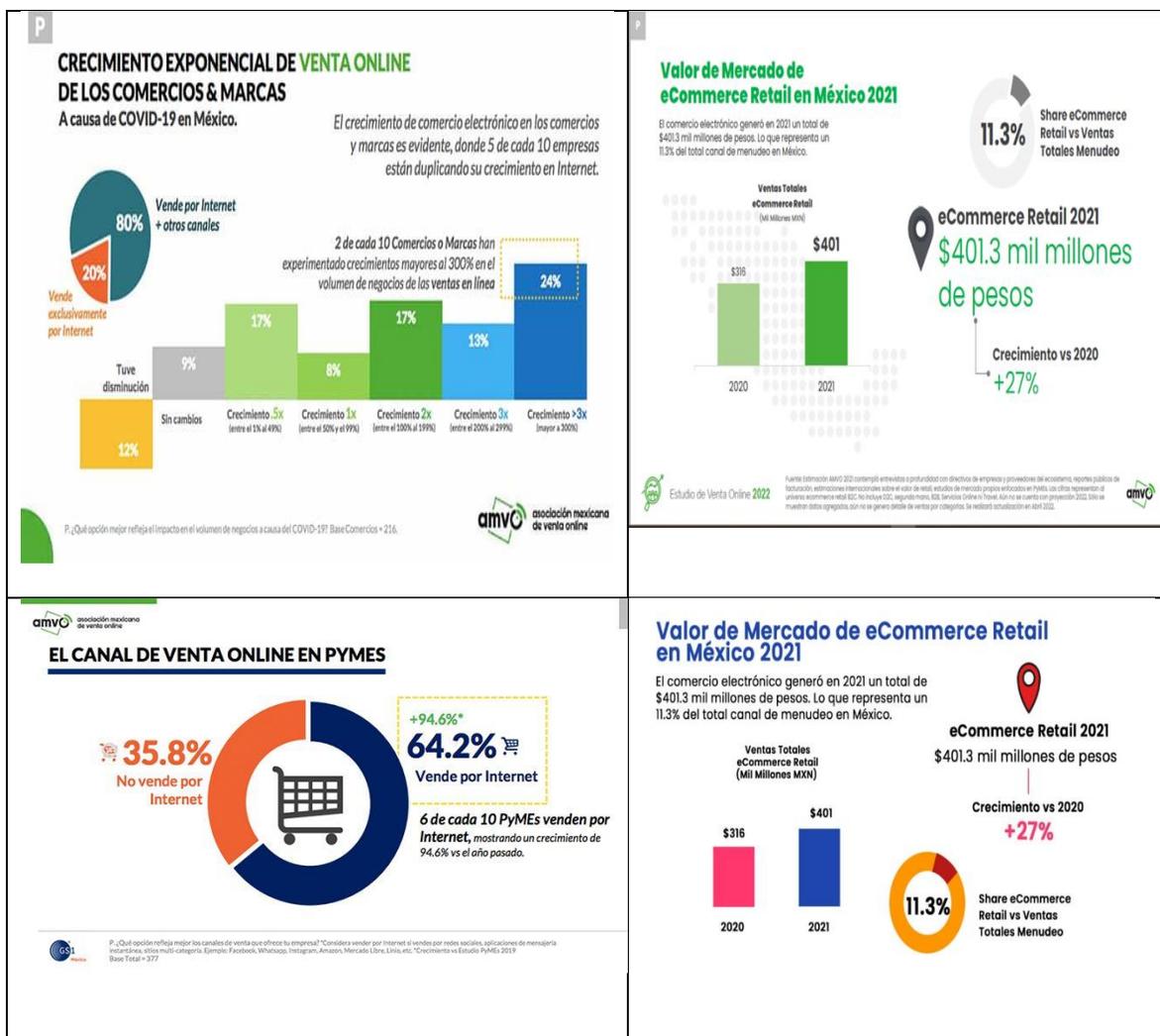
Si bien el TLCAN, tuvo grandes oportunidades comerciales derivado de aranceles cero entre los países miembros, ventajas competitivas como la cercanía y los recursos naturales con los que cuentan entre otras muchas; el nuevo T-MEC llega con un aire fresco de la mano de las tecnologías de la información que llegaron para quedarse y con ellas el nuevo jugador clave: el comercio electrónico. Una actividad que permite vender casi cualquier cosa que se pueda imaginar y llevarla hasta la puerta de la casa de cualquier persona que la compre en cualquier parte del mundo.

Es por ello y muchas otras razones que el comercio electrónico está teniendo tanto auge en nuestros días, derivado en aparte de la contingencia de salud actual, pero sin duda su relevancia ha venido dándose de varios años atrás, sin embargo, no todos los países miembros se han subido al territorio de la ciencia y tecnología como

por ejemplo México. Por tanto, en este trabajo se analizará las oportunidades y factores asociados a los caminos que se han recorrido y que faltan por recorrer, las barreras que hay que eliminar y los retos que son imprescindibles de conseguir.

Para alcanzar el potencial que sin duda tiene México. Observe las siguientes tendencias del comercio electrónico en México en la ilustración 1; en ellas se puede apreciar la importancia que ha tenido el comercio electrónico en los últimos años y como México ha incrementado su uso recientemente.

Ilustración 1: Tendencias del comercio electrónico en México.



Fuente: Asociación Mexicana de Comercio Electrónico, 2021

A continuación, se presenta la justificación de esta investigación.

CAPÍTULO I. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

La relevancia y pertinencia del análisis de las oportunidades de impacto que el T-MEC representa para las estructuras del comercio electrónico o e-commerce de las PyMES mexicanas en el contexto de la pandemia, es su contribución tanto al PIB, como su asociación con el mantenimiento y creación de fuentes de empleo en el sector comercial y de servicios. Representa una gran oportunidad de hacer negocios con las PyMES de los tres países, (sin contar las grandes empresas y corporaciones que ya están en la carrera comercial) y esta investigación pretende despertar el interés de todos aquellos emprendedores y startups que buscan oportunidades de negocio más allá de sus fronteras y además mostrar a las PyMES Mexicanas distintos escenarios para la toma de decisiones; por otro lado, derivado del tratado, generar estrategias de negocios tanto en el capital semilla para comenzar y buscar la apertura de empresas, como proyectar la creación de nuevas empresas sustentadas en el comercio electrónico, como resultado de este nuevo paradigma de acercamiento entre las empresas, a causa de la pandemia por la COVID19.

La apertura comercial debe servir para resolver la gran brecha empresarial y de negocios que existen en nuestro país, frente a las de Estados Unidos, por ejemplo, donde la mayor parte de sus empresas online invaden los mercados de Canadá y México, a las cuales les dan las condiciones favorables para hacer negocios y ofrecen incentivos, beneficios fiscales por crear empresas y emplear gente. Entonces debe ser una llamada de atención a los países miembros del tratado a voltear a ver esas deficiencias para competir a la par del mayor socio comercial que tienen en el T-MEC.

Por lo anterior, de acuerdo con criterios de justificación de Sampieri y Mendoza, 2018, se citan los principales:

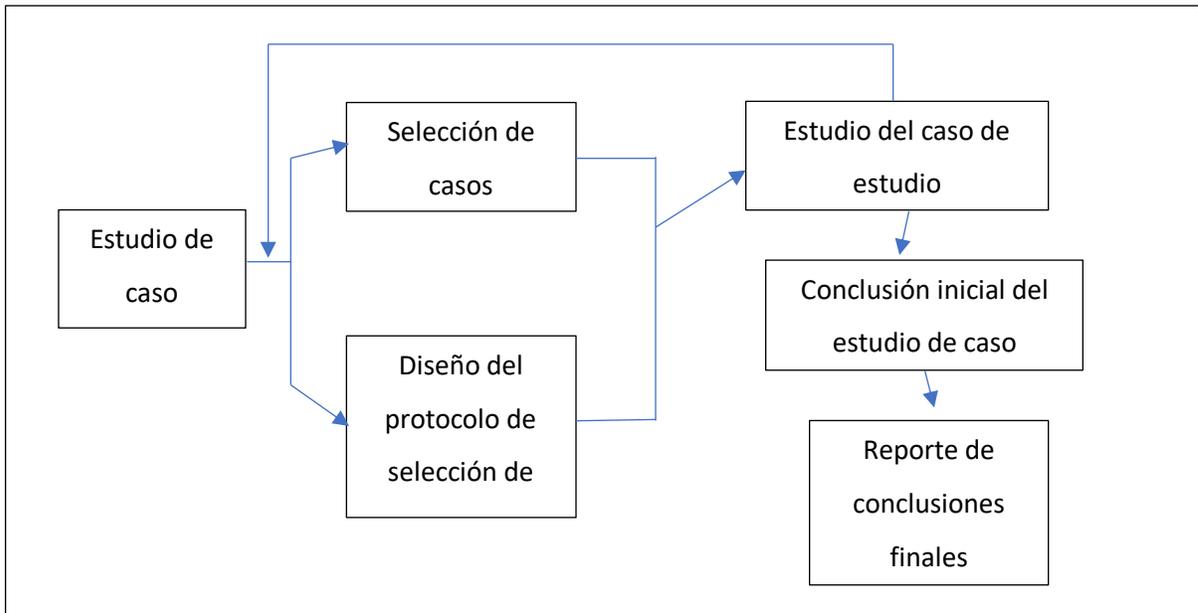
- a) **Conveniencia**, ¿para qué se va a hacer la investigación?...para dar respuesta a la incertidumbre de las acciones estratégicas que puedan tomar las PyMES mexicanas en el contexto de la pandemia y post pandemia, como oportunidades de impacto en el comercio electrónico o e-commerce, en el ejercicio del T-MEC
- b) **Relevancia Social**, ¿a quién le va a servir?...a las PyMES mexicanas del sector comercio y de servicios en sus actividades de comercio electrónico entre las tres naciones México-Estados Unidos-Canadá.
- c) **Implicaciones prácticas**, ¿qué problema resuelve?...proponer un modelo de análisis estructural de las operaciones de e-commerce en el contexto de la pandemia y post pandemia, que permita dar respuesta a las Pymes mexicanas ante la incertidumbre de posibles escenarios de impacto en sus organizaciones en las dimensiones: Objetivos estratégicos, estructurales o de organización social, económico-productivos, tecnológicos y financieros.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación se desarrolla desde el enfoque mixto, al realizar análisis cualitativos y cuantitativos de información y datos que permiten generar una proyección de las expectativas del T-MEC ante las actividades del E-Commerce de la PyMES mexicanas. No se realizan manipulaciones de variables, por lo que no es experimental. Se considera un alcance investigativo descriptivo y correlacional. El método es analítico y proyectivo con base en ecuaciones estructurales, y de adaptación del método de caso (Yin, 2002).²

² Yin, Robert (2002). Extraído desde http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/gallegos_p_va/capitulo3.pdf

Ilustración 2: El método de caso

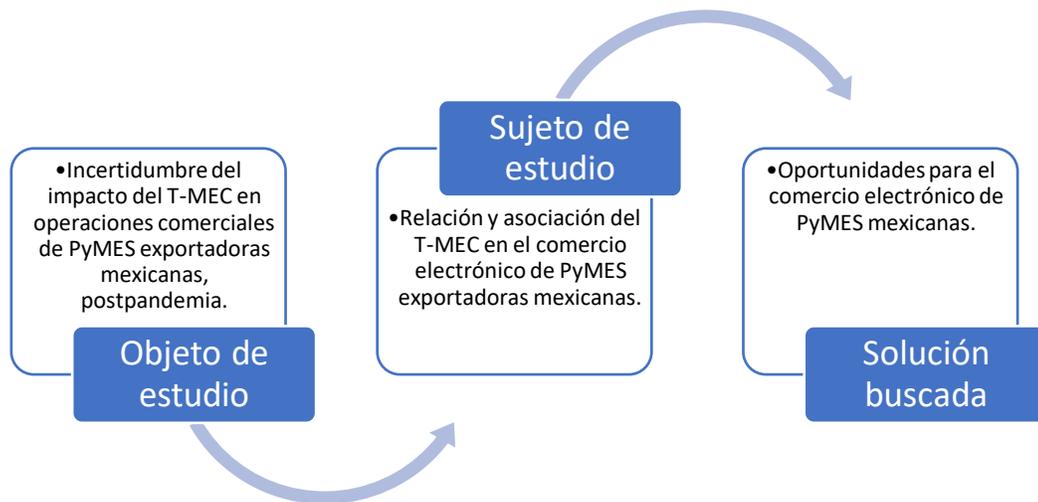


Fuente: COSMOS corporation (1984). The utilization of research: Lesson from a multidisciplinary field.

La incertidumbre del impacto del T-MEC en las operaciones comerciales de las PyMES exportadoras mexicanas, postpandemia, hace preciso conocer, determinar y pronosticar qué y cómo reaccionar ante los cambios realizados en el Tratado de Libre comercio México-Estados Unidos-Canadá.

Dichas actividades comerciales requieren adaptarse en las dimensiones de sus objetivos estratégicos, de producción, de tecnología y de organización. La siguiente ilustración ejemplifica el problema planteado.

Ilustración 3: Mapa conceptual del problema



Fuente: Elaboración propia

Diseño de la investigación

Se realizó un cuestionario con base en diecinueve variables cualitativas, para calificarse por percepción de importancia, en las diez empresas seleccionadas. El cuestionario fue remitido por correo electrónico. Asimismo se seleccionaron quince factores de medición considerados correspondientes a los Capítulos del T-MEC relacionados con el E-Commerce para las PyMES.

En este contexto, se aplicó una matriz de dimensiones-capítulos del T-MEC, a efecto de generar análisis de los impactos por el incremento de ventas por E-Commerce en PyMES mexicanas. Los análisis cuantitativos se realizaron de los estados financieros de los últimos cinco años de diez PyMES de los sectores de bienes y servicios con mayores ventas. Los resultados de esta matriz, permitirían llevar a cabo una cualificación de valor numérico del 1 al 7. Los valores fueron los siguientes:

Tabla 1: Tabla de valores

Valor	Ponderación
1	Muy Alta
2	Alta
3	Media Alta
4	Media
5	Baja
6	Muy Baja
7	Casi Nula

A continuación, se presenta la matriz de análisis de **dimensiones-impacto** que tendrían relevancia para las pymes en el nuevo acuerdo económico.

Tabla 2: Matriz de Relación del paradigma del T MEC, como un impacto en las PYMES en Capítulos designados.

Tabla 2: Relación de Nuevos Capítulos del T-MEC vs PYMES

CAPITULOS DEL T-MEC	DIMENSIÓN PYMES	DIMENSIÓN IMPACTOS	DIMENSIÓN ECONOMICO-PRODUCTIVA	DIMENSIÓN TECNOLÓGICA
CAPITULO 2 Trato nacional y acceso a los mercados de mercancías	X	X	X	X
CAPITULO 4 Reglas de origen, con reglas específicas del producto	X		X	
CAPITULO 7 Aduanas y facilitación de comercio		X		X
CAPITULO 15 Comercio transfronterizo de servicios	X	X	X	X
CAPITULO 19 Comercio digital	X	X	X	X
CAPITULO 20 Propiedad intelectual	X			X
CAPITULO 21 La política de competencia		X	X	
CAPITULO 25 Pequeñas y medianas empresas	X	X	X	X
CAPITULO 26 Competitividad	X	X	X	
CAPITULO 28 Buenas prácticas regulatorias	X	X	X	X
CAPITULO 33 Políticas macroeconómicas y cuestiones de tipo de cambio	X	X	X	

Fuente: Elaboración propia con datos del T-MEC.

II.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- Principal:

¿Cómo determinar y describir las oportunidades que el T-MEC puede generar en el Comercio Electrónico o E-Commerce de las PyMES Mexicanas pospandemia?

- Secundarias:

¿Qué factores de competitividad se asocian al impacto del T-MEC en el E-Commerce de las Pymes Mexicanas?

¿Cómo predecir nuevos modelos de correlación entre esos factores?

¿Qué estrategias de competitividad se pueden proyectar con enfoque estructural en las PyMES Mexicanas?

II.2 OBJETIVO

- Principal

Determinar y describir las oportunidades que el T-MEC puede generar en el Comercio Electrónico o E-Commerce de las PyMES Mexicanas pospandemia.

- Secundarios:
 - Definir los factores de competitividad que se asocian al T-MEC en el E-Commerce de las Pymes Mexicanas
 - Determinar y describir modelos de correlación entre esos factores.
 - Determinar y describir estrategias de competitividad que se pueden proyectar con enfoque estructural en las PyMES Mexicanas.

II.3 HIPÓTESIS

La determinación y descripción de las oportunidades que el T-MEC puede generar en el Comercio Electrónico o E-Commerce de las PyMES Mexicanas pospandemia, están asociadas a productos manufacturados de empresas del sector comercial y de servicios, y se puede determinar a través del planteamiento de un modelo de análisis estructural de factores y variables de relaciones múltiples, en el contexto de la pospandemia.

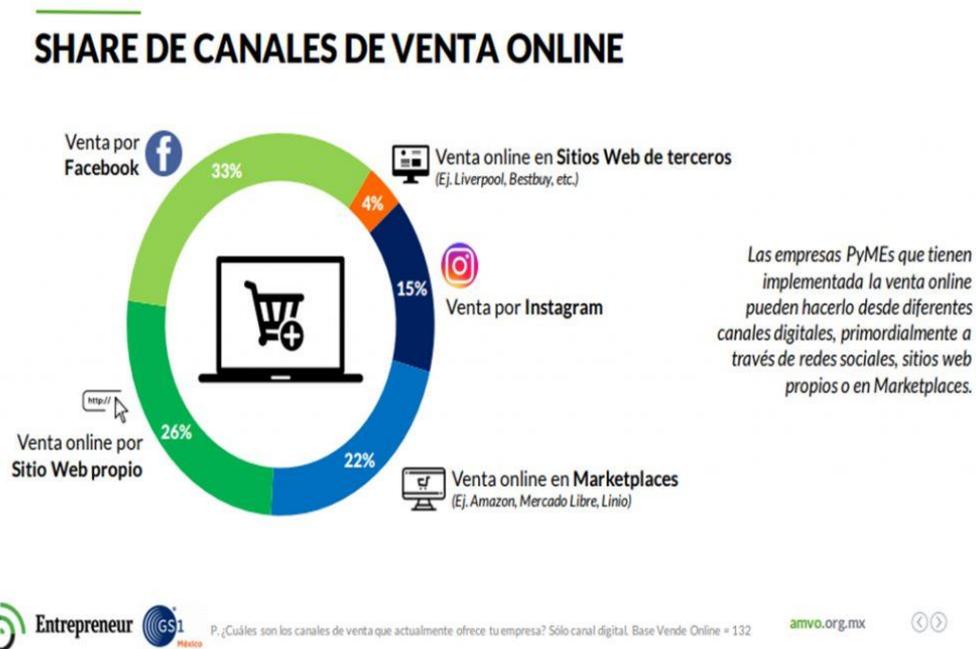
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

III.1 Una Aproximación al Estado del Arte del Comercio Electrónico

Realizar comercio electrónico en el mundo, actualmente parece un hecho normal y cotidiano; realizar una compra en internet sin importar el producto o servicio que sea, no surgió de la noche a la mañana, ni tampoco siempre fue así. Aunque México se sumó al auge comercial en línea hace algunos años, su crecimiento y desarrollo actuales son asombrosos y las tendencias son alentadoras para el sector.

De acuerdo a un sondeo de la AMVO (Asociación Mexicana de Venta Online) halló que Facebook lidera las ventas en línea, seguida los los sitios online de la empresa y en tercer lugar sitios más conocidos como los marketplaces tradicionales. La pelea por el cliente parece estarse concentrando en las redes como lo muestra la siguiente gráfica.

Ilustración 4: Canales de venta



Fuente: AMVO. 2021

Dentro de sus investigaciones la AMVO y GS1 México, encontraron que el 54% de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en México está pensando en exportar sus productos con ayuda de canales de venta en línea, ya que algunas consideran

que sus productos no están siendo pagados de manera correcta en el país. Por ello, esperan que puedan ser vendidos de una mejor forma y con un margen mayor en otras naciones. (Principalmente Estados Unidos y Canadá), Además, afirman que el canal digital de las pymes en México se ha robustecido, por ejemplo, en el primer trimestre del 2021 sus ventas por internet se incrementaron en un 100%.

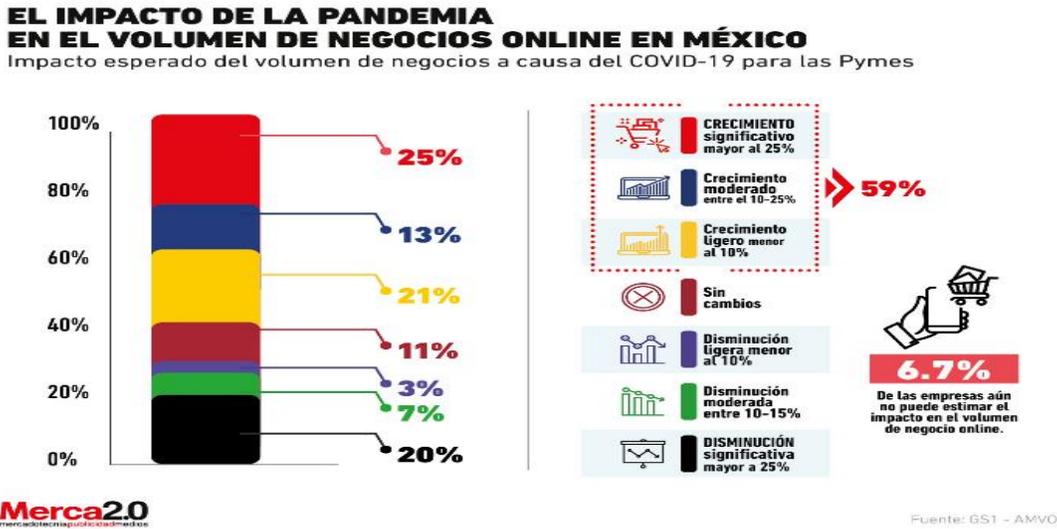
Aunque no existen muchas fuentes de investigación o de medición y datos sobre las tendencias actuales del comercio electrónico en México, la AMVO surge como casi la única opción, pese a que existen algunas otras como Euromonitor, la Asociación de Internet MX o GS1 México.

Al ser un asunto virtual y que los constantes cambios surgidos motivados por su propia razón de ser del comercio electrónico, es difícil redactar un libro físico ni autores que se aventuren a escribirlos y mucho menos editoriales que quieran pagar por algo escrito que cambiará y dejará de ser actual en un lapso muy breve de tiempo y que nadie querría comprar.

El Covid-19 se convirtió en el principal detonador de la transformación digital de las pymes, así como el acelerador de su entrada al mundo del comercio electrónico y plataformas digitales es por ello que el *e-commerce* impulsará su posicionamiento, alcance geográfico de sus productos, resonancia y amplitud de sus contenidos, conexión emocional con el consumidor y omnicanalidad de su estrategia comercial.

Algo que queda claro es que, ante las crisis, la única solución es la adaptabilidad y la constante innovación del mercado, y sin duda, esta época será un parteaguas en la forma de trabajar y hacer negocios específicamente para las PyMes. Tal como se muestra en la siguiente gráfica, el comercio electrónico ya se encontraba en crecimiento, pero fue la pandemia la que lo catapultó al crecimiento sostenido y parece ser que llegó para quedarse.

Ilustración 4: Impacto del COVID-19 en los negocios de las Pymes.



Fuente: Merca2.0. 2020

La llegada de la pandemia aceleró la adopción de las ventas en línea de grandes compañías, pero también de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en México. Estados Unidos es el principal país al que buscan exportar; para dar este paso, primero buscan madurar la marca a nivel nacional para después comercializar en estados del norte del país y por último dar el paso hacia el país vecino.

Aunque muchos emprendedores y empresarios creen que existen muchas oportunidades en países de centro y Sudamérica, así como en China, Europa o algún otro país del globo; la realidad es que sus exportaciones son sin lugar a dudas a Estados Unidos y Canadá.

III.2 El Comercio Electrónico en las PYMES Mexicanas

¿Qué se sabe hasta ahora del comercio electrónico?

La llegada del nuevo siglo y de la tecnología, se han apropiado del comercio mundial, sino del todo, si de una manera única y sin precedentes en los últimos meses. La cereza del pastel llegó con la pandemia mundial y la renegociación del tratado México-Estados Unidos-Canadá (T-MEC), donde este último ha incluido no por coincidencia un artículo específicamente sobre el comercio electrónico (Artículo

19), sino que al ser parte de una tendencia de carácter mundial, este segmento del comercio tiene que dársele la importancia que hoy las empresas, los gobiernos y sobre todo los consumidores han adoptado como un medio de negocios no sólo alternativo en años anteriores, sino como parte de la vida cotidiana actualmente. tan es así, que de acuerdo a la Asociación Mexicana de Ventas Online en 2020 el comercio electrónico generó 316 millones de pesos en México, un crecimiento de 81% respecto al año previo como se muestra en la gráfica a continuación.

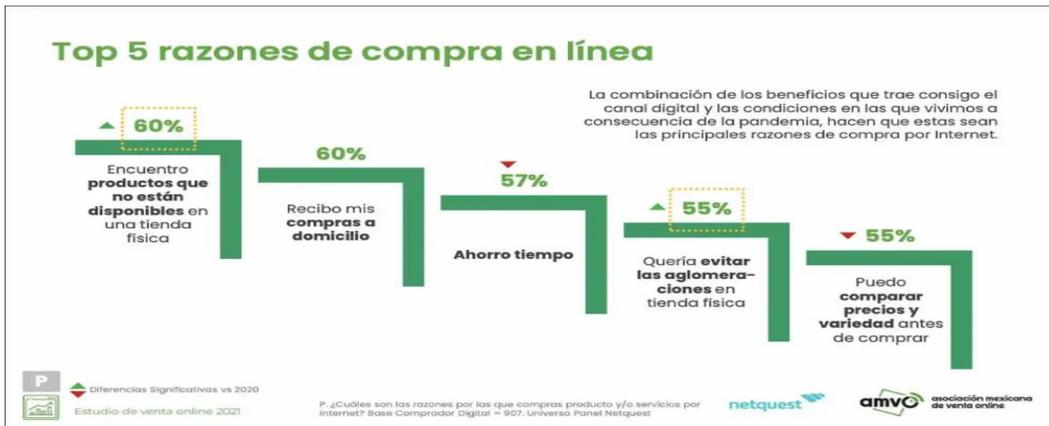
Ilustración 5: eCommerce y su valor de mercado 2020



Fuente: Asociación Mexicana de Venta Online. 2021

Por lo tanto, se considera importante comentar que la pandemia impulsó sin duda el comercio electrónico en el mundo y las restricciones que esto trajo aumentó su presencia en todo tipo de casos, es por ello que las tendencias que se vislumbran en el horizonte son, que en un futuro serán cada vez más hacia el comercio de “a lejos o a distancia” y el retail en línea será el gran ganador, por ello se piensa que, si todas las pymes desean crecer sus ventas o crear una empresa, este sin duda es el momento de hacerlo. Por ello, a continuación, se muestran las principales razones por las cuales un consumidor compra en línea con mayor frecuencia entre las que destacan, recibir las compras a domicilio o encontrar productos exclusivos son las que mayor aceptación reciben entre algunas otras.

Ilustración 6: Razones de compra.

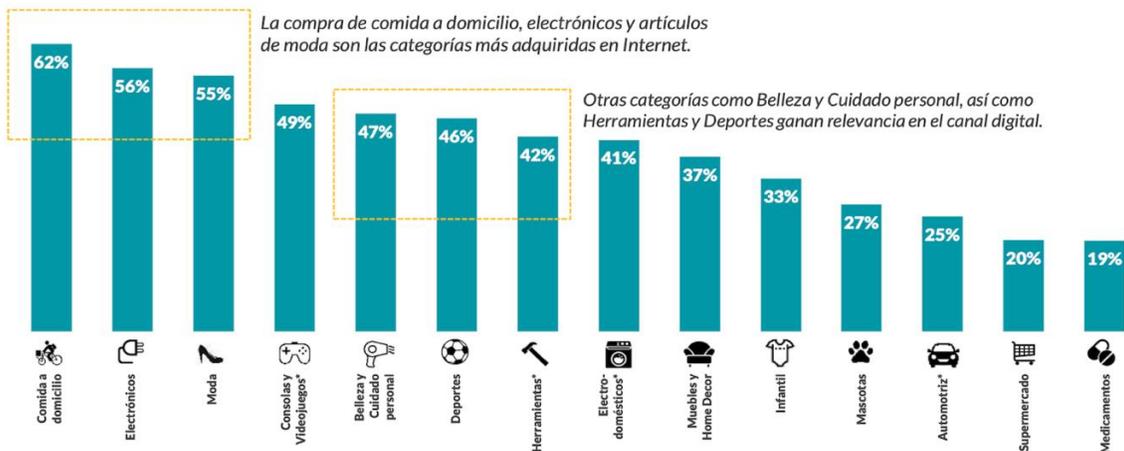


Fuente: AMVO. 2021

El B2B (Business to Business) y el B2C (Business to Consumer) llegaron para quedarse y para apoderarse del sector que más crece en todo el mundo: las ventas online. Claro esto debido a los cambios en los hábitos de compra del consumidor, las experiencias de compra más personalizadas para el cliente a través de la inteligencia artificial, creando recomendaciones de compra, los productos y servicios están en todo lugar y a cualquier hora, la flexibilidad de la forma de pago y el internet de las cosas es lo de hoy y está generando nuevas experiencias de compra a través de los asistentes de voz.

Ilustración 7: ¿Qué se compra en internet?

PREFERENCIA DE COMPRA EN LÍNEA
Por categoría de Productos

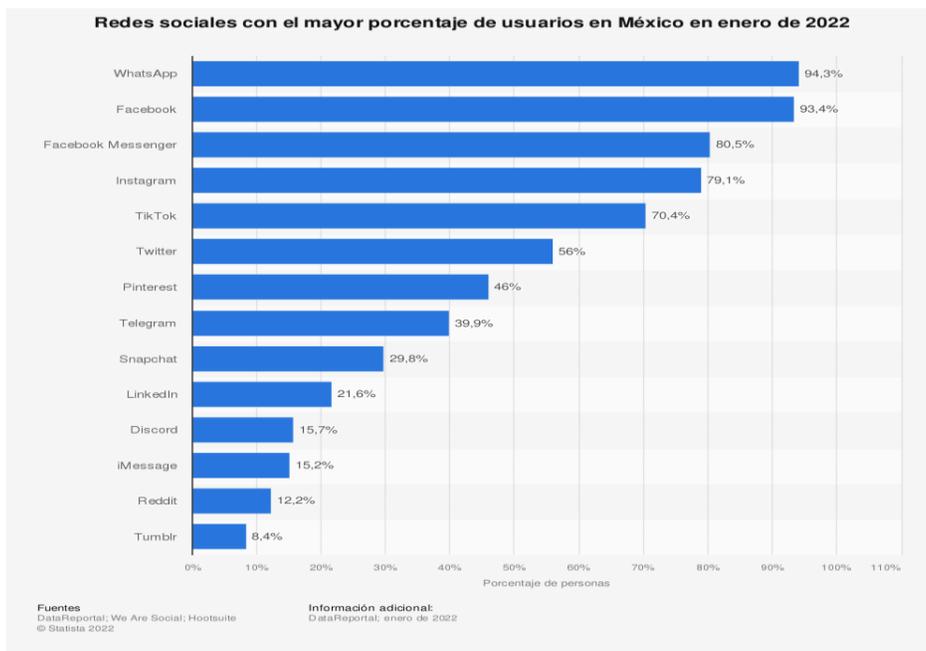


Fuente: Asociación Mexicana de Ventas Online y netquest. 2021.

El comercio electrónico ha marcado la pauta a seguir desde hace algunos años pero se ha intensificado a consecuencia de la pandemia actual y a los tratados internacionales entre los países, y claro está que tiene muchas ventajas, por ejemplo, ayuda a reducir costos logísticos ya que la empresa no invertirá en infraestructura ni en personal que atienda a los clientes de manera física, además que se podrán realizar las ventas en línea a cualquier hora del día de forma automatizada, los productos comprados serán recibidos hasta la puerta de la casa sin costo adicional o el seguimiento en tiempo real de los productos comprados por el consumidor da la certeza que el trato fue serio y real; entre algunas otras se muestra la gráfica siguiente donde la comida a domicilio junto con la moda y los electrodomésticos los que lideran la lista de las preferencias de compra.

Todo tipo de empresa que quiera triunfar en el mercado online está adaptándose a los cambios constantes y evoluciona de acuerdo a lo que marque el mercado. Las tendencias del Social Commerce suelen ser las ventas estratégicas a través de las redes sociales, como Facebook, Twitter, Messenger, Instagram, Tiktok, WhatsApp, Pinterest o YouTube, entre algunas otras. Como se muestra a continuación:

Ilustración 8: Redes sociales con mayor porcentajes de usuarios.



Fuente: Statista. 2022

Y algunos de los actores más relevantes y líderes del comercio electrónico en el mundo o Marketplaces, como Amazon, eBay, Mercado Libre o Liverpool han dominado el escenario virtual de las ventas, quizás habrá otros, pero estos sin duda son los más fuertes y famosos. Como vemos en la imagen.

Ilustración 9: Las e-commerce preferidas.



Fuente: Statista.2021

Las pymes cobran especial protagonismo en el e-commerce, el marketing especializado en la web y existe mayor confianza de compra por internet por parte de los usuarios. Pero analizando de una forma más específica el perfil del consumidor online mexicano tenemos que tanto hombres como mujeres compran en línea, principalmente si son jóvenes o personas menores de 45 años, de un nivel socioeconómico medio-alto y que viven en grandes ciudades en su mayoría, como lo muestra la siguiente gráfica.

Ilustración 10: ¿Quién y que edad tiene el comprador de internet?

Perfil Demográfico del Comprador Digital Mexicano

El consumidor digital crece en más públicos de edades superiores a los 45 años, el segmento femenino resalta en comparación con ediciones anteriores, especialmente en niveles socioeconómicos medios altos.



Fuente: Asociación Mexicana de Ventas online y netquest. 2021.

Las tendencias actuales representan una oportunidad para las actuales y nuevas empresas que venden a través de internet, dado que el comercio electrónico va al alza, el número de compradores es más grande y éstos gastarán cada vez más dinero por compras en internet a medida que crezca su nivel de seguridad al comprar en línea.

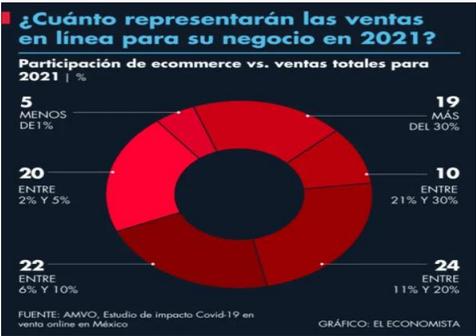
Ilustración 11: Ventas minoristas por sector.



Fuente: Inegi y El Economista

La segmentación de mercados como se observa en la gráfica anterior, es cada vez más especializada, las empresas gastan mucho dinero en investigación para llegar al consumidor con información cada vez más exacta y específica para conocer sus gustos, deseos y necesidades. La personalización de los productos clásicos o de productos casi a la medida del cliente crea una fusión perfecta entre empresa-cliente que casi siempre termina en compra. Claro esa es la idea. Para muestra la siguiente gráfica que muestra la proyección de ventas online para 2021 del total de ventas.

Ilustración 12: Participación del ecommerce vs ventas totales.



Fuente: amvo y el economista.

La información de los usuarios es cada vez más fácil con la geolocalización, generada por las nuevas tecnologías, por lo que es más fácil saber en qué sitio navega el cliente real y potencial de la empresa. Sin embargo, la evolución del comercio electrónico la marca el consumidor, dado que cada vez es mucho más exigente con lo que compra en la red, por el nivel de competencia entre las empresas y el nivel de oferta que encuentra de los productos y servicios, por ende, busca mayor calidad al menor costo y evalúa el costo-beneficio antes de comprar. Sin embargo, algo que detonaría las ventas online es superando algunas de los principales motivadores de compra en línea como la seguridad electrónica y los métodos de pago.

Ilustración 13: Motivadores de compra.



FUENTE: NETQUEST Y AMVO 2021.

Los teléfonos o relojes inteligentes están generando mayores ventas online como nunca antes visto, dado la practicidad y lo cómodo de hacerlo desde la comodidad de su mano. Las redes sociales presentan mayor relevancia en las decisiones de compra online por parte de los consumidores e influyen en las tendencias futuras.

Tecnologías como la virtualización de las tiendas y productos, la realidad virtual o realidad aumentada son las que tienen mayor protagonismo y a medida que avance la tecnología crecerá el comercio electrónico.

Ilustración 14: Métodos de entrega de las compras online.



Fuente: AMVO 2021

Los tiempos de entrega de productos es cada vez más rápida y eficiente, en algunas ocasiones llegando el mismo día en que se compra, independientemente del lugar donde se encuentre el producto comprado. Y la tendencia es hacerlo en cuestión de horas, como ya ocurre con Amazon o mercado libre.

Las empresas están utilizando tecnologías de punta para poder determinar que compra el consumidor antes de que este piense en hacerlo. Es decir, puede predecir que comprar, que día y a qué hora. Y aunque parezca difícil de creer, el futuro ha llegado a través del comercio electrónico. Bienvenidos al mundo virtual de las compras online. Las tendencias de la entrega en línea moderna o al menos en prototipo que no tardara mucho en literalmente despegar como lo muestra Amazon en la imagen.

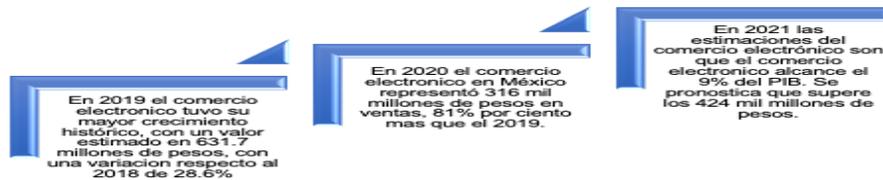
La logística es más sofisticada y el delivery se han transformado y se ha convertido en más rápido mediante el uso de drones no tripulados y robots. La creación de empleos hoy es más grande a través del mercado electrónico, sin embargo, los puestos son en asuntos especializados en el tema, como ingenieros o expertos en Big Data. La evolución de las formas de pago ha transformado el sector y generado dudas sobre las monedas actuales. Hacia el futuro físico de las mismas.

La seguridad en las compras ha permitido el crecimiento actual y la tendencia es que la seguridad de pago o del cuidado del dinero en las transferencias aumente entre compradores y vendedores virtuales y que sea más efectiva y segura.³

La actual situación de la pandemia está empujando a las empresas a volverse completamente digitales más rápido que nunca.

El comercio electrónico es el futuro y las estadísticas lo avalan:

Ilustración 15: Evolución del ecommerce.



Fuente: Elaboración propia. Con información de amvo, merca2.0 y GS1.

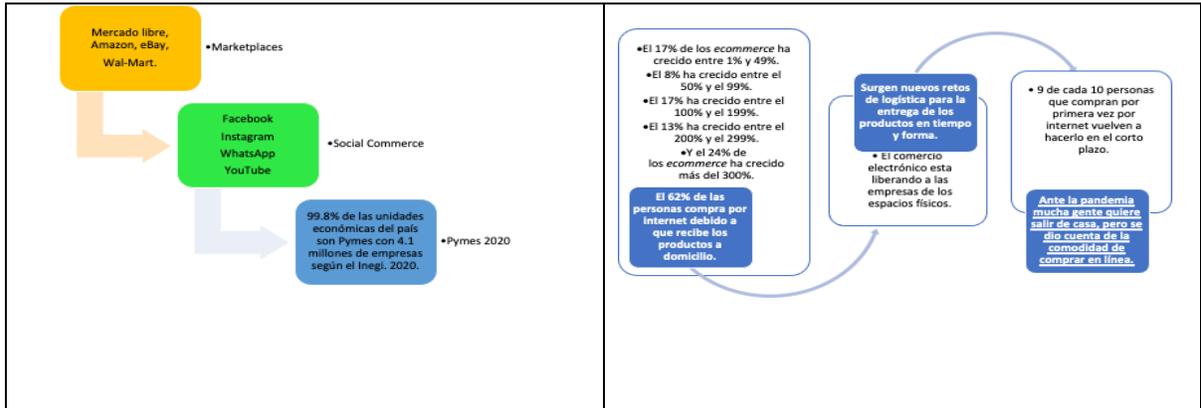
Aunque al momento del boom del internet y del mercado electrónico específicamente, las tiendas en línea o las redes sociales más conocidas dieron la pauta para lo que vemos en el e-commerce, hoy casi cualquier empresa puede tener su tienda en internet y ser exitoso con mayor facilidad no como las pioneras, que algunas de ellas incluso se han visto rezagadas frente a competidores que se han adaptado mejor a los cambios y a las nuevas tendencias del mercado no solo del



³ E-Marketer, amvo, Merca 2.0. 2021.

país de origen de la empresa sino del mercado mundial, y no precisamente por ser de gran tamaño, sino su enfoque del mercado meta que tiene cada una de estas empresas. Como se muestra en las siguientes gráficas.

Ilustración 16: Tendencias de mercado online.



Fuente: Elaboración propia, con información de amvo, GS1, netquest.

Según la OCDE en 2020, considera que ayudar a las PYMES a beneficiarse de las oportunidades del comercio electrónico es fundamental. Al igual que en otros países de la región, las PYMES representan en México la gran mayoría de las unidades económicas (más del 90 por ciento) y generan siete de cada 10 puestos de empleo que se crean.

III.3 Ecuaciones Estructurales

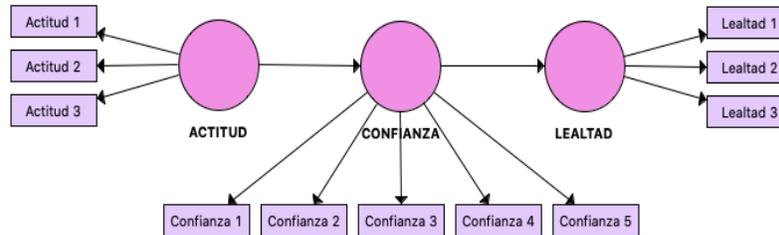
El comercio electrónico o e-commerce, a tenido su gran momento de crecer y de posicionarse como una nueva manera muy eficaz de realizar las comprar via internet, sin embargo, no siempre fue así, porque para ello fue necesario utilizar las ecuaciones estructurales para elaborar un plan estratégico que le permita a los vendedores conocer diversos factores claves respecto a sus clientes reales y prospectos, el grado de satisfacción que estos perciben respecto al producto o servicio vs su precio.

Para ello, sin duda existen diversos efectos causales que pueden derivar del enfoque que se busque conocer, algún factor muy específico, pero que detone en un probable suceso que puede variar la satisfacción del cliente a la hora de estar seleccionando un producto.

Las variables que se tienen que tomar en cuenta a la hora de llevar a cabo una ecuación estructural, pueden ser muchas, sin embargo el objetivo principal debe ser el conocer algo que los clientes han percibido o que puedan percibir a la hora de su compra, por ejemplo,

¿que lleva a los cleintes a comprar un producto que no lo pueden ver físicamente antes de pagarlo en línea? Esas cuestiones, hace algunos años eran quizas la principal limitante que hacia que el e-commerce tuviera dificultades para crecer. La confianza. Pero mediante una ecuación estructural se pudo medir el grado de satisfacción respecto a este punto y es cuando se pueden tomr medidas de ación correctivas para mejorar la percepción del cliente.

Ecuación 1: Ejemplo de ecuación estructural.



Fuente: Extraido desde <http://ru.iiec.unam.mx/5177/1/3-161-Torres-Juarez-Ruiz.pdf>

Es cierto que existen muchos terminos que pueden ser utilizados en estas ecuaciones, como los parámetros que se deben seguir, el comportamiento de las variables a la hora de crear una ecuación, las estimaciones que se pueden tener, los modelos a seguir respecto a la meta que se quiera alcanzar, como medir correctamente la satisfacción del cliente cuando este factor resultar ser cuantitativo. Pero lo que se no queda duda, es que este tipo de ecuaciones estructurales le permite a la empresa o al vendedor, un mejor análisis de la información de sus clientes y asi se puedan tomar mejores decisiones.

III. 4 Análisis de datos por estadística descriptiva, modelación de ecuaciones estructurales y redes neuronales artificiales.

El análisis de los datos obtenidos de una investigación de mercado o de manera general resulta ser un reto para los encargados de sacar y obtener información concreta y eficaz de una serie de técnicas que se utilizan para obtener información y que con ella se tomen mejores decisiones que permiten a las empresas tomar acción en busca de pocisionarse en el mercado online cada vez más competitivo.

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Fuente: SurveyMonkey

Las hipótesis suelen ser variadas y cada muestra tomada de la población puede tener diversas vertientes, pero para que su veracidad sea consistente es importante considerar los parámetros estadísticos establecidos para considerar la autenticidad de los datos y que estos sean lo más cercanos posibles a la realidad.

CAPITULO IV- TRATADO MÉXICO ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ (T-MEC).

EL T-MEC es el nuevo acuerdo comercial entre México, Estados Unidos y Canadá que sustituye al Tratado de Libre Comercio (TLCAN). Estas negociaciones permitieron retener los elementos clave de esta relación comercial, así como incorporar disposiciones nuevas y actualizadas destinadas a resolver los denominados desafíos comerciales del siglo XXI y promover puntos de venta por las personas que viven en América del Norte.

Ilustración 17: Países del T-MEC



A continuación se dará un panorama general de como algunos de los artículos relacionados en el Acuerdo Comercial más importante de Norteamérica; influyen, benefician y ofrecen oportunidades a las PYMES en México.

Tabla 3: Artículos relacionados al eCommerce y a las Pymes.

Artículo	Descripción	Artículo	Descripción
2	Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado: Acuerdos sobre licencias de importación.	20	Derechos de Propiedad Intelectual.
4	Reglas de Origen: reglas de origen específicas por producto.	21	Política de Competencia.
7	Administración Aduanera y Facilitación del Comercio.	25	Pequeñas y Medianas Empresas.
15	Comercio Transfronterizo de Servicios.	26	Competitividad.
17	Servicios Financieros.	28	Buenas Prácticas Regulatorias.
19	Comercio Digital.	33	Asuntos de Política Macroeconómica y de Tipo de Cambio.

Un tratado como lo es el T-MEC, ha agregado diversos capítulos que dan apertura a un nuevo enfoque que permitiera dar mejor visión a futuro de muchas Pequeñas y Medianas Empresas, que mediante el tratado se verán beneficiadas por la apertura del comercio electrónico, y del auge de las ventas en línea, que antes y durante de la pandemia han abierto las puertas y las oportunidades a muchas empresas que desean ir más allá de un espacio físico, y enfrentar a un mercado ansioso y voraz, que a través del e-commerce, se podrá llegar a él con mayor facilidad. La siguiente gráfica, refleja la importancia del T-MEC, y los cambios más representativos con los que cuenta.

Ilustración 18: T-MEC



Fuente: Secretaría de Economía

Balanza Comercial Entre México-Estados Unidos (T-MEC)

La gran relevancia que ha tenido el tratado de libre comercio desde 1994 hasta nuestros días es notorio, en la siguiente tabla donde se muestra como ha sido su evolución desde entonces y los números parecen ser muy concretos, para México este tratado comercial le ha beneficiado mucho y de continuar con esta tendencia, el país se mantendrá como el principal centro de las exportaciones mexicanas y de las importaciones de el principal mercado comercial del mundo. En poco tiempo quizás los datos seguirán creciendo de concretarse el nearshoring, que está provocando mayor crecimiento en la región. El tiempo lo dirá, pero mientras estas cifras son para seguir compitiendo e innovando y de mantener los ojos puestos en el comercio digital que es lo que hoy esta detonando gran parte este intercambio comercial de la región T-MEC.

Ilustración 19: México- USA



Fuente: ELCEO.COM

Tabla 4: Balanza Comercial México - USA



Fuente: Secretaría de Economía con Datos del Banco de México

Balanza Comercial Entre México-Canadá (T-MEC)

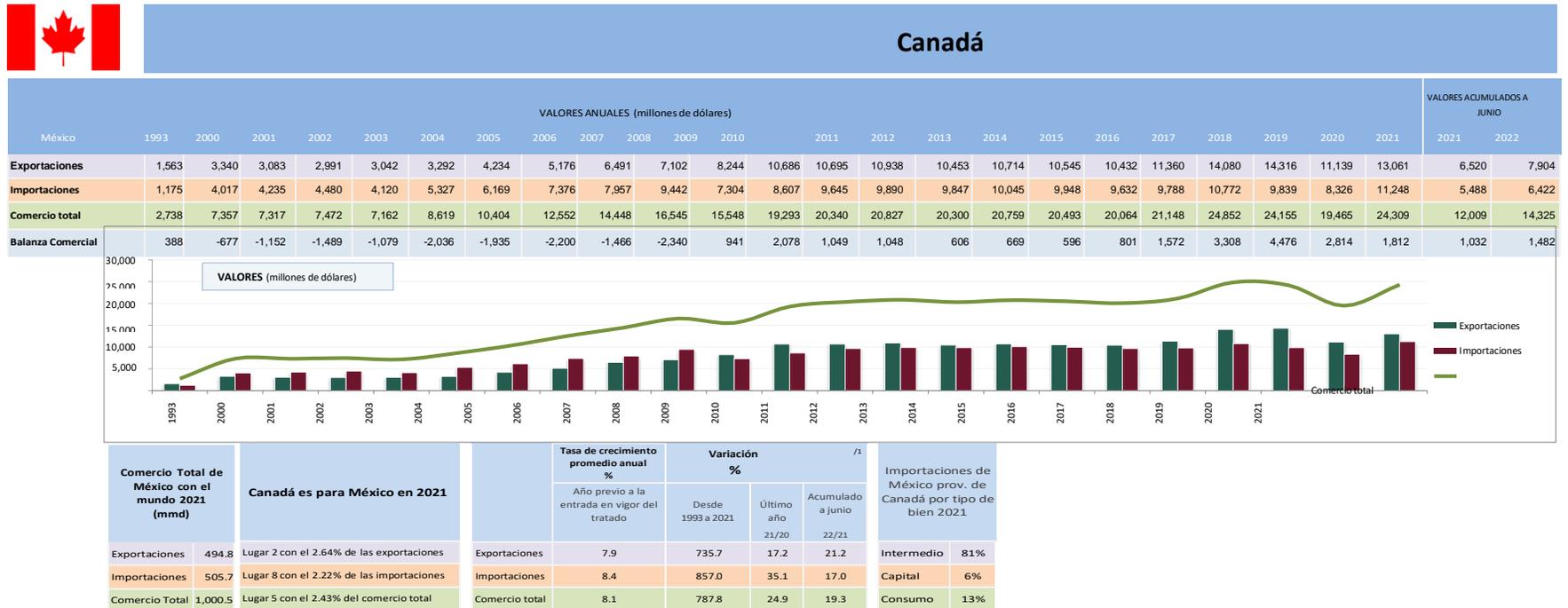
Aunque Canadá es un miembro del T-MEC, y si participa en las importaciones y exportaciones desde y para México, su participación aún no es de números importantes como lo son con respecto a Estados Unidos. Sin embargo, como se muestra a continuación, los números si han sido muy importantes, si consideramos el crecimiento que se ha tenido respecto al comercio que se tenía con Canadá previo al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Que entró en vigor en 1994. Hoy los datos muestran un cambio muy importante y las grandes oportunidades que se tienen en este mercado, teniendo en cuenta las preferencias que se tienen por parte de México por el tratado T-MEC.

Ilustración 20: México - Canadá



Fuente: Gaceta UNAM.

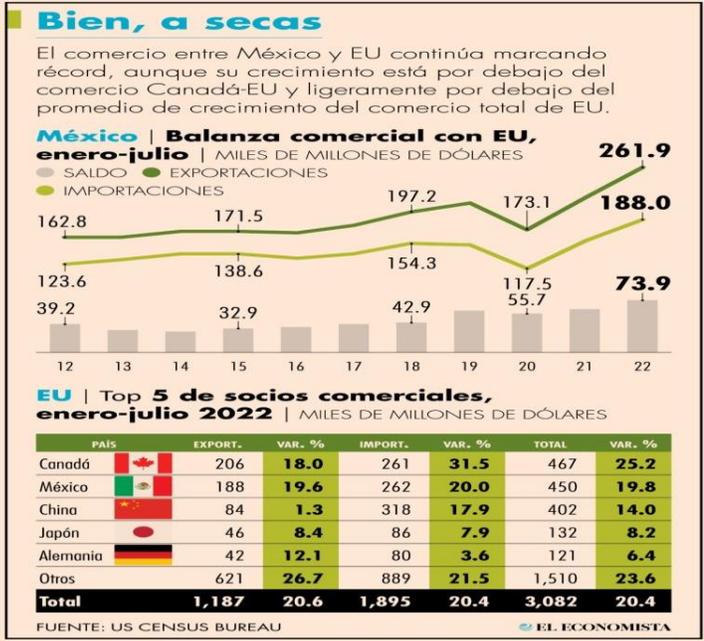
Tabla 5: Balanza comercial México - Canadá



Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banco de México.

Como parte del acuerdo comercial que existe con el T-MEC, en la región de norteamérica, Canadá y México aprovechan sin duda su cercanía con el mayor mercado comercial que es Estados Unidos, siendo estos los que mayormente comercian con el, aunque se libran batallas constantes por la competencia del mismo mercado incluso con países como China, México se muestra competitivo gracias al tratado de libre comercio. Como lo muestra el siguiente reporte con datos de la Oficina del Censo de los Estados Unidos.

Ilustración 21: Comercio México y EU



Fuente: US CENSUS BUREAU

En cuanto a competitividad, es claro el avance y el continuo desempeño de México con respecto a Estados Unidos principalmente en exportaciones e importaciones y aunque el desempeño de estas en 2021 como se muestra en la grafica, han sido que se ha comprado más del extranjero que vendido hacia el exterior, la balanza comercial del país continua con ritmo sostenido y refleja una competitividad marcada, y en pro de continuar su crecimiento.

Ilustración 22: Balanza Comercial de México.



Fuente: IMCO

Y hablando de socios comerciales la región T-MEC, busca colocarse como la región más próspera y grande del mundo, pese al crecimiento exponencial de China y algunos otros países asiáticos, la región se mantiene y busca fortalecer estos lazos comerciales y mientras Estados Unidos continúe siendo su principal socio comercial el país continuará fortaleciendo y creciendo de la mano de los tratados comerciales en el comercio mundial.

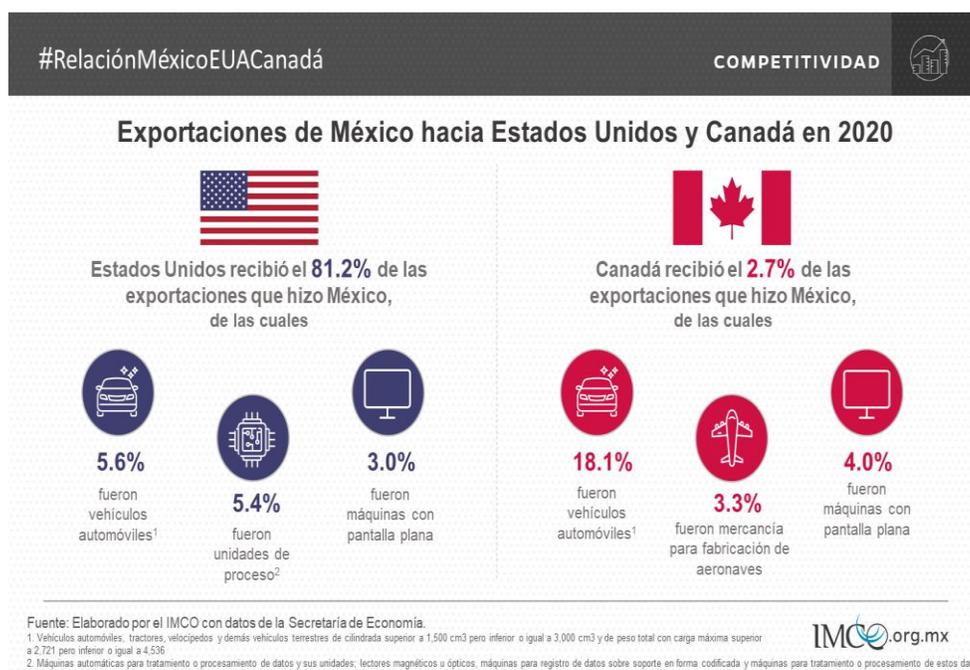
Ilustración 23: Socios Comerciales de México



Fuente: Secretaría de Economía

Aunque mucho se ha dicho que México depende comercialmente de Estados Unidos, lo cual es cierto; también lo es que México tiene que aprovechar este gran mercado. Porque como se ha visto más de un país quisiera las ventajas competitivas que tiene México. Como lo muestra el IMCO, con datos de la Secretaría de Economía en la siguiente gráfica se muestra a donde van las exportaciones de México dentro de la región T-MEC. Algo que sin duda es de relevancia dado el crecimiento y desarrollo que ha tenido el país gracias a este tratado desde 1994 con el su momento llamado TLCAN.

Ilustración 24: Exportaciones Mexicanas en 2020

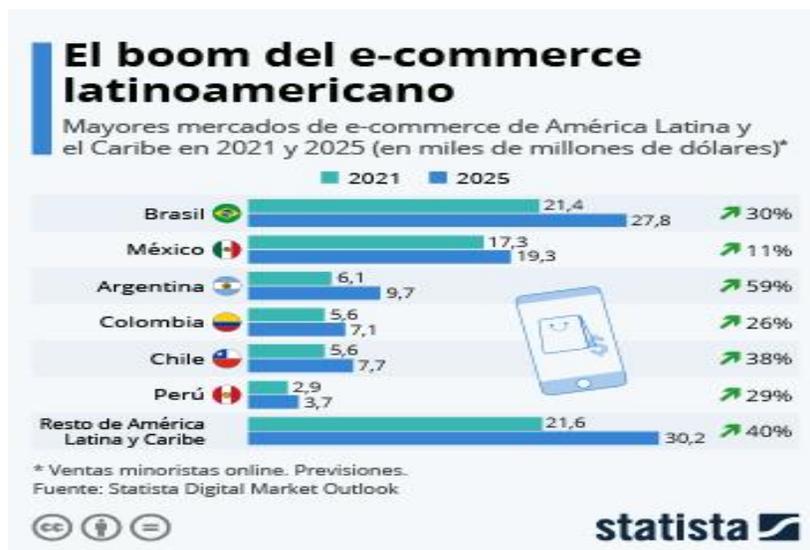


Fuente: Secretaría de Economía

La pandemia que se desarrolló a lo largo de casi dos años en parte trajo un importante crecimiento dentro del comercio digital, pero lo que dejó ha sido un cambio radical en cómo hacer comercio después del virus. El gran crecimiento en las ventas a través de internet ha sido desbordante para países principalmente en vías de desarrollo como lo es América Latina, y tal es su crecimiento que las principales beneficiadas son las pymes. Y la tendencia marca la pauta para que el

crecimiento sea sostenido y continúe con buenos números al 2025. Tal como se muestra en la siguiente tabla.

Ilustración 25: El boom del E-commerce



Fuente: statista

Ventajas:

- Modernización.
- Adaptación a los nuevos tiempos.

IV.1 Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías

Por ser un asunto económico y de suma importancia para México y sus socios comerciales (Estados Unidos y Canadá), el TLCAN que entró en vigor en 1994, fue renegociado y reestructurado en 2020, y como resultado de dichas modificaciones hoy tenemos el nuevo acuerdo llamado T-MEC. En dicho acuerdo fueron anexados

algunos artículos que no estaban incluidos en el de 1994, y otros que, si estaban, pero fueron adaptados a los nuevos tiempos⁴.

Aquí sin duda, comenzaremos a hablar sobre la importancia de tener claro los conceptos o definiciones de lo que se habla en el tratado para no dejar los temas de forma ambigua, esto significa que por ningún motivo se puede dejar a la interpretación de cada país, conceptos, palabras o frases escritas en el tratado; por tanto, es necesario explicarlo y especificarlo claramente para que se entienda de la misma forma por todos los socios. Con base en este razonamiento, a continuación, se exponen 20 capítulos de los 34 que componen el T-MEC, referidos exclusivamente al tema del comercio electrónico como beneficios para las PyMES.

Cada concepto debe quedar claro, por sus contextos culturales y de idioma de los países miembros es importante que las palabras utilizadas sean las correctas y que estas sean claras y concisas. Para ello, este capítulo muestra a detalle que significan dichos conceptos, por ejemplo:

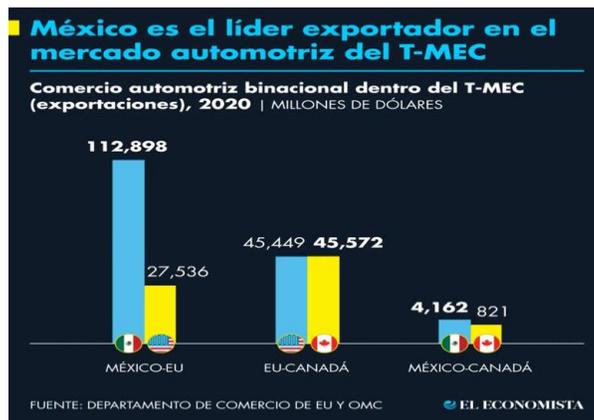
- Distribuidor
- Importación
- Libre de aranceles
- Materiales publicitarios impresos en los productos
- Publicidad en los productos
- Requisito de desempeño
- Transacciones consulares
- Vehículo usado

⁴ Sistema de información sobre comercio exterior (2022) extraído desde http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp. El 15 de enero de 2022

- Licencias

Por otro lado, ninguna de las partes incrementará cualquier arancel aduanero existente, o adoptará cualquier nuevo arancel aduanero sobre una mercancía originaria. Sin embargo, cada parte aplicará sus aranceles a mercancías arancelarias de acuerdo a lo establecido en los anexos del tratado. Y cualquier cambio de reglas, estas deberán hacerse con la aprobación de todas las partes involucradas.

Ilustración 26: Exportaciones automotrices.

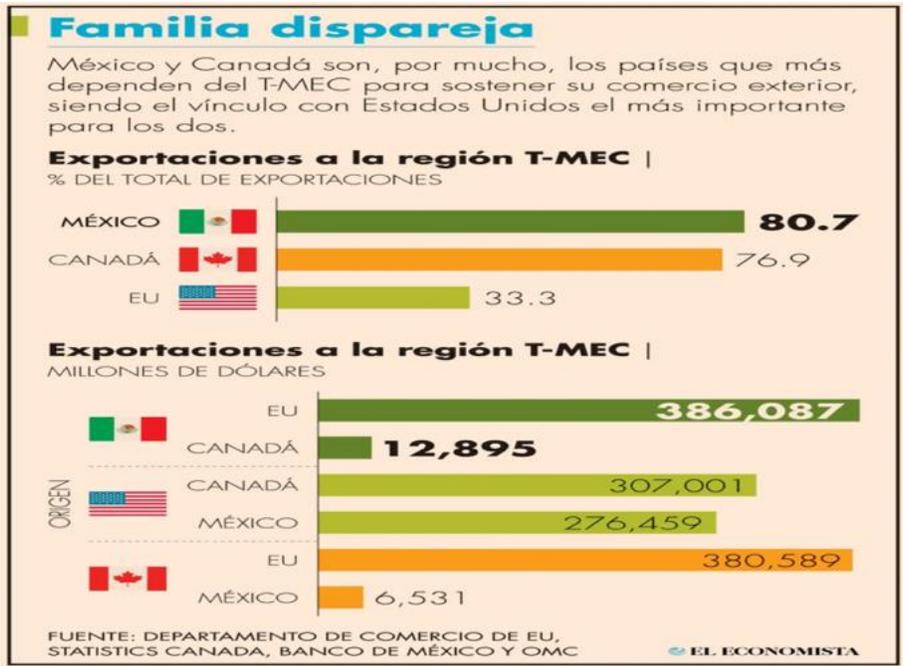


Fuente: Departamento de Comercio de USA Y la OMC.

Como se muestra en las siguientes tablas, la importancia del T-MEC para México sin duda, representa su motor de crecimiento y desarrollo, mantenerse a la vanguardia frente a otras potencias es su gran reto y seguir siendo competitivo en diversos sectores clave de la economía mundial será el objetivo y la meta a alcanzar seguramente por varios países por tanto México debe permanecer en el juego. La gran dependencia comercial con los Estados Unidos muestra que, si algo sale mal ahí, México lo resentirá a mayor grado.

En esta por ejemplo se muestra como en el sector automotriz México lidera las exportaciones de automóviles al mercado T-MEC. Teniendo a Estados Unidos como el país con las mayores transacciones en intercambio comercio que con Canadá.

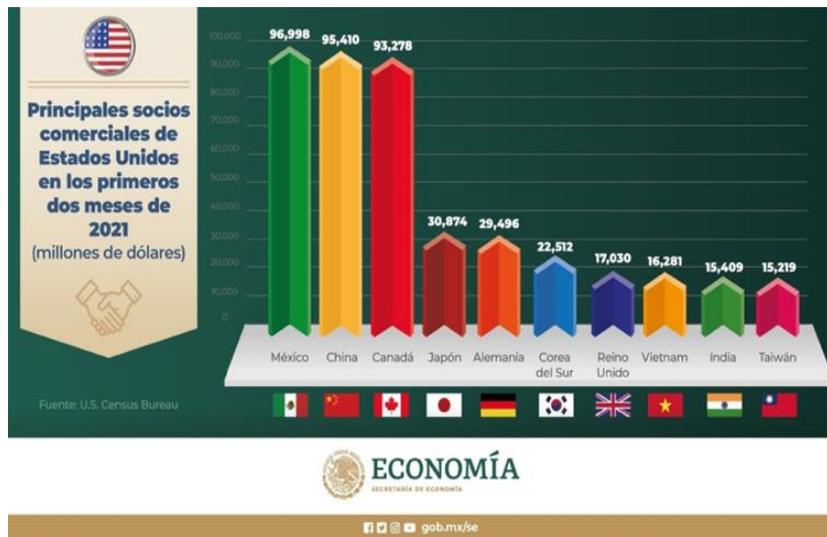
Ilustración 27: Exportaciones a región T-MEC.



Fuente: Departamento de Comercio de USA, Statistics Canadá, Banco de México y la OMC.

En esta otra, se representa como México depende brutalmente de las ventas o intercambio comercial en el club T-MEC. Donde hasta un 80.7 de sus exportaciones van a esta región. Además, que pese a ser dos países a los cuales se le pueden vender, sólo es Estados Unidos por mucho el País al que se le vende casi todo lo que se produce en México.

Ilustración 28: Socios Comerciales 2021



Fuente: Secretaría de Economía. 2021

Sin embargo, como podemos observar en esta gráfica, la competencia no está solo en el club T-MEC, sino con un país de otra región, y que ni siquiera tiene tratado comercial claro con Estados Unidos como lo es China. País con el que se da pelea por ser el número uno como socio comercial del país más poderoso del orbe y de la economía más fuerte aún. Y siendo Canadá un competidor en tercer lugar. Es decir, en región T-MEC, hay un intruso que puede comerles el mercado del país más jugoso del mundo.

Asimismo, ninguna Parte reembolsará el monto de los aranceles aduaneros pagados, ni eximir o reducir el monto de los aranceles aduaneros adeudados, en relación con una mercancía importada a su territorio, a condición de que la mercancía sea, posteriormente exportada al territorio de otra Parte, usada como un material en la producción de otra mercancía posteriormente exportada al territorio de otra Parte; o sustituida por una mercancía idéntica o similar utilizada como un material en la producción de otra mercancía posteriormente exportada al territorio de otra Parte, en un monto que exceda al menor entre el monto total de aranceles

aduaneros pagados o adeudados sobre la importación de la mercancía a su territorio y el monto total de aranceles aduaneros pagados a otra Parte en relación con la mercancía que haya sido exportada posteriormente al territorio de esa otra Parte.

Además, ninguna Parte, a condición de exportar, reembolsará, eximirá, ni reducirá, un derecho antidumping o compensatorio, una prima que se ofrezca o recaude sobre mercancías importadas derivada de cualquier sistema de licitación relativo a la aplicación de restricciones cuantitativas a la importación, o contingentes arancelarios, o niveles de preferencia arancelaria; o aranceles aduaneros, pagados o adeudados, respecto de una mercancía importada a su territorio y sustituida por una mercancía idéntica o similar que sea subsecuentemente exportada al territorio de otra Parte.

Ninguna Parte aplicará un arancel aduanero a una mercancía, independientemente de su origen, que reingrese a su territorio después de que haya sido exportada temporalmente desde su territorio al territorio de otra Parte para ser reparada o alterada, sin importar si tal reparación o alteración pudo haber sido efectuada en el territorio de la Parte desde la cual la mercancía fue exportada para reparación o alteración, o si ha incrementado el valor de la mercancía.

Ninguna Parte adoptará o mantendrá cualquier arancel, impuesto u otro cargo a la exportación de cualquier mercancía al territorio de otra Parte, a menos que tal arancel, impuesto o cargo sea también aplicado sobre esa mercancía cuando esté destinada al consumo interno.

Dicho artículo establece las reglas claras tanto para los asuntos de negocios y productos a importar y exportar con Estados Unidos y Canadá de manera separada, contemplando que cada país tiene sus propias reglas y sus condiciones, por tal motivo es necesario analizar y tener en el radar que es importante considerar las diferencias y las condiciones de cada parte para realizar los negocios pertinentes.

asimismo, recordar que por ser mexicanos no debemos obviar que también para México hay condiciones tanto para importar como para exportar. Y en este capítulo detalla las características para los tres países.

Las condiciones de compra y venta de mercancías quedan especificadas en este capítulo del T-MEC, dada su importancia es de relevancia que las partes involucradas definan claramente las reglas del juego el cual firmaron y que tendrán que cumplir a cabalidad, de lo contrario también aquí se especifica mediante cláusulas que aplica en caso de no hacerlo.⁵

VENTAJAS:

- Reglas claras.
- Libre de aranceles
- Competitividad regional.

IV.2 Reglas de Origen Específicas por Productos.

El capítulo 4 del T-MEC muestra, los conceptos y/o términos referentes a los temas a tratar en este capítulo, dado que deben de quedar claros y especificados para evitar dudas y confusiones entre las partes a la hora de hacer negocios y evitar las ambigüedades y tener sesgos de la información, lo que podría traer problemas entre las partes involucradas.

Imagen 1



Fuente: iStock⁶

⁵ Sistema de Información Sobre Comercio Exterior. (2020). "Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá" Capítulo 2. México. 27 de agosto de 2021, de Organización de los Estados Americanos Sitio web: http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp

Respecto a las mercancías originarias, cada Parte dispondrá que una mercancía es originaria si ésta es totalmente obtenida o producida enteramente en el territorio de una o más Partes, producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes utilizando materiales no originarios, siempre que la mercancía cumpla todos los requisitos aplicables en este capítulo, producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes, exclusivamente de materiales originarios.

Imagen 2



Fuente: iStock⁷

Una mercancía originaria es totalmente obtenida o producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes si ésta es, un mineral u otra sustancia de origen natural extraídos u obtenidos ahí, una planta o producto de una planta, vegetal u hongo, crecido, cultivado, cosechado, recogido o recolectado ahí, un animal vivo nacido y criado ahí, una mercancía obtenida de un animal vivo ahí, un animal obtenido de la caza, caza con trampa, pesca, recolección o captura realizada ahí, entre algunas otras.

Imagen 3



Fuente: depositphotos.⁸

⁷ iStock. Extraído desde <https://www.istockphoto.com/es/vector/hecho-en-sello-rojo-grunge-redondo-canadá-gm958078828-261615648>. El 07 de febrero de 2022.

⁸ Depositphotos. Extraído desde <https://sp.depositphotos.com/vector-images/made-in-usa.html>. El 08 de febrero 2022.

Cada Parte dispondrá que un material recuperado obtenido en el territorio de una o más de las Partes sea tratado como originario cuando sea utilizado en la producción de, e incorporado en, una mercancía remanufacturada, es decir, una mercancía remanufacturada es originaria sólo si cumple con los requisitos aplicables en este capítulo y un material recuperado que no sea utilizado o incorporado en la producción de una mercancía remanufacturada es originario sólo si cumple con las especificaciones estipuladas.

Cada Parte dispondrá que el valor de contenido regional de una mercancía sea calculado, a elección del importador, exportador o productor de la mercancía, bajo el método del valor de transacción establecido en el capítulo. Además, dispondrá que un importador, exportador o productor pueda calcular el valor de contenido regional de la mercancía bajo el método de valor de el valor de un material es: para un material importado por el productor de la mercancía, el valor de transacción del material al momento de la importación, incluyendo los costos incurridos en el transporte internacional del material, para un material adquirido en el territorio donde la mercancía es producida; el precio pagado o por pagar por el productor en la Parte donde el productor está ubicado, para un material no originario o material de origen indeterminado.

Los siguientes gastos podrán ser deducidos del valor del material; los costos del flete, seguro, empaque y todos los demás costos incurridos en el transporte del material hasta la ubicación del productor de la mercancía, aranceles, impuestos y costos por servicios de intermediación aduanera sobre el material, pagados en el territorio de una o más de las Partes, con excepción de los aranceles e impuestos que sean condonados, reembolsados, reembolsables o de otra forma recuperables, que incluyen el crédito por aranceles o impuestos pagados o por pagar y el costo de desechos y desperdicios derivados del uso del material en la producción de la mercancía, menos el valor de los desechos reutilizables o derivados.

En general en este capítulo se muestra las reglas de origen por producto en específico, es decir, que por producto que se exporte dependiendo del país del que se trate deberá apegarse a ciertas especificaciones necesarias para que los procedimientos sean válidos y aceptados por las partes.

Se especifica las fechas y los cambios previstos en el futuro para algunas reglas de operación y el funcionamiento que deberá cambiar para mantener actualizadas las condiciones de comercio entre las partes involucradas.⁹

Ventajas:

- Reglas de origen del producto.
- Mercancías originarias.

IV.3 Aduanas y Facilitación de Comercio

En este capítulo se reafirman los derechos y obligaciones de las partes para facilitar el comercio. Con el fin de minimizar los costos en los que incurren los operadores comerciales durante la importación, exportación o tránsito de mercancías, cada Parte administrará sus procedimientos aduaneros de forma que facilite la importación, exportación o tránsito de una mercancía, y apoye el cumplimiento de su ordenamiento jurídico.

Las Partes discutirán las medidas adicionales para facilitar el comercio. Se alentará a las Partes a adoptar medidas adicionales fundadas sobre las obligaciones de este Capítulo con el fin de facilitar aún más el comercio.

Respecto a la publicación de la información en línea, cada Parte pondrá en un sitio web gratuito, accesible al público y actualizará conforme sea necesario, la siguiente

⁹ Sistema de Información Sobre Comercio Exterior. (2020). "Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá" Capítulo 4. México. 27 de agosto de 2021, de Organización de los Estados Americanos Sitio web: http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp

información: un recurso informativo que describa los procedimientos y pasos prácticos que las personas interesadas requieran seguir para llevar a cabo una importación a, exportación desde, o tránsito a través del territorio de la Parte; la documentación e información que se requiera para realizar una importación a, exportación desde, o tránsito a través de, su territorio; sus leyes, regulaciones y procedimientos para realizar una importación a, exportación desde, o tránsito a través de, su territorio. Como se muestra a continuación en la imagen, la importancia de las aduanas en el territorio nacional y como estas ayudan a controlar, facilitar y regular un mejor comercio con sus principales socios comerciales. Con sus 50 aduanas México busca una mejor fiscalización y recaudación.

Ilustración 29: Aduanas de México



Fuente: Reino Aduanero: <https://reinoaduanero.mx/aduanas-de-mexico/>

Asimismo, los vínculos web a todos los aranceles aduaneros, impuestos, cuotas y cargos vigentes que impone a o en relación con la importación, exportación o tránsito, incluyendo cuándo aplique la cuota o el cargo y la cantidad o la tasa. información de contacto de sus servicios de información establecidos, sus leyes, regulaciones y procedimientos para ser agente aduanal, para la emisión de licencia de agente aduanal y respecto al uso de los agentes aduanales; medios informativos que ayuden a las personas interesadas a entender sus responsabilidades cuando importan a, exportan desde, o transitan mercancías a través de, su territorio; cómo estar al corriente en su cumplimiento y los beneficios de este cumplimiento; y procedimientos para corregir un error de una operación aduanera, incluida la información que deba ser remitida y, de ser aplicable, las circunstancias en las que no habría lugar a sanción.

Será necesario que cada Parte publique, de manera anticipada, regulaciones de aplicación general que rigen asuntos aduaneros y de comercio que proponga adoptar, y ofrecerá a las personas interesadas la oportunidad de comentar antes de que la Parte adopte esas regulaciones. Es así, que cada Parte adoptará o mantendrá mecanismos que permitan la comunicación constante con los operadores comerciales dentro de su territorio sobre sus procedimientos relacionados con la importación, exportación y el tránsito de mercancías.

Cada Parte establecerá o mantendrá uno o más servicios de información para responder a las consultas formuladas por las personas interesadas relativas a los procedimientos de importación, exportación y tránsito.

Por otro lado, las resoluciones anticipadas deberán ser atendidas por conducto de la administración aduanera de cada parte la cual emitirá una resolución anticipada por escrito, antes de la importación de una mercancía a su territorio, que indique el trato que la Parte concederá a la mercancía al momento de la importación. Es por ello que cada Parte permitirá que un exportador, importador, productor, o cualquier otra persona con causa justificable, o un representante de la misma, solicite una

resolución anticipada por escrito. Por tanto, ninguna Parte podrá, como condición para solicitar una resolución anticipada, requerir que un exportador o productor de la otra Parte establezca o mantenga una relación contractual o de otro tipo con una persona localizada en el territorio de la Parte importadora.

Cada Parte dispondrá que su administración aduanera pueda tener la facultad de solicitar en cualquier momento, durante el proceso de evaluación de una solicitud de resolución anticipada, información adicional a la persona que solicita la resolución anticipada, dado que dicha resolución tendrá efectos en todo su territorio para la persona a quien se expida la resolución.

Después de emitir una resolución anticipada, la Parte emisora podrá modificar o revocar la resolución anticipada si hay un cambio en el ordenamiento jurídico, hechos o circunstancias en que se basó la resolución, o si la resolución se basó en información inexacta o falsa, o en un error.

A petición de un importador en su territorio, o un exportador o productor en el territorio de otra Parte, una Parte proporcionará, dentro de un plazo razonable, asesoría o información pertinente sobre los hechos contenidos en la solicitud de devolución de aranceles o programas de diferimiento de aranceles que reducen, devuelven o eximen aranceles aduaneros.

Cada Parte adoptará o mantendrá procedimientos aduaneros simplificados para el despacho aduanero eficiente de las mercancías con el fin de facilitar el comercio entre las Partes. Por ejemplo, permitirán que las mercancías puedan ser despachadas en el punto de llegada, sin requerir el traslado temporal a depósitos u otros recintos.

Cada Parte adoptará o mantendrá procedimientos aduaneros expeditos y específicos para los envíos de entrega rápida, manteniendo a la vez controles aduaneros apropiados. Como el de prever que la información requerida para el despacho aduanero de un envío de entrega rápida sea presentada y procesada antes de su arribo, permitir la presentación de información en un solo documento,

tal como un manifiesto, que ampare todas las mercancías contenidas en un envío de entrega rápida, de ser posible, a través de medios electrónicos y agilizar el despacho aduanero de estos envíos basándose, en la medida de lo posible, en un mínimo de documentación o en un único envío de información entre algunos otros.

Cada una de las partes deberá hacer uso de la tecnología de la información para agilizar los procedimientos para el despacho aduanero de las mercancías, poner a disposición por medios electrónicos cualquier declaración u otro formato requerido para la importación, exportación o tránsito de mercancías a través de su territorio, permitir que una declaración aduanera y la documentación relacionada se presenten en formato electrónico, es decir, dar prioridad a los nuevos sistemas de comunicación existentes.

Cada Parte establecerá o mantendrá un sistema de ventanilla única que permita la presentación electrónica de la documentación e información que la Parte requiera para la importación en su territorio a través de un punto único de entrada. Además, revisará las operaciones de su sistema de ventanilla única con el fin de ampliar su funcionalidad para cubrir todas sus operaciones de importación, exportación y tránsito dado que cada Parte deberá informar, de manera oportuna, a una persona que esté usando su sistema de ventanilla única, acerca del estado del despacho aduanero de las mercancías, a través del sistema de ventanilla única.

Cada Parte aplicará sus procedimientos aduaneros relacionados con la importación, exportación y tránsito de mercancías de manera transparente, predecible y compatible en todo su territorio.

Cada Parte mantendrá un sistema de gestión de riesgos para la evaluación y selección de objetivos que permita a su administración aduanera, y a otras agencias involucradas en el proceso de comercio transfronterizo, enfocar actividades de inspección en mercancías de alto riesgo y que simplifique el despacho aduanero y movimiento de mercancías de bajo riesgo. Con el fin de facilitar el comercio.

Con el objetivo de agilizar el despacho aduanero de las mercancías, cada Parte adoptará o mantendrá auditorías posteriores al despacho aduanero para garantizar el cumplimiento de sus leyes y regulaciones aduaneras y otras relacionadas.

Las mercancías, así como los buques y otros medios de transporte se considerarán en tránsito en el territorio de una Parte cuando el paso a través del territorio, con o sin transbordo, almacenamiento, carga fraccionada o cambio en el medio de transporte, es sólo una parte de un viaje completo que comienza y termina más allá de la frontera de la Parte a través de cuyo territorio pasa el tráfico.

Cada Parte adoptará o mantendrá medidas que permitan a la administración aduanera de una Parte la imposición de una sanción por incumplimiento de sus leyes, regulaciones o requisitos procedimentales aduaneros, incluidos aquellos que rigen la clasificación arancelaria, valoración aduanera, procedimientos de tránsito, país de origen o solicitudes de trato preferencial.

Cada Parte asegurará que cualquier sanción impuesta por su administración aduanera por incumplimiento de sus leyes, regulaciones o requisitos procedimentales aduaneros depende de los hechos y circunstancias del caso, incluida cualquier infracción previa por parte de la persona que recibe la sanción, y es proporcional al grado y gravedad del incumplimiento.

Sobre las normas de conducta Cada Parte proporcionará un mecanismo para que los importadores, exportadores, transportistas, agentes aduanales y otras partes interesadas, presenten reclamaciones sobre conductas que se perciban como indebidas o corruptas efectuadas en su territorio, incluidos los puertos de entrada y otras oficinas de aduanas, del personal de la administración aduanera.

Cada Parte permitirá que un importador y cualquier otra persona que considere adecuada, de conformidad con sus leyes y regulaciones, presente por sí misma una declaración aduanera y otra documentación de importación o tránsito sin los servicios de un agente aduanal. Para los efectos de la presentación electrónica, la autodeclaración incluirá el acceso directo o a través de un proveedor de servicios,

a sistemas electrónicos para la presentación y transmisión de declaraciones aduaneras y otros documentos de importación o tránsito.

Las Partes cooperarán entre sí, según sea apropiado, con el fin de facilitar el comercio promoviendo un procesamiento eficiente y efectivo de las importaciones y exportaciones a través de sus puertos de entrada.

La administración aduanera de cada Parte aplicará medidas que regulen la recopilación, protección, uso, divulgación, retención, corrección y eliminación de la información que recabe de los operadores comerciales, a través de la confidencialidad.

Para facilitar el comercio es necesario el intercambio de información entre las Partes con respecto a sus respectivas experiencias referente al desarrollo y la implementación de una ventanilla única, incluidas información referente a las agencias fronterizas participantes de cada Parte y la automatización de sus formatos, documentos y procedimientos; proporcionar un foro para compartir puntos de vista sobre casos individuales relacionados con cuestiones de clasificación arancelaria, valoración aduanera, otros tratamientos aduaneros o tendencias y problemas emergentes de la industria, con el fin de conciliar inconsistencias, apoyar un entorno empresarial competitivo, o de otro modo facilitar el comercio y la inversión entre las Partes y revisar las iniciativas internacionales sobre facilitación del comercio. Para muestra la siguiente grafica muestra como los países miembros del T-MEC, desarrollan su comercio electrónico, dejando claro las tendencias que marcaran el futuro del comercio.

Ilustración 30: Comercio Electrónico



Fuente: T-MEC

Las Partes acuerdan fortalecer y expandir su cooperación y esfuerzos en la aplicación de la legislación aduanera y de comercio, tal como se establece en esta Sección. En estos esfuerzos, las Partes pueden usar cualquier mecanismo aplicable, incluidos los mecanismos de cooperación bilateral.

Si una Parte proporciona información a otra Parte de conformidad con esta Sección y designa la información como confidencial o es confidencial conforme al ordenamiento jurídico de la Parte, la Parte receptora mantendrá la información confidencial de conformidad con su ordenamiento jurídico.¹⁰

Ventajas:

- Derechos y obligaciones de las partes.
- Facilitar importaciones-exportaciones(comercio).

¹⁰ Sistema de Información Sobre Comercio Exterior. (2020). "Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá" Capítulo 7. México. 27 de agosto de 2021, de Organización de los Estados Americanos Sitio web: http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp

- Leyes y regulaciones.
- Uso de nuevos sistemas electrónicos de comunicación.
- Ventanilla única.
- Confidencialidad de la información
- Intercambio de información.
- Automatización de procesos.

IV.4 Comercio Transfronterizo de Servicios

A partir de las definiciones ofrecidas por el glosario del T-MEC; entendemos al comercio transfronterizo de servicios como el suministro de un servicio del territorio de una Parte al territorio de otra Parte, el ejecutado por un nacional de una Parte en el territorio de otra Parte, lo anterior excluye la inversión cubierta.

Las modalidades en las que las empresas pueden ofrecer un servicio transfronterizo son: el denominado servicio profesional con la peculiaridad de que se trata de un servicio que requiere de entrenamiento especializado, servicio suministrado en el ejercicio de facultad gubernamental en donde la condición comercial es de no competencia, y finalmente el servicio aéreo especializado cuyo propósito no es el transporte de mercancías o pasajeros.

Al configurar las aplicaciones del capítulo 15 del T-MEC surgen a la vista las medidas adoptadas o mantenidas por una Parte con el comercio transfronterizo de servicios por un proveedor de servicios de otra Parte, las medidas incluyen: la producción, distribución, comercialización, compra, pago de un servicio. Las medidas son excluyentes con los servicios financieros, contratación pública, servicios aéreos y los suministrados por la facultad gubernamental.

Al referirse al trato nacional, el capítulo detalla que los servicios que otorgará un proveedor no serán menos favorables para una de las Partes, incluso en relación con un gobierno diferente al de nivel central cada parte otorgará servicios de otra Parte un trato no menos favorable que el que otorgue en circunstancias similares.

El tratado buscará lograr el acceso a los mercados, en los que ninguna Parte adoptará o mantendrá una medida sea sobre la base de una subdivisión o de la totalidad del territorio que imponga limitación al número de proveedores de servicios, valor de las transacciones, número total de las operaciones de servicios, el número de personas que pondrán ser empleadas.

Dentro de las obligaciones del gobierno será garantizar las condiciones para el desarrollo, si una Parte considera que una medida aplicada a nivel regional crea un impedimento sustancial al suministro transfronterizo de un servicio, ésta podrá solicitar consultas con respecto a la medida. Así mismo ninguna Parte exigirá a un proveedor de servicios establecer o mantener una oficina o empresa en su territorio como condición para otorgar el servicio. Como podemos observar en la siguiente imagen, el comercio transfronterizo forma parte de nuestra forma de vida actual, la globalización y las formas de llevar a cabo las cadenas de suministro para abastecer el apetito del mercado mundial son hoy parte crucial de una economía en constante dependencia. Y el T-MEC por su naturaleza busca ese intercambio entre los países miembros de manera fácil, ágil, accesible y legal.

Imagen 4



Fuente: T21. <http://t21.com.mx/terrestre/2020/07/20/t-mec-via-impulsar-transportistas-mexicanos>

En la aplicación cada Parte asegurará que una medida de aplicación que afecte el comercio de servicios sea administrada de una forma razonable, objetiva e imparcial, así mismo si una Parte solicita una autorización para el suministro de un servicio, asegurará que cada una de sus autoridades competentes, permiten al

solicitante presentar una solicitud en cualquier momento. En relación a los pagos y transferencias entre empresas, cada Parte permitirá el flujo de efectivo en moneda de libre circulación al tipo de cambio para el pago de servicios transfronterizos.

En relación a las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) y con el fin de mejorar las oportunidades comerciales de servicios para éstas, cada Parte procurará apoyar el desarrollo del comercio de servicios y modelos de negocio habilitadores, servicios de venta directa, incluso se permiten y promueven las medidas que faciliten el acceso a las PyMES a recursos.

Cada Parte procurará adoptar o mantener mecanismos apropiados que consideren los efectos de acciones regulatorias en PyMES, proveedoras de servicios y que permitan a las empresas participar en el desarrollo de políticas regulatorias, se busca que cada Parte procure asegurar que los procesos de autorización para un sector de servicios no impongan responsabilidades desproporcionadas sobre las pequeñas y medianas empresas.

Los beneficios detallados en este capítulo podrán no aplicar a un proveedor de servicios de otra Parte si es que se trata de una empresa de propiedad o controlada por una persona de una no Parte, y la Parte que deniega adopta o mantiene una medida con respecto a la no Parte o a una persona de la no Parte que prohíbe una transacción con esa empresa o que sería violada o evadida si los beneficios de este capítulo fueran otorgados a esa empresa.

Ventajas:

- Servicios profesionales.
- Entrenamiento especializado.
- Acceso a los mercados.
- Cadenas de suministro.
- Intercambio comercial.

IV.5 Comercio Digital

En este capítulo sin duda es necesario comenzar con entender varios conceptos que para muchos son nuevos, y sin duda hay que entenderlos bien, tales como algoritmo, autenticación electrónica, firma digital o servicio informático. Quien lo hubiera pensado hace algunos años, que podríamos comprar y vender cualquier cosa por una plataforma como lo es hoy el internet. El comercio electrónico o digital se ha posicionado como la forma más fácil de comprar y vender; pero también genera dudas de que comprar, ya que, al hacerlo, y tener tantas opciones se puede caer en el la incertidumbre de tomar buenas decisiones de compra. Lo mismo pasa al vender, que, al tener tanta competencia, tienes que tener un diferenciador muy específico y un precio acorde a lo que el consumidor percibe del producto para que este lo compre. Como se muestra en la, tanta información parece hacernos dudar. Al tiempo de que nos transporta a otra forma de hacer comercio electrónico.

Por otro lado, cada una de las partes, reconocen el crecimiento económico y las oportunidades proporcionadas por el comercio digital y la importancia de marcos que promueven la confianza de los consumidores en el comercio digital y de evitar obstáculos innecesarios para su uso y desarrollo. Para mayor certeza, una medida que afecte el suministro de un servicio prestado o realizado electrónicamente está sujeta a los Capítulos 14, (Inversión), Capítulo 15 (Comercio Transfronterizo de Servicios) y Capítulo 17 (Servicios Financieros). Y todo desde una computadora como esta de la imagen.

Imagen 5



Fuente: nueva sociedad (2017)¹¹

¹¹ Nueva Sociedad (2017) extraído desde <https://nuso.org/articulo/el-comercio-digital-y-la-amenaza-para-los-trabajadores/>. El 06 de febrero 2022.

Con esto, ninguna Parte impondrá aranceles aduaneros, tarifas, u otros cargos sobre o en conexión con la importación o exportación de productos digitales transmitidos electrónicamente, entre una persona de una Parte y una persona de otra Parte. A menos que dichos impuestos, tarifas o cargas se impongan de una manera compatible con este Tratado. Miles de tiendas en un aparato inteligente, como teléfono, Tablet o computadora. Así es el comercio electrónico actual.

Es por ello que no habrá tratos discriminatorios, por lo que ninguna Parte otorgará un trato menos favorable a un producto digital creado, producido, publicado, contratado para, comisionado o puesto a disposición por primera vez en condiciones comerciales en el territorio de otra Parte, o a un producto digital del cual el autor, intérprete, productor, desarrollador o propietario sea una persona de otra Parte, que el que otorga a otros productos digitales similares y no se aplicará ningún subsidio o subvención otorgado, o por una Parte, incluidos un préstamo, garantía o seguro respaldados por el gobierno.

Imagen 6



Fuente: marketing4eCommerce (2018)¹²

¹² Marketing4ecommerce (2018). Extraído desde <https://marketing4ecommerce.mx/comercio-transfronterizo-y-la-vision-de-los-candidatos-presidenciales/>. El 07 de febrero de 2022.

Cada parte mantendrá un marco legal que rijan las transacciones electrónicas y cada parte procurará evitar cargas regulatorias innecesarias en las transacciones electrónicas, facilitando la opinión de las personas en dichas transacciones.

Tanta información que tiene que ser regulada y controlada. Forma parte hoy día en el entretenimiento de miles de personas que sin darse cuenta podrían estar compartiendo algo más que compras en línea. Sino información confidencial que alguien más podría usar sin su permiso. Como se ve en la imagen, cada persona esta interactuando con un aparato electrónico y que seguramente está proporcionando datos que no todos podrías utilizar responsablemente.

Asimismo, ninguna de las partes negará la validez legal de una firma únicamente electrónica ni mucho menos sobre la autenticación de la misma. Por lo cual el comercio electrónico será válido con la presencia de firmas electrónicas sin ninguna restricción y donde ambas partes fomenten su uso.

En este sentido, las Partes reconocen la importancia de adoptar y mantener medidas transparentes y efectivas para proteger a los consumidores de prácticas comerciales fraudulentas o engañosas, cuando participan en el comercio digital. En México pese a su lento crecimiento comparado con sus homólogos del T-MEC, ha buscado un camino lo suficientemente eficiente para ir creando las condiciones de confianza para los consumidores compren por internet. Y esas compras sean seguras.

Imagen 7



Fuente: industrialnews(2020)¹³

¹³ Industrialnews (2020). Extraído desde <https://www.industrialnewsbc.com/2020/10/17/aumenta-comercio-digital-en-mexico/>. El 07 de febrero de 2022.

Se debe reconocer la importancia del comercio electrónico y el interés público que se debe tener mutuamente para la cooperación entre sus respectivas agencias de protección al consumidor u otros organismos nacionales pertinentes en las actividades relacionadas con el comercio digital transfronterizo, con el fin de mejorar el bienestar del consumidor.

Es necesario reconocer los beneficios económicos y sociales de la protección de la información personal de los usuarios del comercio digital y la contribución que esto hace a la mejora de la confianza del consumidor en el comercio digital. Además, de adoptar prácticas no discriminatorias al proteger a los usuarios del comercio digital de violaciones a la protección de la información personal ocurridas dentro de su jurisdicción, para ello cada parte involucrada publicará información sobre la protección de la información personal que proporciona a los usuarios del comercio digital y podrán tomar diferentes enfoques legales para proteger la información personal por lo que se facilitará las transferencias transfronterizas.

En un mundo lleno de información virtual, lo importante es garantizar la seguridad y la certeza de que no se hará mal uso de esa información. Esa parte tanto empresas como gobiernos tienen su parte de compromiso.

Imagen 8



Fuente: alto nivel (2021)¹⁴

¹⁴ Altonivel (2021). Extraído desde <https://www.altonivel.com.mx/tecnologia/nft-una-tecnologia-de-2500-mdd-que-revoluciona-el-comercio-digital-y-el-mercado-del-arte/>. El 01 de febrero de 2022.

En este contexto de seguridad de las empresas y los usuarios, las Partes reconocen que las amenazas a la ciberseguridad menoscaban la confianza en el comercio digital. Por consiguiente, las Partes procurarán, desarrollar las capacidades de sus respectivas entidades nacionales responsables de la respuesta a incidentes de ciberseguridad. Lo que hacemos en la red, desde donde lo hacemos y como lo hacemos determinará que no tengan consecuencias negativas en nuestra contra, dado que hacer compras y transacciones en la red debe hacerse desde paginas oficiales, confiables y reconocidas. De nosotros como usuarios dependerá hacer buen uso de las tiendas online que las empresas ponen a nuestra disposición, y el gobierno deberá hacer su parte para proteger ambas partes del sector comercial electrónico. La ciberseguridad como muestra la imagen puede venir de cualquier frente, la información que hay en la red es tan enorme que cuidarla es y será un gran reto a cubrir porque con un solo clic, podemos determinar el rumbo de nuestra información y datos personales y financieros.

Respecto a los servicios informáticos interactivos las partes reconocen la importancia de la promoción de los servicios informáticos interactivos, incluso para las pequeñas y medianas empresas, como vitales para el crecimiento del comercio digital. Lo que dará como resultado el facilitar el acceso público y el uso de información gubernamental para fomentar el desarrollo económico y social, la competitividad y la innovación, con el fin de mejorar y generar oportunidades comerciales, especialmente para PyMEs.¹⁵

Ventajas:

- Libertad de aranceles.
- Seguridad electrónica.

¹⁵ Sistema de Información Sobre Comercio Exterior. (2020). "Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá" Capítulo 19. México. 27 de agosto de 2021, de Organización de los Estados Americanos Sitio web: http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp

- Protección de la información personal.
- Confianza del consumidor.
- Cero barreras geográficas.
- Nuevos mercados.
- Eliminación de barreras horarias.
- 24/7.
- Transferencias transfronterizas.
- Regulación del comercio electrónico.
- Generación de oportunidades.
- Innovación comercial.
- Desarrollo económico y social.
- Competitividad.

IV.6 Propiedad Intelectual

Para efectos de este capítulo que es el 20 del T-MEC, se abordaran conceptos indispensables para entender un poco mejor este tema, por ejemplo, acuerdos o tratados internacionales o lo que significa la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual).

Entrando en materia es necesario comentar que cada Parte proporcionará en su territorio a los nacionales de otra Parte protección y observancia adecuadas y efectivas de los derechos de propiedad intelectual, asegurando que las medidas para observar los derechos de propiedad intelectual no se conviertan a su vez en obstáculos al comercio legítimo.

Cada parte deberá de ratificar que está en los acuerdos importantes como el Tratado de cooperación en materia de patentes. El convenio de París, el acuerdo de la Haya o el convenio de Bruselas.

Con respecto a todas las categorías de propiedad intelectual cubiertas por este Capítulo, cada Parte otorgará a los nacionales de otra Parte un trato no menos favorable del que les otorga a sus propios nacionales, con relación a la protección de los derechos de propiedad intelectual. Además, cada Parte procurará publicar en línea sus leyes, regulaciones, procedimientos y resoluciones administrativas de aplicación general relativas a la protección y observancia de los derechos de

propiedad intelectual. Por consiguiente, cada Parte procurará publicar en línea, de conformidad con su ordenamiento jurídico, la información que hace pública relativa a las solicitudes de marcas, indicaciones geográficas, diseños y patentes.

Nada en este Tratado impide a una Parte determinar, si aplica, o bajo qué condiciones aplica, el agotamiento de los derechos de propiedad intelectual, conforme a su sistema legal, por lo que el Comité de Derechos de Propiedad Intelectual deberá intercambiar información, relativa de derechos de propiedad intelectual incluyendo como la protección a la propiedad intelectual contribuye a la innovación, la creatividad, el crecimiento económico y el empleo; tales como los desarrollos en la legislación y política nacional e internacional de propiedad intelectual, los beneficios económicos relacionados con el comercio y otros análisis de las contribuciones derivadas de la protección y observancia de los derechos de propiedad intelectual o las cuestiones de propiedad intelectual particularmente relevantes a pequeñas y medianas empresas; actividades en materia de ciencia, tecnología e innovación; así como a la generación, transferencia y difusión de tecnología.

Por ejemplo, en la siguiente imagen se refleja la importancia de cuidar las ideas o las creaciones, para dar certeza de que nadie más las usara. Y de ser así al estar protegidas puede evitarse y castigarse a quien usurpe marca o ideas ya registradas.

Imagen 9



Fuente: Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/mas-contenido/la-importancia-de-la-propiedad-intelectual-542053>

En cuestión de marcas ninguna Parte requerirá, como condición para el registro de una marca, que el signo sea visualmente perceptible, ni denegará el registro de una marca solo por el motivo de que el signo del que está compuesta es un sonido.

Adicionalmente, cada Parte realizará los mejores esfuerzos para registrar marcas olfativas. Una Parte podrá requerir una descripción concisa y precisa, o una representación gráfica, o ambas, de la marca, según sea aplicable, además de establecerse que las marcas incluyen a las marcas colectivas y a las marcas de certificación.

Ninguna Parte estará obligada a tratar a las marcas de certificación como una categoría separada en su ordenamiento jurídico, siempre que esas marcas estén protegidas. Asimismo, cada Parte dispondrá que los signos que puedan servir como indicaciones geográficas sean susceptibles de protección de conformidad con su sistema marcario.

Imagen 10



Fuente: Parque de la Innovación Tecnológica. <https://innovacion.uas.edu.mx/ciencia-tecnologia-y-propiedad-intelectual-son-derechos-humanos/>

Además de que cada Parte proporcionará un sistema electrónico para la solicitud y mantenimiento de marcas; y un sistema electrónico público de información, que incluya una base de datos en línea, de solicitudes de marcas y registros de marcas. Y cada Parte dispondrá que el registro inicial y cada renovación de registro de una marca sea por un plazo no menor a 10 años. Es por ello, que cada empresa o persona física debe cuidar a su recurso humano que es el encargado de crear las ideas y las innovaciones que permitirán crecer y desarrollarse a la entidad. El cerebro humano es genial por ello hay que proteger lo que de ahí sale que al final es lo más valioso que tendrá una empresa: el talento de ideas y creaciones. Como se muestra en la siguiente imagen, donde en un mundo de innovación, la creatividad

se vuelve fundamental y esa se crea en el cerebro. Por lo tanto, hay que protegerlo de los intrusos.

Por otro lado, cada Parte proporcionará los medios legales a las personas interesadas para impedir el uso comercial del nombre de país de una Parte en relación con un producto, de manera que confunda a los consumidores respecto del origen de ese producto.

En materia patentable, cada Parte dispondrá que las patentes puedan obtenerse para cualquier invención, ya sea un producto o un procedimiento, en todos los campos de la tecnología, siempre que dicha invención sea nueva, entrañe una actividad inventiva y sea susceptible de aplicación industrial.

Sin embargo, una Parte puede excluir de la patentabilidad las invenciones cuya explotación comercial en su territorio deba impedirse necesariamente para proteger el orden público o la moralidad, incluso para proteger la salud, la vida de las personas o de los animales, para evitar daños graves a la naturaleza o al medio ambiente, siempre que dicha exclusión no se haga meramente porque la explotación esté prohibida por su ordenamiento jurídico, para ello cada Parte dispondrá que una patente pueda ser cancelada, revocada o anulada solo sobre la base de fundamentos que habrían justificado la denegación de otorgar la patente. Una Parte también podrá disponer que el fraude, la falsedad o la conducta injusta pueden ser el fundamento para cancelar, revocar o anular una patente o para declarar que una patente no sea ejecutable.¹⁶

¹⁶ Sistema de Información Sobre Comercio Exterior. (2020). "Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá" Capítulo 20. México. 27 de agosto de 2021, de Organización de los Estados Americanos Sitio web: http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp

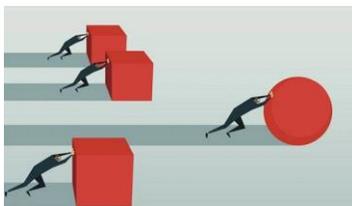
Ventajas:

- Protección y observancia de los derechos de la propiedad intelectual.
- Cooperación en patentes.
- Leyes y regulaciones.
- Intercambio de información.
- Innovación, creatividad, empleo, desarrollo económico.
- Transferencia y difusión de tecnología.
- Certeza de las ideas y creaciones.
- Protección de marcas.
- Protección del origen del producto.

IV.7 La Política de Competencia

En términos de este capítulo cada Parte mantendrá leyes nacionales de competencia que prohíban las prácticas de negocios anticompetitivas para promover la competencia a fin de aumentar la eficiencia económica y el bienestar del consumidor y adoptará las medidas apropiadas con respecto a esas prácticas. Además, procurarán aplicar sus leyes nacionales de competencia a todas las actividades comerciales en su territorio. Esto no impedirá que una Parte aplique sus leyes nacionales de competencia a actividades comerciales realizadas fuera de sus fronteras que tengan un vínculo apropiado con su jurisdicción. Entonces, esto significa que hay que hacer un trabajo inteligente no solo trabajar duro. Como lo muestra la imagen.

Imagen 11



FUENTE: Pinterest (2021) ¹⁷

¹⁷ Pinterest (2021). Extraído desde <https://co.pinterest.com/pin/749497562979537253/>. El 15 de octubre de 2021.

Por otro lado, cada Parte podrá establecer determinadas exenciones a la aplicación de sus leyes nacionales de competencia, siempre que esas exenciones sean transparentes, establecidas en su ordenamiento jurídico y estén basadas en el interés público o motivos de política pública, por lo que mantendrán una autoridad o autoridades nacionales de competencia (autoridades nacionales de competencia) responsables de la aplicación de sus leyes nacionales de competencia.

Para ello, cada Parte asegurará que sus autoridades nacionales de competencia proporcionen transparencia, incluso por escrito, referente a las leyes, regulaciones y reglas procesales aplicables en materia de competencia de conformidad con las cuales las investigaciones del ordenamiento jurídico nacional de competencia y los procedimientos de cumplimiento sean realizados.

Cada una de las partes se asegurará que toda la información que sus autoridades nacionales de competencia obtengan durante las investigaciones y revisiones, y que su ordenamiento jurídico proteja como confidencial o privilegiada, no sea divulgada, sujeta a las excepciones legales aplicables. Además, que deberán asegurarse de sus autoridades nacionales de competencia no declaren ni insinúen en ningún aviso público que confirme o revele la existencia de una investigación pendiente o en curso contra una persona en particular, que esa persona de hecho ha violado las leyes nacionales de competencia de la Parte.

Por lo tanto, cada una de las partes proporcionará a una persona que esté sujeta a la imposición de una multa, sanción o medida correctiva por violación de sus leyes nacionales de competencia, la oportunidad de solicitar la revisión judicial por una corte o tribunal independiente, incluyendo la revisión de supuestos errores sustantivos o procesales, a menos que la persona acepte voluntariamente la imposición de la multa, sanción o medida correctiva. Y se asegurará que los criterios utilizados para calcular una multa por una violación de leyes nacionales de competencia sean transparentes, así como lo dice la COFECE, en la siguiente gráfica, es necesaria la competencia para todos, porque de eso depende mayor

calidad de los productos y servicios que adquirimos y el mejor precio a pagar por ellos.

Ilustración 32: Competencia Económica



Fuente: COFECE

Las Partes reconocen la importancia de la cooperación y la coordinación entre sus respectivas autoridades nacionales de competencia para fomentar la aplicación efectiva del ordenamiento jurídico de competencia en el área de libre comercio.

Por eso la importancia de la política de protección al consumidor y su cumplimiento para crear mercados eficientes y competitivos, y mejorar el bienestar del consumidor en el área de libre comercio.

Imagen 12



FUENTE: FTC (2018) ¹⁸

¹⁸ Comisión Federal de Comercio (2016) extraído desde <https://www.ftc.gov/es/tips-advice/business-center/credit-and-finance/fintech>. El 15 de septiembre de 2021.

Por lo cual, cada Parte adoptará o mantendrá leyes nacionales de protección al consumidor u otras leyes o regulaciones que prohíban actividades comerciales fraudulentas y engañosas, reconociendo que el cumplimiento de aquellas leyes y regulaciones es de interés público. Cada país debe proteger a su mercado, en México es la COFECE, pero en Estados Unidos es FEDERAL TRADE COMMISSION, la encargada de esa función.

Las Partes reconocen que las actividades comerciales fraudulentas y engañosas trascienden cada vez más las fronteras nacionales y que la cooperación y coordinación entre las Partes para abordar estas actividades eficazmente son importantes y de interés público y consideran el valor de hacer que las políticas de cumplimiento y promoción en materia de competencia sean lo más transparente posible. Es por ello que ninguna Parte podrá recurrir a la solución de controversias por un asunto que surja conforme a este Capítulo.

Ventajas:

- Eficiencia económica.
- Bienestar del consumidor.
- Transparencia.
- Mayor calidad de productos y servicios.
- Mejores precios.
- Leyes y regulaciones que prohíben actividades comerciales engañosas y fraudulentas.

IV.8 Pequeñas y Medianas Empresas: Principales Exportaciones (Últimos Tres Años)

Reconociendo el papel fundamental de las PyMEs en el mantenimiento del dinamismo y mejoramiento de la competitividad de sus respectivas economías, cada una de las Partes deberán fomentar una estrecha cooperación entre las PyMEs de las Partes y cooperarán para promover el crecimiento y empleo de las PyMEs.

Para ello, cada Parte deberá buscar incrementar las oportunidades de comercio e inversión, y en particular deberá promover la cooperación entre la infraestructura de apoyo a pequeños negocios de las Partes, incluidos centros dedicados a las PyMEs, incubadoras y aceleradoras, centros de asistencia a la exportación y otros centros, según sea apropiado, para crear una red internacional para compartir mejores prácticas, intercambiar investigaciones de mercado y promover la participación de las PyMEs en el comercio internacional, así como el crecimiento de negocios en los mercados locales.

Cada una de las Partes deberá fortalecer su colaboración con las otras Partes en actividades para promover a las PyMEs pertenecientes a grupos sub-representados, incluidas mujeres, pueblos indígenas, jóvenes y minorías, así como *start-ups*, PyMEs agrícolas y rurales, y promover la asociación entre estas PyMEs y su participación en el comercio internacional.

Asimismo, incrementar su cooperación con las otras Partes para intercambiar información y mejores prácticas en áreas que incluyen mejorar el acceso de las PyMEs al capital y al crédito, la participación de las PyMEs en oportunidades cubiertas de contratación pública y ayuda a las PyMEs a adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado; y fomentar la participación en plataformas, como las basadas en la web, para que los empresarios y consejeros comerciales compartan información y mejores prácticas para ayudar a las PyMEs a vincularse con proveedores, compradores y otros socios comerciales potenciales, internacionales, por lo que cada Parte deberá establecer o mantener su propio sitio web gratuito de acceso público que contenga información con respecto a este Tratado.

Cada Parte incluirá en su sitio web enlaces o información mediante vínculo electrónico automático a, los sitios web equivalentes de las otras Partes; y los sitios web de sus propias agencias gubernamentales y otras entidades correspondientes que provean información que la Parte considere útil para cualquier persona interesada en comerciar, invertir o hacer negocios en el territorio de la Parte. Así

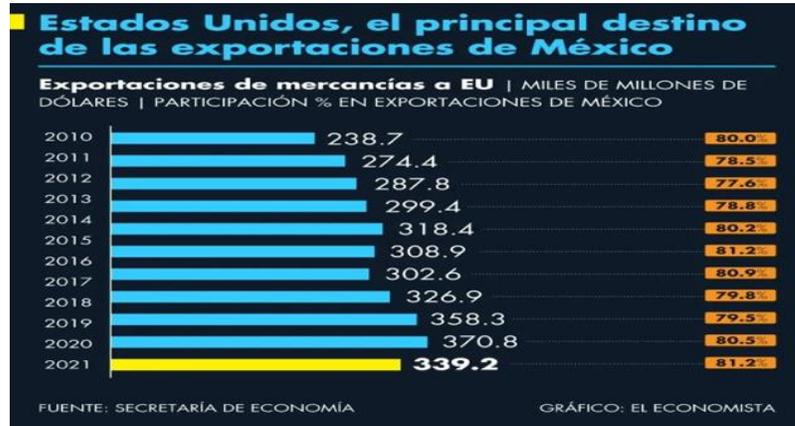
como regulaciones, procedimientos o puntos aduaneros, derechos de propiedad intelectual, medidas sanitarias, regulaciones sobre inversión extranjera, competitividad, regulaciones laborales, financiamiento de las Pymes y todo lo relacionado a importación y exportación.

Dentro del tratado existirá un Comité PyME el cual deberá identificar formas de ayudar a las PyMEs en los territorios de las Partes para aprovechar las oportunidades comerciales resultantes de este Tratado y para fortalecer la competitividad de las PyMEs al tiempo de identificar y recomendar formas para una mayor cooperación entre las Partes para desarrollar y mejorar las asociaciones entre las PyMEs de las Partes.

Asimismo el comité podrá ayudar a intercambiar y analizar las experiencias y mejores prácticas de cada Parte para apoyar y asistir a las PyMEs exportadoras con respecto a, entre otros temas, programas de capacitación, educación comercial, financiamiento comercial, misiones comerciales, facilitación del comercio, comercio digital, identificación de socios comerciales en los territorios de las Partes y el establecimiento de buenas credenciales comerciales; desarrollar y promover seminarios, talleres, seminarios web u otras actividades para informar a las PyMEs de los beneficios disponibles para ellas de conformidad con este Tratado; explorar oportunidades para facilitar el trabajo de cada Parte en el desarrollo y mejoramiento del asesoramiento a la exportación, asistencia y programas de capacitación para PyMEs.

Las siguientes Gráficas muestran como las exportaciones de México a lo largo de los años han sido a los Estados Unidos, y con los años estos números van en aumento, lo que representa una gran dependencia de este mercado para nuestro país, algo que parece ser un arma de doble filo. Porque por un lado se beneficia del mercado más grande del mundo, pero cuando las cosas no van bien también se pagan las consecuencias de depender casi en su totalidad de un solo mercado comercialmente hablando.

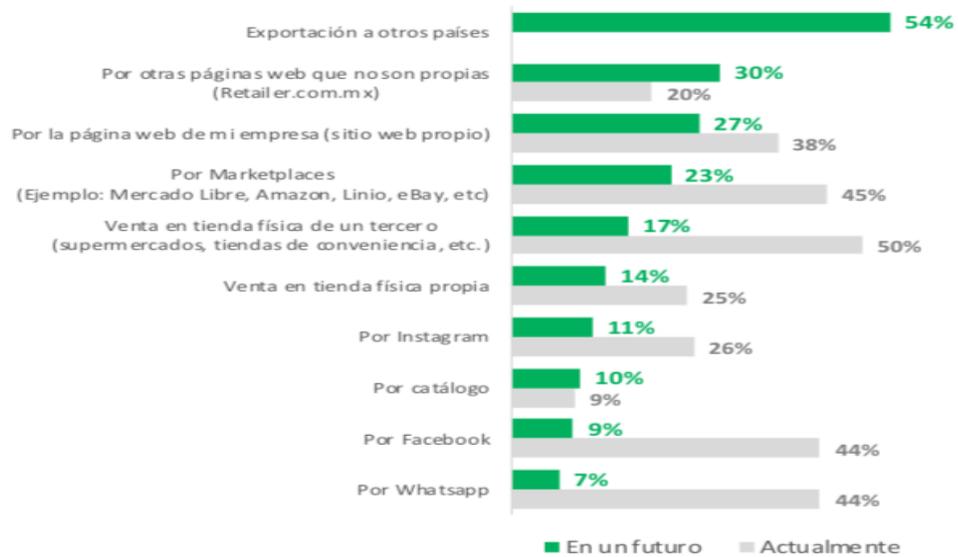
Ilustración 33: Exportaciones de México a Estados Unidos



Fuente: AMVO Y GS1

Pero también las grandes oportunidades si se voltea a otros países o a otras formas de vender. Ya sea por plataformas electrónicas o en otros formatos. En el futuro hay potencial, pero por el momento parece ser que el T-MEC, es la opción más rentable. Entonces ¿Porque no aprovecharla al máximo?

Ilustración 34: Plataformas de venta.



Fuente: AMVO Y GS1

Imagen 13



Fuente: INCOMEX. <https://incomex.org.mx/index.php/2020/07/08/el-54-de-pymes-mexicanas-busca-exportar-productos-con-ayuda-del-e-commerce/>

Para muestra de la dependencia comercial con el país vecino del Norte, Estados Unidos, la siguiente tabla. Para muchos un desperdicio el potencial que se tiene en cuestión de mercados externos, para otros la oportunidad envidiable de aprovechar al máximo al mejor y mayor mercado global.

Ilustración 35: Países a los que exporta México

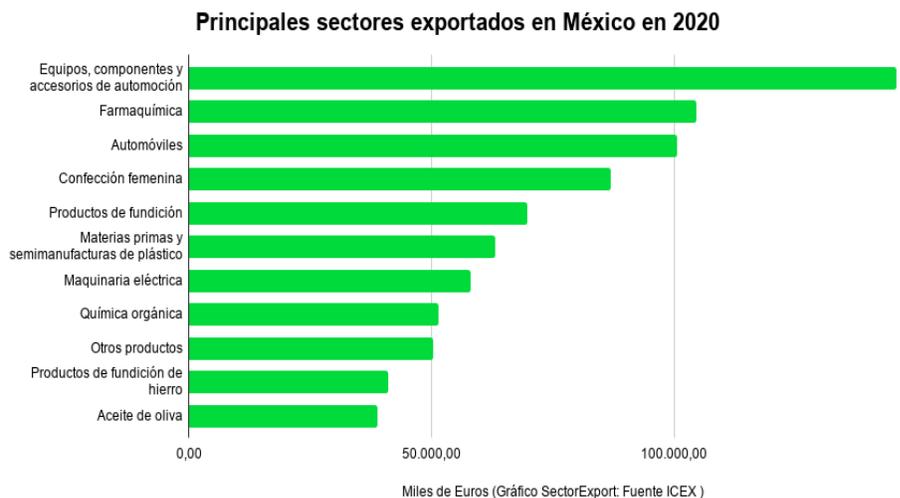


Fuente: enconsumo.com <https://enconsumo.com/paises-exporta-mexico/>

Hasta 2020, los principales sectores exportadores de México eran los equipos, componentes y accesorios de automoción, la Farmaquímica, Automóviles,

Confección o minería. La relevancia de las exportaciones es clave para determinar si son de valor agregado o sólo commodities. Así como lo muestra la siguiente tabla.

Ilustración 36: Principales sectores de exportación



Fuente: ICEX <https://sectorexport.com/productos-mexicanos-para-exportar>.

Ventajas:

- Competitividad.
- Cooperación entre pymes.
- Crecimiento y empleo.
- Incremento de oportunidades.
- Inversiones en nuevos sectores.
- Infraestructura adecuada.
- Redes internacionales.
- Intercambio de investigaciones de mercado.
- Apertura internacional.
- Inclusión social.
- Capital y créditos.
- Plataformas electrónicas.
- Acceso comercial global.
- Regulaciones internas y externas.
- Oportunidades comerciales.
- Asociaciones.
- Financiamiento comercial.
- Asesoramiento y asistencia.
- Capacitación.
- Nuevos mercados.

IV.9 Competitividad

Para efectos de este capítulo y reconociendo sus lazos económicos y comerciales únicos, la gran proximidad y los extensos flujos comerciales a través de sus fronteras, las Partes afirman su interés compartido en fortalecer el crecimiento económico regional, la prosperidad y la competitividad.

Con el fin de promover una mayor integración económica entre las Partes y mejorar la competitividad de las exportaciones de América del Norte, las Partes establecen un Comité de Competitividad de América del Norte, compuesto por representantes gubernamentales de cada Parte.

En México existe mucho potencial para ser competitivo a nivel internacional, en varios casos solo es cuestión de enfoque. La siguiente tabla muestra que con tanto estado tan diverso se podría sacar provecho de cada uno de ellos para mejorar las exportaciones. Al tiempo de apoyar a aquellos más rezagados a salir del fondo, incentivando el desarrollo, mediante inversiones, empleo y desarrollo. Al final un T-MEC, como el que se tiene, debería beneficia a todos, no sólo a los más favorecidos, o a los de siempre.

Ilustración 37: Índice de Competitividad.



Fuente: IMCO. <https://imco.org.mx/indice-de-competitividad-estatal-2022/>

El Comité de Competitividad discutirá y desarrollará actividades de cooperación en apoyo de un entorno económico sólido que incentive la producción en América del Norte, facilite el comercio y las inversiones regionales, mejore un entorno regulatorio predecible y transparente, fomente la circulación ágil de mercancías y la prestación de servicios en toda la región, y responda a los desarrollos del mercado y las tecnologías emergentes.

Ilustración 38: Sectores de Competitividad Regional.

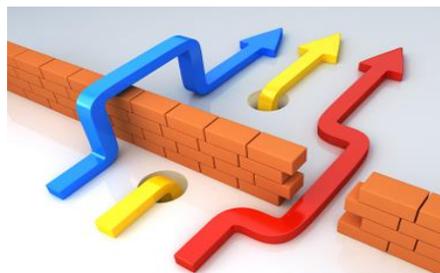


Fuente: weforum ¹⁹

¹⁹ Weforum (2016) extraído desde <https://www.altonivel.com.mx/tecnologia/nft-una-tecnologia-de-2500-mdd-que-revoluciona-el-comercio-digital-y-el-mercado-del-arte/>. El 05 de noviembre de 2021.

Además, dicho comité discutirá enfoques eficaces y desarrollar actividades de intercambio de información para apoyar un entorno competitivo en América del Norte que facilite el comercio y la inversión entre las Partes, y promueva la integración económica y el desarrollo dentro de la zona de libre comercio, y proporcione asesoramiento y recomendaciones sobre las formas de mejorar en mayor medida la competitividad de la economía de América del Norte, incluidas recomendaciones dirigidas a mejorar la participación de las PyMEs, y las empresas propiedad de grupos sub-representados, incluidas mujeres, pueblos indígenas, jóvenes y minorías. Es decir, buscar la mejor alternativa de crecimiento y ante cualquier obstáculo analizar la mejor forma de salir bien librado, así como en la imagen, sino hay camino, hay que hacerlo.

Imagen 14



Fuente: Social Media Strategies²⁰

Por otro lado, cada Parte establecerá o mantendrá un mecanismo apropiado para brindar oportunidades periódicas y oportunas a personas interesadas para que presenten aportaciones sobre asuntos relevantes para mejorar la competitividad.

Ventajas:

- Crecimiento regional.
- Inversiones.
- Integración económica.
- Empleo y desarrollo.

²⁰ Social Media Strategies (2013). Extraído desde <https://www.doloresvela.com/competitividad-y-colaboracion-el-trabajo-en-equipo-en-social-media/>. El 15 de diciembre de 2021.

- Incentivos.
- Transparencia.
- Marco regulatorio eficiente y eficaz.
- Intercambio de información.
- Facilidades al comercio.

IV.10 Buenas Prácticas Regulatorias

En este capítulo, las Partes reconocen que la implementación de todas las prácticas gubernamentales para promover la calidad regulatoria a través de una mayor transparencia, análisis objetivo, rendición de cuentas y predictibilidad puede facilitar el comercio internacional, la inversión y el crecimiento económico, al tiempo que contribuye a la capacidad de cada Parte para lograr sus objetivos de política pública (incluidos objetivos de salud, seguridad y ambientales) en el nivel de protección que considere apropiado.

La aplicación de buenas prácticas regulatorias puede apoyar el desarrollo de enfoques normativos compatibles entre las Partes y reducir o eliminar requisitos regulatorios innecesariamente gravosos, duplicados o divergentes. Las buenas prácticas regulatorias también son fundamentales para una cooperación regulatoria efectiva.

Imagen 15



FUENTE: yoinfluyonews.²¹

²¹ Yoinfluyonews. (2021). Extraída desde <https://www.yoinfluyo.com/economia/144-analisis-economico/8789-t-mec-exige-real-combate-a-la-corrupcion>. El 31 de enero 2022.

Este Capítulo establece obligaciones específicas con respecto a buenas prácticas regulatorias, incluidas las prácticas relacionadas con la planificación, diseño, emisión, implementación y revisión de las regulaciones respectivas de las Partes.

Dichas Partes reconocen que los procesos o mecanismos internos previstos para consulta, coordinación y revisión entre sus autoridades en el desarrollo de regulaciones pueden aumentar la compatibilidad regulatoria entre las Partes y facilitar el comercio.

A su vez, cada Parte reconoce la necesidad de que las regulaciones estén basadas en información que sea confiable y de alta calidad. Para ello, cada Parte debería adoptar o mantener disponible públicamente directrices o mecanismos que alienten a sus autoridades regulatorias cuando desarrollen una regulación para buscar la mejor información, razonablemente obtenible, incluida científica, técnica, económica u otra información pertinente para la regulación que se esté desarrollando, mantener un sitio web único, gratuito, accesible al público, que en la medida de lo posible, contenga toda la información que se requiere, disponer que las regulaciones propuestas y finales se redacten utilizando un lenguaje sencillo para asegurar que aquellas regulaciones sean claras, concisas y fáciles de entender para el público, reconociendo que algunas regulaciones abordan cuestiones técnicas y que se puede requerir especialización pertinente para comprenderlas o aplicarlas. Por los tres países miembros del T-MEC.

Imagen 16



FUENTE: Gobierno de México (2020)²²

²² Gobierno de México (2020). Extraído desde <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/t-mec-un-impulso-a-la-economia-y-competitividad-de-la-region-de-america-del-norte>. El 02 de febrero de 2022.

Por tal motivo las Partes reconocen que sus respectivas autoridades regulatorias pueden buscar asesoramiento y recomendaciones de expertos con respecto a la elaboración o implementación de las regulaciones de grupos u órganos que incluyen a personas no gubernamentales, por tanto, cada parte sabe que la evaluación de impacto regulatorio es una herramienta para asistir a las autoridades regulatorias en evaluar la necesidad y posibles impactos de las regulaciones que están elaborando.

Finalmente, cada Parte se asegurará de que todas las regulaciones en vigor estén publicadas en un sitio web gratuito y públicamente disponible la cual brindará la oportunidad a cualquier persona interesada de presentar a cualquier autoridad regulatoria de la Parte sugerencias escritas para la emisión, modificación o derogación de una regulación.

Ventajas:

- Transparencia.
- Rendición de cuentas.
- Evaluaciones periódicas.

IV.11 Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio

Para efectos de este capítulo las Partes afirman que los tipos de cambio determinados por el mercado son fundamentales para un ajuste macroeconómico terso y promueven un crecimiento fuerte, sostenible y balanceado. Además, reconocen la importancia de la estabilidad macroeconómica en la región de América del Norte para el éxito de este Tratado y que los fundamentos económicos fuertes y las políticas sanas son esenciales para la estabilidad macroeconómica, además que contribuyen al crecimiento e inversión fuertes y sostenibles. Hoy día la paridad de las monedas de los tres países miembros también juega su papel, por ejemplo, un solo dólar estadounidense vale lo mismo que un billete mexicano, pero de 20 pesos y unos pesos más.

Imagen 17



FUENTE: Milenio Diario (2020)²³

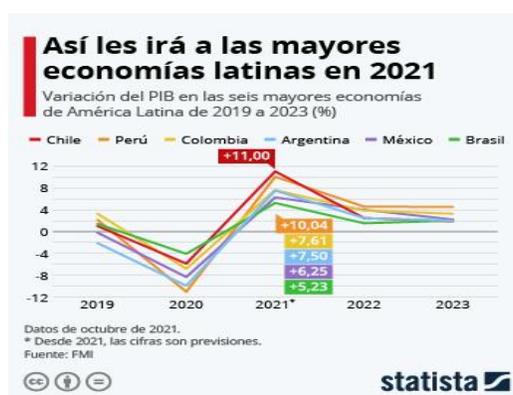
Los involucrados comparten el objetivo de procurar políticas que fortalezcan los fundamentos económicos subyacentes, fomenten el crecimiento y la transparencia, y eviten desequilibrios externos insostenibles. Por lo que cada Parte confirma que está obligada conforme al Convenio Constitutivo del FMI a evitar la manipulación de tipos de cambio o del sistema monetario internacional con el fin de prevenir un ajuste efectivo en la balanza de pagos o de obtener una ventaja competitiva desleal, o nuevas formas de pago o divisas que lleguen al mercado con el fin de desestabilización de la economía mundial. Sin duda todos quieren una parte de las jugosas ganancias que deja el comercio internacional. Tal es el caso del Bitcoin, una moneda virtual que surgió como una nueva alternativa a las divisas actuales o convencionales, y que a pesar de la incertidumbre que les causa a algunos, sin duda parece ir surcando su propio camino. El tiempo y el mercado lo dirán.

Para ello cada Parte divulgará públicamente datos mensuales de reservas de divisas y posiciones a término de acuerdo con la Planilla del FMI de Declaración de Datos sobre Reservas Internacionales y Liquidez en Moneda Extranjera a más

²³ Milenio Diario (2022) extraído desde <https://www.milenio.com/negocios/precio-dolar-11-enero-2022-tipo-cambio-mexico>. El 04 de Febrero de 2022.

tardar 30 días posteriores al final de cada mes, intervenciones mensuales en los mercados de divisas al contado y a término, a más tardar siete días posteriores al final de cada mes, flujos trimestrales de capital de cartera de la balanza de pagos, a más tardar 90 días posteriores al final de cada trimestre; y exportaciones e importaciones trimestrales, a más tardar 90 días posteriores al final de cada trimestre.

Ilustración 39: PIB de las 6 mayores economías de América Latina.



FUENTE: Statista (2021)²⁴

Como lo muestra la gráfica anterior, a las 6 economías más grandes de América Latina, las cosas no pintan muy bien, sin embargo, están buscando un punto de equilibrio que les permita ajustas, adaptarse al cambio y subir para volver a su crecimiento. México sin duda, debe aprovechar en mayor medida este tratado de libre comercio en Norteamérica. No será fácil, pero que de algo sirva compartir más de 3,000 kilómetros de frontera con el mayor comprador comercial del mundo.

Las Partes establecen un Comité Macroeconómico compuesto por representantes principales de cada Parte. Dicho comité Macroeconómico dará seguimiento a la implementación de este Capítulo y su desarrollo posterior y se reunirá dentro del

²⁴ Statista (2021). Extraído desde <https://es.statista.com/grafico/24648/asi-les-ira-a-las-mayores-economias-latinas-en-los-proximos-anos/>. El 25 de enero de 2022.

plazo de un año a partir de la fecha de entrada en vigor de este Tratado, y al menos anualmente a partir de entonces, a menos que las Partes lo decidan de otra manera y en cada reunión anual, considerará las acciones a tomar.

Tabla 6: MATRIZ DE OPERATIVIDAD DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Autores
O P O R T U N I D A D E S	<p>Momento oportuno, cierto, exacto para realizar o conseguir algo.</p> <p>Una oportunidad engloba la conjugación de la posibilidad que se presenta o existe de que una persona realice una acción para conseguir o alcanzar algún tipo de mejora.</p> <p>Es el momento ideal para llevar a cabo una idea empresarial y obtener ganancias. Es decir, se convierte en oportunidad cuando se percibe la factibilidad para obtener beneficios para llevarla a la práctica.</p> <p>Una oportunidad de negocio se origina al identificar una necesidad insatisfecha en un nicho de mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oportuno ▪ Conjugación ▪ Factibilidad ▪ Identificar ▪ Beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Friedrich von Wieser • Peter Ferdinand Drucker. • Oxford Languages. • Real Academia Española.
T M E C	<p>EL T-MEC es el nuevo acuerdo comercial entre México, Estados Unidos y Canadá que sustituye al Tratado de Libre Comercio (TLCAN).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo • Tratado 	<ul style="list-style-type: none"> • Forbes • BBC • Thomson Reuters. • México, Estados Unidos y Canadá.
E C O M	<p>El e-commerce o comercio electrónico es un método de compraventa de bienes, productos o servicios valiéndose de internet como medio, es decir, comerciar de manera online.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Método ◆ Comercio ◆ Online <p>(Navarro, 1999)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ OCDE ✓ WIGAND (1997) ✓ DAMANPOUR, F. (1991).

M E R C E			✓ ANDREWS, W. (2022). ²⁵
P Y M E S	Las pymes son las pequeñas y medianas empresas, esto es, las empresas que cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Son empresas de no gran tamaño ni facturación, con un número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos de las empresas de mayor tamaño.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresa ✓ Pequeñas ✓ Medianas ✓ moderado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Real Academia Española. ✓ Navarro, García, Vela.²⁶
M O D E L O	<p>Prototipo que sirve de referencia y ejemplo para todos los que diseñan y confeccionan productos de la misma naturaleza.</p> <p>Según la Real Academia Española, un modelo es una representación que simboliza la perfección en todos los aspectos naturales que posee y en la forma en la que la sociedad reacciona ante ello.</p> <p>Un Modelo muestra características únicas que resaltan una idea, esta idea puede ser o no seguida por quienes la</p>	<ul style="list-style-type: none"> ★ Referencia ★ Representación ★ Idea ★ Ingenio ★ Imitabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Real academia Española • Robert King Merton • Joan Magretta. • Chesbrough y Rosenbloom • Osterwalder y Pigneur.²⁷

²⁵ Extraído desde https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/13620/Gómez_Lemus_Marbella_Araceli.pdf. El 07 de junio de 2022.

²⁶ Navarro, García, Vela, E, MN, MJ, (1999) El panorama actual de las PYMES: ventajas y desventajas competitivas.

²⁷ Extraído desde

http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXI%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1. El 15 de junio de 2022.

	perciben. Un modelo representa el ingenio y la obra de una persona o de la naturaleza por sí mismo, creando una gama de características que son imitadas por los demás.		
--	---	--	--

El comercio mundial ha forjado una red de vínculos globales que nos enlazan a todos; países, instituciones y personas, mucho más de cerca que nunca antes. Dichas conexiones demuestran lo interrelacionado que está el mundo. Por ejemplo, una inundación en Brasil o una sequía en Italia tienen sus efectos en todo el mundo, de acuerdo a los productos que exportan. Si algún volcán hace erupción en alguna parte del mundo puede repercutir en los aeropuertos de la zona impidiendo que puedan llevarse a cabo las llegadas y salidas de los vuelos comerciales con conexiones con todo el mundo. Algún ataque terrorista en alguna parte del globo puede desatar una sensación masiva de inseguridad y bloqueo de las fronteras entre los países. Mayores restricciones en todos los aeropuertos y aduanas para el ingreso de personas y mercancías. Un terremoto, un tsunami, accidentes aéreos y terrestres o una guerra entre países que podría convertirse en un asunto mundial e incluso una pandemia generalizada. Detonaría lo interrelacionado que hoy está el planeta.

La manufactura en todo el mundo está conectada, por varias razones, pero una de ellas sin duda es la importancia de que para producir un producto por ejemplo un automóvil, éste, se ensambla en México, con llantas italianas, motores alemanes, cristales turcos, parabrisas indios, pero marca estadounidense o japonesa, para la venta a nivel global.

Nunca antes había sido tan fácil reunirse, manipular, analizar y difundir información, pero nunca antes han sido tan grandes las presiones para hacerlo. La continua

innovación tecnológica global en el marketing tiene efectos directos sobre la eficiencia y la eficacia de todas las actividades de negocios.

Los productos pueden producirse con mayor rapidez, obtenerse en forma menos costosa a partir de fuentes en todo el mundo, distribuirse a un costo más bajo y ajustarse para satisfacer las necesidades de diversos clientes.

Por ejemplo, un periódico se puede distribuir en línea a nivel global en vez de hacerlo en papel de casa en casa, permitiendo así llegar a grupos de clientes totalmente nuevos. El nivel de la inversión global se encuentra en una altura sin precedentes. Los cambios en los flujos financieros han tenido efectos importantes.

Las oportunidades internacionales requieren una exploración cuidadosa. Lo que se necesita es una conciencia de los desarrollos globales, una comprensión de su significado y un desarrollo de capacidades para ajustarse al cambio. Las empresas se deben adaptar al mercado internacional si quieren tener éxito.

El Internet y las nuevas tecnologías están cambiando la forma en que nos relacionamos, trabajamos y aprendemos. Algunos identifican la transformación digital con el nuevo diseño de los negocios como fruto de integrar lo digital y lo físico. De hecho, la transformación digital conlleva la reorientación de toda la organización hacia un modelo eficaz de relación digital en lo referente a los procesos, los clientes y el modelo de negocio.

La transformación digital supone reinventar, mejorar la conectividad, optimizar los procesos de negocio, redefinir la experiencia del cliente y asumir la esencia del cambio. El nuevo contexto se caracteriza por el gran poder otorgado a los datos, la integración de los procesos, las aplicaciones y los sistemas en un todo armónico y por la prevalencia del talento. El talento y el conocimiento experto son un bien escaso y su papel es clave para llevar a cabo la transformación digital de los negocios.

¿Por qué es algo de lo que todo el mundo habla? La transformación digital está de plena actualidad por las razones siguientes:

La profundidad de los cambios asociados a la transformación digitales tan intensa que es comparable a la revolución industrial que arrancó en Inglaterra en la segunda mitad del siglo XVIII. De hecho, a la revolución digital se le denomina la cuarta revolución industrial.

La velocidad del cambio asociado a la transformación digital es exponencial, es por ello que sus entidades deben adaptarse al contexto que se vive actualmente e innovar constantemente para no quedar desfasado con las tendencias actuales de los mercados globales.

La transformación digital se trata de un fenómeno mucho más amplio que algo ligado a las empresas de Internet; afecta a la sociedad en general, a los distintos sectores y a prácticamente todas las empresas, si bien la magnitud del impacto y el plazo es distinta el cambio es inminente.

Ventajas:

- Estabilidad regional.
- Políticas sanas.
- Inversiones fuertes y sostenibles.
- Paridad monetaria.
- Certidumbre cambiaria.
- Equilibrio comercial.
- Interrelación entre países.
- Conectividad.
- Adaptación al cambio.
- Transformación digital.

IV.12 Negocios Internacionales

En las últimas décadas, ha ocurrido un cambio fundamental en la economía del mundo, lejos quedaron los años en que las economías nacionales eran entidades relativamente autónomas, aisladas entre sí por barreras de comercio y a la inversión

internacional, por distancias, husos horarios e idiomas, así como por diferencias nacionales respecto de normas gubernamentales, cultura y sistemas comerciales. Caminamos a una época donde caerán las barreras internacionales al comercio y la inversión; las distancias se acortarán gracias a los avances en tecnología del transporte y de las telecomunicaciones; las culturas materiales comenzarán a asemejarse en todo el mundo y las economías nacionales se fundirán en un sistema económico global integrado e interdependiente. El proceso que ha generado todo lo anterior se le llama Globalización.

Una compañía no necesita tener el tamaño de una gran multinacional para fomentar y beneficiarse de la globalización de los mercados, por ejemplo, muchas de las empresas exportadoras en países emergentes y desarrollados sin duda son las Pymes, que en algunos casos sobrepasan el 95% de las empresas exportadoras en los países. Es decir, la Pymes representan una mayoría contundente y aplanadora sobre las grandes empresas, que desde muchas perspectivas se creería que son las que más exportan. O las únicas en poder hacerlo. Es decir, los negocios internacionales operan en todo el mundo.

El comercio internacional incluye una perspectiva general de los acuerdos comerciales regionales e internacionales entre las empresas y los países del mundo. Es por ello que las empresas y los países deben adaptarse al entorno internacional y ser capaces de resolver los conflictos derivados de las diferencias de los factores culturales, económicos, políticos y legales de cada país. Incluso de cada persona en un estado específico de cada país del mundo.

Por tanto, los negocios internacionales son los negocios o empresas que se dedican a actividades económicas internacionales, a través de las fronteras, o a la acción de

hacer negocios en el extranjero, es decir, un país distinto al país de origen de la empresa o negocio. ²⁸

Ventajas:

- Comercio transfronterizo.
- Inversión internacional.
- Eliminación de barreras comerciales.
- Multiculturalidad.
- Distancias cortas: tecnología, transporte y telecomunicaciones.
- Integración cultural.
- Interdependencia comercial.
- Globalización: nuevos mercados.

IV.13 Comercio Exterior (Importaciones y Exportaciones)

Como se puede observar en las siguientes tablas, de acuerdo a datos del gobierno de México, sin duda la dependencia y la correlación con el país vecino del norte, Estados Unidos es indudablemente estrecha y gigantesca. Podrá tener sus ventajas y desventajas, pero en este caso no centraremos en las ventajas que esto trae, como el crecimiento significativo de comercio entre ambos países y que a pesar de la dependencia de México en sus principales exportaciones e importaciones. No tendría porque no aprovechar esa oportunidad siendo su vecino del sur y estando tan cerca, cuando países de otras latitudes vienen hasta occidente para satisfacer el mercado estadounidense.

²⁸ W.Peng, Mike. (2018) NEGOCIOS GLOBALES. 3ª. Edición. CENGAGE

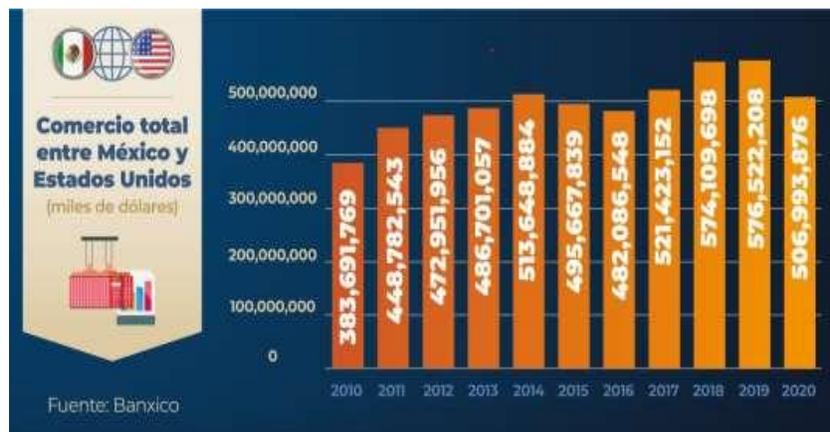
Ilustración 50: Datos Comerciales Mexico-EE.UU.



Fuente: Secretaría de Economía (2020).

Las siguientes cifras reflejan el grado de interacción comercial con Estados Unidos:

Ilustración 41: Comercio total entre México y Estados Unidos



Fuente: Banxico. (2021)

En esta imagen, refleja lo que es el T-MEC. Donde son tres los países involucrados, pero dos sólo venden casi toda su producción a Estados Unidos. Más que relación trilateral es bilateral.

Ilustración 42: Relación Comercial Bilateral



Fuente: Banxico (2021).

Por su parte, Canadá es el quinto socio comercial de México. De acuerdo a la Secretaría de Economía. Para el periodo enero-abril de 2021, el comercio total entre los dos países se ubicó en 7,798 millones de dólares(mdd). Las exportaciones mexicanas a Canadá fueron de 4,223 mdd y las importaciones provenientes de ese país fueron de 3,575 mdd.

Para el periodo enero-diciembre de 2020 las exportaciones mexicanas a Canadá se ubicaron en 11,139 mdd, mientras que las importaciones provenientes de ese país fueron de 8,326 mdd. El comercio total para el periodo de referencia fue de 19,465 mdd.

Los principales productos exportados a Canadá en 2020 fueron: automóviles tipo turismo (21.5%), partes y accesorios de vehículos (8.9%), motores de gasolina (7.5%), vehículos para transporte de mercancías (4.6%) y televisores (4.3%).

Los principales productos importados provenientes de Canadá en 2020 fueron: partes y accesorios de vehículos (13.7%), semillas de nabo o de colza (6.7%),

iniciadores y aceleradores de reacción (3.3%), trigo y morcajo (2.9%), y aluminio en bruto (2.5%).

Productos mexicanos con potencial exportador a Canadá son: 1) instrumentos y aparatos de medicina, cirugía o veterinaria; 2) unidades de máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos digitales; 3) carne deshidratada, de bovinos, congelada; 4) queso (lactosuero, curado, requesón, queso fundido, queso de pasta azul); 5) máquinas y aparatos para empaquetas o envolver mercancías; 6) manufacturas de cemento, hormigón o piedra artificial, entre otros.

El comercio total, sumando exportaciones e importaciones, entre México y Estados Unidos ascendió a 337 mil 481 millones de dólares entre enero y agosto del presente año, lo que ubicó al país como el principal socio comercial estadounidense en los meses transcurridos de 2020.

De acuerdo con datos de la Oficina del Censo estadounidense publicados recientemente, el intercambio comercial de Estados Unidos con México ha sido superior al observado con Canadá (335 mil 269 millones de dólares) y con China (332 mil 245 millones de dólares).

De esta forma, en un año de altibajos, marcado con las medidas de confinamiento por la pandemia del COVID-19, México se ha afianzado en el primer puesto, al representar el 14.1 por ciento del comercio total que realiza Estados Unidos con el mundo, seguido muy de cerca de Canadá, que contribuye con el 14 por ciento y China con un 13.8 por ciento.²⁹

Según Thomson Reuters México (2021) unas de las tendencias del comercio exterior que contribuirán con el desarrollo del país son el crecimiento de la alianza

²⁹ Usla, Hector. (2020) Pese a la pandemia, México se mantiene como principal socio comercial de EU en lo que va de 2020. EL FINANCIERO en alianza con BLOOMBERG. Extraído desde <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/pese-a-pandemia-mexico-se-mantiene-como-principal-socio-comercial-de-eu-en-lo-que-va-de-2020/> el 25 de enero de 2022.

con EE.UU. es decir, diversos factores contribuyen para que la alianza comercial entre México y Estados Unidos continúe creciendo. Hoy, México es el principal socio comercial de EE.UU. y a pesar de ser seguido muy de cerca por China, puede aprovecharse de la situación actual para no perder ese primer lugar. El desentendimiento entre Estados Unidos y el país asiático, nuestra proximidad que facilita los intercambios y el T-MEC, son algunos de los factores que colaboran cada vez más con el crecimiento de la alianza de nuestro país con el país vecino. El gran mercado estadounidense es una oportunidad que debemos aprovechar, y aumentar cada vez más la oferta de productos contribuirá aún más con este crecimiento.

Y la evolución del comercio electrónico ya que es una tendencia que viene creciendo año tras año y al contrario de otros tipos de comercio ha continuado e, incluso, acelerado su crecimiento durante la pandemia.

Para favorecer esta práctica, el T-MEC la contempla en el capítulo XIX, lo que consolida su importancia aún más en la actualidad. No cabe duda de que el comercio electrónico puede ser la salida para ampliar el mercado, sin embargo, es esencial crear una estrategia sólida enfocada en esta práctica, a fin de que se puedan alcanzar los resultados esperados.

Ventajas:

- Crecimiento significativo.
- Intercambio comercial.
- Desarrollo económico.
- Cercanía con socios comerciales clave.
- Alianzas estratégicas.

IV.14 Franquicias

El T-MEC se destaca por ser un catalizador a nivel macro de las inversiones que tanto le urgen a nuestro país. Por un lado, moverá la economía y fortalecerá a las franquicias y de crear nuevas franquicias por todo México.³⁰

Fue en 1994 cuando se formalizó el modelo de franquicia en México y nuestro país entró a competir ahora sí al tú por tú con el mercado de mayor consumo, pero también el más competido del planeta, los Estados Unidos de América.

México, aunque ya había tenido sus primeras experiencias en libre comercio, aún estaba casi cerrado al mundo. Y el modelo de las franquicias fue algo que llegó para quedarse y las principales marcas de franquicia en México eran extranjeras en un 90 por ciento. Apenas un 10 por ciento estaba conformado por marcas mexicanas. En este 2020, que reitero no era desde el inicio ya un buen año (nadie tenía en su análisis FODA una pandemia como parte de las amenazas), más el 85 por ciento de las marcas que operan como franquicia en nuestro país son mexicanas.

Es por ello que se debe fortalecer las franquicias ya existentes y que se creen las condiciones ideales para crear varios centenares de nuevas franquicias por todo el país, y que de preferencia sean mexicanas, que, además, de tener presencia en México, puedan salir del país y aprovechar el T-MEC, para conquistar mercados extranjeros y de paso ser trampolín para llegar a otros mercados. Y que ya pasada la pandemia, el sector se puede reactivar y despegar de manera significativa. Las franquicias pueden ser el detonante para que las PYMES mexicanas puedan conquistar otros mercados como los norteamericanos, para ello hay que enfocarse en buscar los mecanismos gubernamentales y comerciales para que las

³⁰ Alcázar, Héctor. (2020). El T-MEC. Y las Franquicias. Extraído desde <https://www.franquiciashoy.com/recursos/articulos-de-franquicia/el-t-mec-y-las-franquicias>. El 22 de Septiembre de 2022.

condiciones de negocios sean los adecuados para empresas que están en proceso de crecimiento en un mercado cada vez más competitivo y que a través del e-commerce casi todo se puede comprar, sin importar de que país provenga y que empresa lo produzca, es por ello que si las PYMES mexicanas lograr salir de su zona y enfocarse en mejorar sus procesos pueden llegar más allá de sus fronteras. y el T-MEC, debe representar y ofrecer esas oportunidades que tanto sean esperado. Ahora solo falta aprovecharlo.

Emprender puede llevar por caminos misteriosos. Si bien abrir un restaurante, una heladería o hasta una lavandería son ya parte del ADN de los mexicanos, hay quienes optan por adquirir una tienda bajo la rúbrica de una marca, es decir, una franquicia.

Imagen 18



Fuente: Muchos Negocios Rentables: <https://muchosnegociosrentables.com/como-crear-una-franquicia/>

Antes de adquirir una franquicia es importante saber cómo operan. En este modelo de negocio una empresa otorga el derecho a un tercero para utilizar su marca bajo un esquema comercial a cambio de un pago. También existen diferentes modalidades, lo que permite buscar un contrato que se adapte mejor a lo que buscan los inversionistas o franquiciatarios.

Estos esquemas de inversión dan la opción de integrarse a cadenas que ya cuentan con cierta reputación en el mercado, y aunque hay algunas que requieren un

desembolso de millones de pesos, en el mercado hay opciones que implican una menor inversión.

Este formato también permite a las compañías aumentar su presencia, por lo cual suelen hacer un acompañamiento de los inversionistas que se suman a la marca, para asegurar que, además de recuperar la inversión, se generen ganancias.

En este contexto es que el negocio de franquicias en México ha venido en auge. En el país hay cerca de 90,000 unidades franquiciadas de diferentes marcas, que aportan un promedio de 4.2% al Producto Interno Bruto del país, de acuerdo con un análisis de Feher Consulting.

Imagen 19



Fuente: es. Dreamstime. <https://es.dreamstime.com/illustration/how-know.html>

Para 2022, la consultora estima que llegarán a 97,200 unidades, un incremento de 8% respecto al cierre de 2021. También proyecta que el giro de alimentos y bebidas representa poco más de 32% del sector, con más de 17,000 unidades y alrededor de 140,000 empleos generados.

Con lo anterior podemos concluir que las pymes mexicanas tienen una gran oportunidad de explotar y aprovechar al máximo el T-MEC, para su beneficio y comerciar sus productos en diferentes formatos, en este caso, mediante una franquicia, mediante comercio electrónico o mudarse a los países vecinos a vender su producto.³¹

VENTAJAS:

- ◆ Know How.
- ◆ Inversiones.
- ◆ Competitividad.
- ◆ Nuevos mercados.
- ◆ Crecimiento empresarial.
- ◆ Modelos probados.
- ◆ Mayor posibilidad de éxito.

IV.15 Inversión Extranjera Directa

La Inversión Extranjera Directa (IED) es aquella que tiene como propósito crear un vínculo duradero con fines económicos y empresariales de largo plazo, por parte de un inversionista extranjero en el país receptor.³²

Este tipo de inversión permite aumentar la generación de empleo, incrementar el desarrollo y la captación de divisas, estimular la competencia, incentivar la transferencia de nuevas tecnologías e impulsar las exportaciones.

³¹ Revista Expansión (2022) Franquicias. Extraído desde <https://expansion.mx/empresas/2022/04/21/franquicias-en-mexico-menos-200-mil-pesos>. El 22 de septiembre de 2022.

³² Gobierno de México (2016). ¿Qué es la inversión extranjera directa? Extraído desde <https://www.gob.mx/se/articulos/que-es-la-inversion-extranjera-directa>. El 06 de octubre de 2022.

Se considera IED:

La participación de inversionistas extranjeros en el capital social de empresas mexicanas.

La participación de inversionistas extranjeros en las actividades y actos contemplados por la Ley.

Los beneficios de la IED se transmiten a toda la economía impulsando el comercio internacional, permitiendo el financiamiento de empresas, mejorando las oportunidades de empleo; también eleva la competitividad, a través una mayor tecnología y un mayor grado de productividad de todos los factores productivos.

Estos beneficios se ven reflejados para el consumidor doméstico en la obtención de más variedad productos a mejores precios.³³

De acuerdo a cifras del gobierno de México, mediante la Secretaría de Economía, (2021). De enero a septiembre de 2021, México registró 24,831.7 millones de dólares (mdd) por concepto de IED, cifra 5.7% mayor que la cifra preliminar del mismo periodo de 2020 (23,482.3 mdd).

La IED preliminar registrada para enero-septiembre de 2021 provino de: 3,259 sociedades con participación de capital extranjero; 3,721 contratos de fideicomiso; y 23 personas morales extranjeras. Además, se integra de la siguiente manera:

Por tipo de inversión (origen del financiamiento): a través de reinversión de utilidades, 40.3%; por nuevas inversiones, 38.4%; y por cuentas entre compañías, 21.3%.

Por sector: las manufacturas, 45.0%; minería, 14.0%; servicios financieros y de seguros, 10.9%; transportes, 10.0%; comercio, 6.0% y servicios de alojamiento

³³ Secretaria de Economía (2016). Extraído desde <https://www.gob.mx/se/articulos/que-es-la-inversion-extranjera-directa>. El 26 de enero de 2022.

temporal, 4.6%. Los sectores restantes captaron 9.5%. Por país de origen: Estados Unidos, 49.6%; España, 10.7%; Japón, 6.3%; Alemania, 5.3%; Canadá, 5.2%; y otros países aportaron el 22.9% restante.

A lo largo de los años, la Inversión Extranjera Directa (IED) ha sido una de las palancas más importantes para la economía mexicana. Como componente importante de la inversión total registrada en el país, los recursos provenientes de la IED tienen el potencial de detonar la creación de nuevos empleos, la innovación tecnológica y una mayor integración con el comercio internacional. Además, abre las puertas para un entorno económico más competitivo.

Debido a características geográficas como la cercanía con Estados Unidos, así como su participación en múltiples acuerdos comerciales y la disponibilidad de recursos naturales, México resulta un destino atractivo para la IED.

En 2020 México fue el noveno país con mayor recepción de IED, con una participación de 2.9% respecto al flujo total de inversión a nivel mundial. De este modo, entró a la lista de los 10 principales países receptores de IED junto a Estados Unidos, China, Hong Kong, Singapur, India, Luxemburgo, Alemania e Irlanda. Como se muestra en la gráfica.

Ilustración 43: Inversión Extranjera Directa.



Fuente: IMCO

En la siguiente gráfica se muestra como durante los primeros seis meses del 2021 la IED provino principalmente de Estados Unidos (51%), España (9%), Reino Unido (6%), Alemania (6%) y Luxemburgo (5%). Históricamente, los mayores inversores en México han sido Estados Unidos, España, Canadá, Japón y Alemania.

Ilustración 44: Inversión Extranjera Directa Por País de Origen.



Fuente: IMCO

En la tabla se observa como la industria manufacturera captó 41% de la IED recibida en lo que va del año (7,482 millones de dólares) y la inversión destinada a esta actividad es 14% inferior a la registrada en el primer semestre del 2020 (8,720 millones de dólares).

Ilustración 45: Distribución sectorial de la Inversión Extranjera Directa recibida.

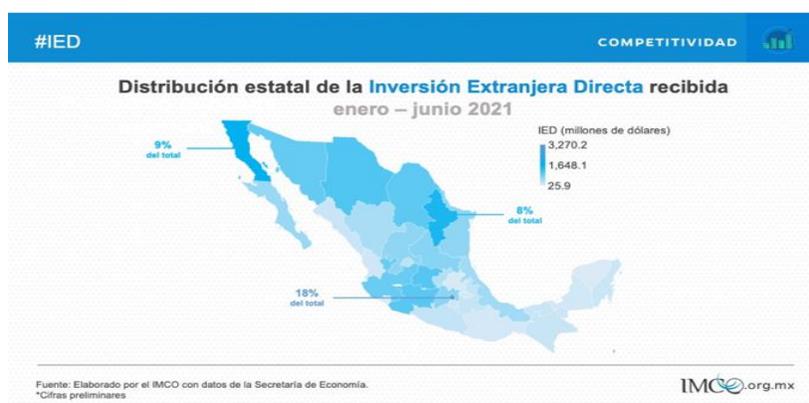


Fuente: IMCO

Históricamente, las zonas norte y centro del país son las que más IED han recibido. En el primer semestre del 2021, las entidades que captaron la mayor parte de la inversión fueron Ciudad de México (18%), Baja California (9%), Nuevo León (8%), Chihuahua (6%) y Guanajuato (6%).³⁴

Para muestra el siguiente mapa que muestra a detalle cómo se ha movido la inversión extranjera directa en nuestro país:

Ilustración 46: Distribución estatal de IED



Fuente: IMCO

IED a México aumentó 5.7% en los primeros nueve meses del año. La Inversión Extranjera Directa en el país provino principalmente de contratos de fideicomiso. La Inversión Extranjera Directa (IED) creció 5.7% más de enero a septiembre de 2021, respecto al mismo periodo del año anterior, y es que, de acuerdo con información de la Secretaría de Economía, en los primeros nueve meses del año se registró una IED de 24 mil 831 millones de dólares.

La dependencia federal detalló que la IED preliminar registrada en el periodo ya mencionado y que solo considera las inversiones formalmente notificadas ante el

³⁴ IMCO. (2021). DATOS DEL PRIMER SEMESTRE DE 2021 DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

Extraído desde <https://imco.org.mx/datos-del-primer-semester-de-2021-de-la-inversion-extranjera-directa/> el 25 de enero de 2022.

Registro Nacional de Inversiones Extranjeras de la Secretaría de Economía provino de:

3,721 contratos de fideicomiso

3,259 sociedades con participación de capital extranjero

23 personas morales extranjeras

Asimismo, por tipo de inversión, la captación de IED fue de 40.3% por reinversión de utilidades, 38.4% por nuevas inversiones y 21.3% por cuentas entre compañías, siendo Estados Unidos el país de origen que principalmente ha participado en la IED a México con el 49.6%, seguido por España con el 10.7%, Japón con 6.3%, Alemania con 5.3% y Canadá con 5.2%.

Por sector se cubrió de la siguiente forma:

1. Manufacturas 45.0%
2. Minería 14.0%
3. Servicios financieros y de seguros 10.9%
4. Transportes 10.0%
5. Comercio 6.0%
6. Servicios de alojamiento temporal 4.6%
7. Sectores restantes 9.5%.³⁵

Ventajas:

- Empleos.
- Desarrollo.
- Captación de divisas.
- Competitividad.
- Transferencia de tecnología.
- Financiamiento y capital.
- Productividad.
- Reinversión de utilidades.
- Innovación tecnológica.
- Integración comercial internacional.

³⁵ idconline. (2021) IED a México aumentó 5.7% en los primeros nueve meses del año.

<https://idconline.mx/comercio-externo/2021/11/22/ied-a-mexico-aumento-57-en-los-primeros-nueve-meses-del-ano>, Extraído el 25 de enero de 2022

IV.16 Compra Venta de Divisas

El tipo de cambio es una referencia que se usa en el mercado cambiario para conocer el número de unidades de moneda nacional que deben pagarse para obtener una moneda extranjera, o similarmente, el número de unidades de moneda nacional que se obtienen al vender una unidad de moneda extranjera.

Imagen 20



Fuente: es.dreamstime. <https://es.dreamstime.com/imagen-de-archivo-crecimiento-del-dólar-de-la-carta-image32098031>

Por ejemplo, si para obtener un dólar estadounidense (dólar) se deben entregar 20 pesos mexicanos (pesos), el tipo de cambio nominal entre México y Estados Unidos será de 20 pesos por dólar. Para saber cuántos pesos representan cierta cantidad en dólares se multiplican los dólares por el tipo de cambio. Siguiendo con el ejemplo anterior, 100 dólares representan $100 * 20 = 2,000$ pesos. Para saber cuántos dólares representa cierta cantidad de pesos se divide entre el tipo de cambio, es decir, 2,000 pesos equivalen a $2,000/20 = 100$ dólares.

El tipo de cambio de cada país está determinado por el régimen cambiario; es decir, la forma en que decide administrar el valor de su moneda respecto a otras.

Los regímenes cambiarios más conocidos son el tipo de cambio fijo, flexible y las bandas cambiarias:

- Fijo: En este sistema la autoridad monetaria establece un nivel del tipo de cambio, y se compromete, interviniendo en el mercado comprando o

vendiendo divisas, a garantizar que este tipo de cambio se mantenga en ese nivel.

- Flexible o flotante: El precio de la divisa se determina mediante la oferta y la demanda del mercado, sin la intervención de la autoridad monetaria.
- Bandas cambiarias: un esquema intermedio entre un régimen de tipo de cambio fijo y uno flexible. La autoridad monetaria fija una banda en la cual deja que el tipo de cambio se mueva libremente. Cuando el tipo de cambio alcanza el techo o el piso de la banda la autoridad interviene vendiendo o comprando divisas para mantenerlo en la banda.³⁶

Ventajas:

- Régimen cambiario.
- Paridad monetaria.
- Tipo de cambio fijo y flexible.
- Facilidad de negocios

IV.17 Transferencia de Tecnología

México está en la trampa de los ingresos medios, ni avanza ni se hunde. Para salir se tiene que invertir en ciencia y sobre todo masificar el uso de la tecnología a través de mecanismos de transferencia.

De acuerdo con el Inegi, el país cuenta con 5 millones de empresas, de las cuales 3.9 son micro, pequeñas y medianas. La pregunta es ¿cómo lograr una transferencia masiva de tecnología que llegue a estos negocios?

Tal parece que es necesario trabajar en dos vías paralelas, por un lado, impulsar que los centros de investigación y las universidades tomen como una de sus

³⁶ Banxico (2022) http://educa.banxico.org.mx/banco_mexico_banca_central/sist-finc-tipo-cambio.html

acciones sustantivas el relacionarse con las empresas, impulsando Servicios de Extensión Tecnológica (SET), que faciliten la transferencia de tecnología y la adquisición de nuevas capacidades para la innovación, a través de acelerar la articulación y aplicación del conocimiento científico en el sistema productivo; y por otro, impulsar que las empresas, sobre todo las pymes, trabajen en un proceso formal de aprendizaje y generación de las habilidades para usar la tecnología, lo cual desde esta óptica depende exclusivamente del esfuerzo tecnológico interno, es decir, dichas capacidades son un producto endógeno a la empresa.

Este segundo punto también demanda se trabaje en fomentar que las pymes hagan un mayor uso del sistema de la propiedad intelectual, en especial de las patentes. Según algunos estudios, estas empresas en varios sectores utilizan “métodos informales” para acercarse a conocer de nuevas tecnologías e incluso para proteger sus activos intangibles.

La política industrial del país debe lograr que los beneficios de la innovación no solo se concentren en algunas empresas, pues es claro que la gran mayoría se está quedando atrás. Por ello es conveniente que las instituciones del estado mexicano adopten un papel “emprendedor” que asuma ciertos riesgos que pueden reportar grandes beneficios sociales, derivados de ampliar la difusión de la innovación en todos los ámbitos de la vida cotidiana de los ciudadanos.

No solo se requiere fomentar la creación de mayor conocimiento, se necesita de un impulso del Estado para iniciar un proceso de reindustrialización, basado en una política de cambio tecnológico y de profundizar la relación universidad-empresa, en donde el desarrollo de insumos de contenido local disminuya la dependencia tecnológica e incremente los niveles de competitividad.

Pero quizás el elemento más innovador al interior de las estructuras de universidades y centros de investigación deba ser el acompañar a sus áreas de

investigación y desarrollo con agentes u oficinas de transferencia tecnológica, con responsabilidades que vayan mucho más allá del acto administrativo de solicitudes de patentes y difuminar las fronteras entre el sector público y el privado.

El suministro de información sobre patentes es otro componente clave en esta estrategia de utilización del sistema de patentes para promover el crecimiento. Esto aseguraría que se esté contribuyendo a reducir las desigualdades entre sectores poblacionales de altos ingresos, con acceso a estas tecnologías, y sectores de la población excluidos del proceso de adopción de estas innovaciones, convirtiendo la transferencia masiva de tecnología en el pivote del desarrollo.³⁷

Asimismo, debemos considerar la importancia que ha tenido en nuestros días el Capítulo digital del T-MEC, sin duda, un parteaguas que potenciará a las startups de tecnología. Derivado de que el comercio electrónico es una herramienta democratizadora que fortalece las economías.

Es por ello, que, a través de él, pequeñas empresas pueden vender sus productos sin necesidad de contar con infraestructura en su empresa o grandes volúmenes. Por eso, es necesario reconocer el capítulo de comercio digital del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, México y Canadá (T-MEC) como un verdadero hito para el desarrollo económico del país en general y para el impulso de las empresas que hoy mueven México, en particular.

En México, según el INEGI, más del 95.4% del total de las empresas son PyMES y generan el 72% de los empleos en el país. Sin embargo, el contexto de la crisis coronavirus demostró que a pesar de ser un motor fundamental para la economía nacional la actualidad las encuentra completamente vulnerables: tan solo en los

³⁷ Gonzalez Piñon Juan Alberto. (2021). El desafío de la transferencia de tecnología en México. Extraído desde <https://expansion.mx/opinion/2021/10/19/desafio-transferencia-tecnologia-mexico>. El 06 de octubre de 2022.

últimos meses, fueron más de 10 mil las PyMES que tuvieron que cerrar sus operaciones por quiebre total.

Al mismo tiempo, hemos visto cómo las pequeñas empresas que ya habían adoptado la tecnología en sus operaciones se han beneficiado del comercio electrónico y han podido sobrellevar la crisis económica derivada de la pandemia por COVID-19, al permitir pedidos en línea y entregas en los hogares. Entonces, es importante resaltar que gran parte de las que han sobrevivido y hasta crecido su capacidad operativa lo han podido hacer gracias al comercio electrónico.

Por todo esto es que el capítulo digital del T-MEC es fundamental para las PyMES, ya que van a poder crecer más rápido con un marco jurídico que les brinde certeza jurídica. La propuesta ofrece un marco regulatorio que incluye asuntos relativos al libre flujo transfronterizo de datos, protección de la responsabilidad de intermediarios y de datos personales.

También propone la eliminación de aranceles aduaneros y evitar la discriminación de productos digitales, busca proteger a los consumidores de prácticas comerciales fraudulentas, al tiempo que se fortalece la cooperación en ciberseguridad. También incluye mejorar el gobierno digital abierto y facilitar el acceso y uso de los datos gubernamentales públicos.

Con el desarrollo de este capítulo, solo queda vaticinar que se abre el comercio internacional a las pymes, pero también a cualquier futuro emprendedor. Con él México se beneficiará de la democratización del comercio digital, pero también de mejores prácticas internacionales que permitirán, en el largo plazo, cerrar las brechas actuales.

Con cada intercambio comercial, también se da un intercambio de tecnología, de conocimiento y de normativas para fortalecer al sector tecnológico. Este nuevo capítulo abre entonces, además, la posibilidad de que México compita con su talento

de una manera más innovadora gracias a las nuevas normas que le abren camino, y muestre su verdadera capacidad de creación en el campo tecnológico.

Para llegar a esa instancia, México tendrá que vivir un proceso de armonización legislativa que apuntale el contenido de este tratado y desarrollar una infraestructura para la creación de un mercado digital integrado con sus socios. En este contexto, julio será un mes clave para “empatar” regulaciones, prepararse para una nueva etapa con más competitividad del país y arrancar la carrera hacia nuevas posibilidades tecnológicas para todos los y las mexicanas.³⁸

Sin embargo, desde otro ángulo y desde otra perspectiva, según la ANUIES, nuestro país entra al nuevo T-MEC (Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá) sin condiciones para competir en innovación y tecnología en cadenas de valor que van a paso acelerado, como por ejemplo el de los automóviles eléctricos, y con fuertes medidas proteccionistas en los tres países.

En este sentido, los grandes ganadores sin duda, serán los abogados, derivado de las vertientes de litigio como lo laboral (ya que el tratado incluye mejoras laborales en las cadenas de valor) y lo energético, pues el gobierno federal ha tenido tensiones con empresas que pretenden invertir en ese sector. Además, se arranca el T-MEC sin una política industrial nacional que apenas destina recursos por 500 millones de dólares, mientras que Estados Unidos y Canadá invierten billones de dólares para apuntalar sus sectores tecnológico, energético y manufacturero. Si bien es cierto que parte del tratado otorga ventaja a Estados Unidos, país que mayor cantidad de patentes genera, México va más a la maquila. Así que será un

³⁸ Forbes. (2020) <https://www.forbes.com.mx/capitulo-digital-del-t-mec-un-parteaguas-que-potenciara-a-las-startups-de-tecnologia/>. Extraído el 06 de octubre de 2022.

punto relevante que, a nivel de política pública, se establezcan y se incentiven programas en términos de desarrollar la capacidad innovativa en las empresas. Si bien es cierto, que se habla de la zona norte del conocimiento y de poder integrar también innovación y transferencia tecnológica, pero no ha podido permear en las reglas formales del T-MEC.³⁹

Por otro lado, en 2019 Jesús Seade uno de los principales embajadores de México para destrabar los conflictos con Estados Unidos y Canadá, y para limar las asperezas, (actual embajador de México en China) comento que el nuevo tratado comercial entre Estados Unidos, Canadá y México (T-MEC), no considera obligatoria la transferencia de tecnología. Es decir, que las transferencias tecnológicas quedaron desplazadas, aunque las tres naciones podrían cooperar en conjunto sobre el tema no están obligadas a hacerlo. No se crearon ni estipularon obligaciones.

Por lo tanto, se considera importante retomar el tema porque la tecnología es un tema que rara vez es tratado con profundidad y con la seriedad que necesita, sexenios van y vienen y ningún gobierno decide hacer una inversión importante en el sector educativo, el desarrollo y la tecnología; y el retraso en este sector no precisamente se debe a la falta de desarrolladores o proyectos de innovación sino a la fuga de cerebros que seguramente se lleva Estados Unidos, donde las grandes tecnológicas contratan a mexicanos. Por lo tanto, como dijo el funcionario en su momento, la transferencia de tecnología es un tema voluntario no obligatorio y aparte es opcional.

³⁹ ANUIES (2022). EXTRAIDO DESDE <http://www.anui.es/mxico-entra-al-t-mec-sin-condiciones-para-competir-eninnovacin-y>. EL 06 DE OCTUBRE 2022.

Ventajas:

- Inversiones.
- Mayor investigación.
- Innovación.
- Nuevas tecnologías.
- Cambios tecnológicos.
- Competitividad.
- Patentes.
- Infraestructura tecnológica.

IV.18 Marketing Internacional

El marketing internacional consiste en la actividad, las instituciones y los procesos más allá de las fronteras nacionales que crean, comunican, entregan e intercambian ofertas que tienen un valor para los grupos de interés y la sociedad. La empresa internacional está sujeta a una nueva serie de factores macro ambientales, a múltiples restricciones y a muchos conflictos que son el resultado de diferentes leyes, culturas y sociedades.

En el terreno del marketing internacional es donde podemos observar más de cerca el rol del marketing como un agente clave del cambio social y como un instrumento crucial para el desarrollo de una estrategia de negocios sensible a las particularidades sociales.

Las tendencias de los negocios globales son aún más importantes para la estrategia del marketing que lo que eran hace algunos años, mantenerse a la par de las tendencias globales con un enfoque en el crecimiento rentable a largo plazo y la ventaja competitiva será vital para el éxito. Los mercados emergentes impulsan el crecimiento significativo de los negocios globales.

Las empresas necesitan ampliar sus redes de distribución y sus estrategias de entrada al mercado en esos grandes centros de población, creando centros

globales. Así como colaboración en las obras del sector público para alentar inversiones en la infraestructura de esas regiones.

Las empresas más pequeñas también se pueden beneficiar con la globalización de los mercados buscando una oportunidad en ciertos nichos de mercado, en especial en aquellos desentendidos o abandonados o en surgimiento o con potencial de crecimiento. por los principales competidores.

Las naciones, países, regiones y ciudades también buscaran estrategias para desarrollar clústers de la industria. Los riesgos, peligros y retos para las economías del mundo están al acecho, por lo cual necesitan liderazgos fuertes y con visión de crecimiento y desarrollo de sus pueblos ante un mundo indiscutiblemente globalizado. (Cateora P. R., 2020)⁴⁰

Ventajas:

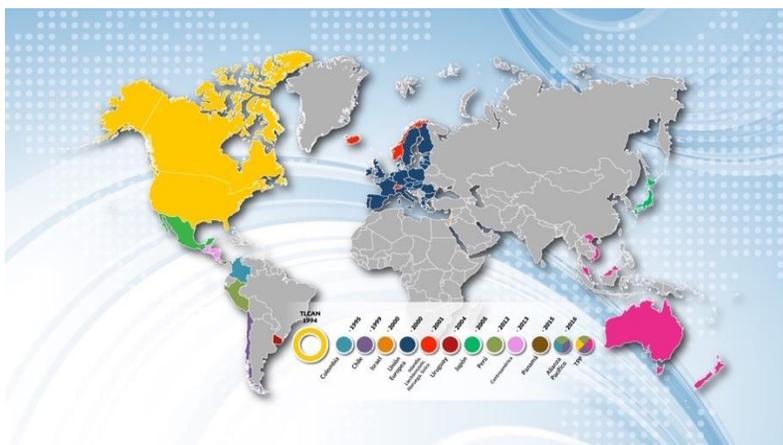
- Comunicación transfronteriza.
- Nuevos mercados.
- Cambios sociales y culturales.
- Agente de cambio social.
- Instrumento de desarrollo.
- Negocios globales.
- Mantenerse en las tendencias mundiales.
- Crecimiento rentable significativo.
- Redes de distribución global.
- Mercado masivo mundial.

⁴⁰ Cateora, Philip R. Money, R. Bruce. Gilly, Mary C. Graham, John L. (2020), MARKETING INTERNACIONAL. Decimoctava edición. Mc Graw Hill.

IV.19 Tratados Internacionales

De acuerdo a la Secretaría de Economía, (Enero, 2022) México cuenta con una red de 14 Tratados de Libre Comercio con 50 países (TLCs), 30 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) con 31 países o regiones administrativas y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Ilustración 47: Tratados comerciales de México con el mundo.



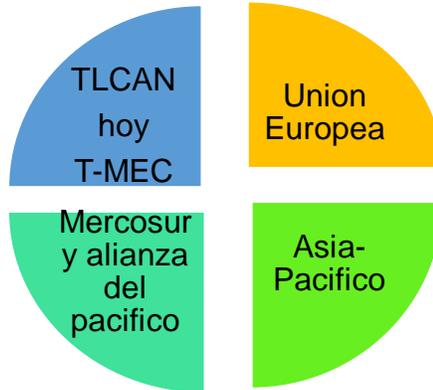
Fuente: Secretaría de Economía.

Además, México participa activamente en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y la ALADI.

VENTAJAS:

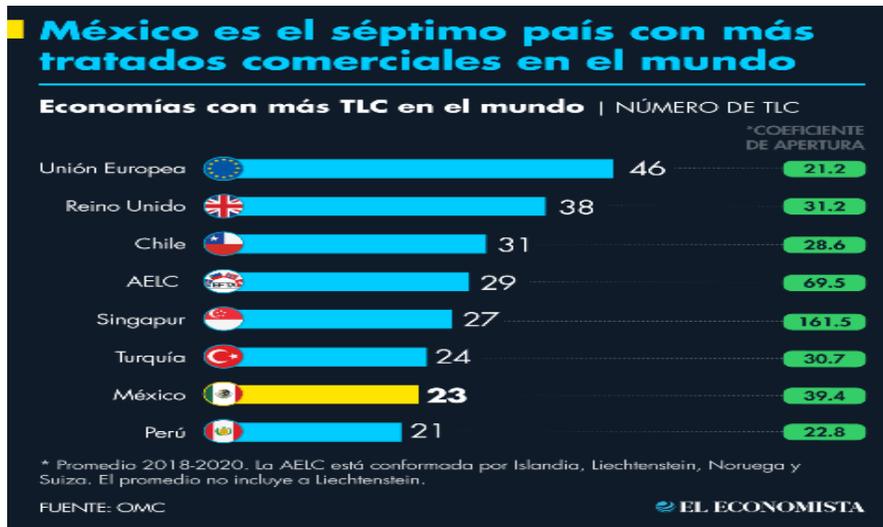
- Acuerdos comerciales.
- Ventajas competitivas.
- Complementación económica.
- Cooperación y desarrollo económicos.
- Integración regional.
- Apertura global.

Ilustración 48: Regiones donde se concentra el comercio de México.



Principales regiones del comercio de México.

Ilustración 49: Economías con más TLC en el mundo



Fuente: OMC

Por ello, es indispensable aprovechar esos tratados y generar las oportunidades necesarias para que las personas se puedan integrar a la economía de este país mediante una empresa no necesariamente en formato físico, sino de carácter electrónico y ser participe y beneficiario directo del T-MEC, y contribuir de manera efectiva en la economía del país.

CAPÍTULO V: ESTUDIOS DE CASO

Hablando de pequeñas y medianas empresas es común hablar de PYMES pero cuando hablamos de Startups, las cosas cambian un poco, aquí vamos a explicar que son y cuáles son sus principales características, antes de abordar los estudios casos.

Recientemente ha surgido un término nuevo dentro del ámbito empresarial, es decir, empresa nueva que comienza un negocio pero que comúnmente se le llamaba una MiPymes o pymes, ahora también se les llama startup. Sin embargo, existen diferencias significativas entre los dos conceptos y no solo de nombre sino de sustancia, por ejemplo, dentro de los factores de diferenciación de unas pymes y un startup, es que esta última tiene que ver con la condición de escalabilidad, el grado de innovación e impacto, operación basada en tecnología y el potencial para afectar a un sector, un producto, un servicio o un sistema y sobre todo que las startups tienen bajos costos respecto a las pymes convencionales.

Por ejemplo, el caso de una florería que empezó como pyme y después se convirtió en una startup. Al dar un giro y posicionarse como <https://www.enviaflores.com/> Eso lo deben tener claros los emprendedores, una cosa es el negocio como tal y otra es a donde quieres llegar con él; en un mundo globalizado y virtual. Donde las ventas están en línea o en internet. Y el mejor adaptado es el que sobrevive, a ese mercado voraz y exigente de consumidores en la red, y pronto quizás en el metaverso.



En México necesitamos estrategias más enfocadas a desarrollar más startups, no sólo con apoyos públicos más específicos y *ad hoc*, como pueden ser el tipo de inversión, destino de los recursos, participaciones etc., sino con conocimiento de causa del gran potencial de rendimiento de los recursos públicos invertidos, frente al crecimiento limitado que pueden generar las pymes tradicionales, ni que decir de las franquicias.⁴¹

⁴¹ Lascurain, Pablo G. (2014) Pymes y startups: la forma es el fondo. Extraído desde <https://www.forbes.com.mx/pymes-y-startups-la-forma-es-el-fondo/> el 01 de Febrero de 2022.

V.1 KAVAK

Es la primer empresa mexicana denominada unicornio. Empresa Unicornio (Una empresa unicornio es una startup que alcanza una valuación de 1,000 millones de dólares, sin estar en bolsa, es decir, con levantamiento de capital e ingresos. Generalmente, son empresas tecnológicas, aunque no es una categoría únicamente reservada a ellas).⁴²

Plataforma especializada en la compra y venta de autos usados en línea. <https://www.kavak.com/>. Transformaron la compra y ventas de autos seminuevos. Según su slogan, es el mejor lugar para vender y comprar tu auto. Cambia o vende tu auto en un día. 3 meses de garantía. Con apenas 4 años de vida, facilita la compra-venta de autos seminuevos o usados a través de su aplicación.

Tabla 7: Beneficios del T-MEC

BENEFICIOS DEL T-MEC EN ESTA EMPRESA DE EXITO		
CAPITULO	NOMBRE	VENTAJAS
2	Trato nacional y acceso a mercados.	Competitividad regional, Libre de aranceles, Reglas claras.
7	Administración aduanera y facilitación de comercio.	Intercambio de Información, Automatización de procesos.
19	Comercio digital.	Innovación comercial, Seguridad electrónica, Cero barreras geográficas.



⁴² Expansion (2021). Extraído desde <https://expansion.mx/emprendedores/2021/12/07/empresas-unicornio-mexicanas>. El 01 de Febrero de 2022.

V.2 Bitso

Criptomonedas, comprar, vender e intercambiar monedas. <https://bitso.com/mx>. Todo a través de su app. También permite realizar pagos en entidades que lo permitan, ofrece una forma de trading avanzado de criptomonedas.

Es la primera plataforma de criptomonedas en América Latina en regularse. Y la sexta a nivel mundial en obtener licencia de instituciones globales. Por lo que le da un mejor reconocimiento a nivel mundial, al ser considerada la casa de cambio de criptomonedas más estable de la región.

Actualmente cuenta con más de 3 millones de usuarios, en Argentina, Brasil y México.

Tabla 8: Beneficios del T-MEC

BENEFICIOS DEL T-MEC EN ESTA EMPRESA DE EXITO		
CAPÍTULO	NOMBRE	VENTAJAS
25	Pequeñas y medianas empresas.	Cooperación entre Pymes, crecimiento y empleo, incremento de oportunidades, capital y créditos.
17	Servicios financieros.	Participación con otros proveedores de servicios financieros, nuevos mercados, nuevas tecnologías, mejores oportunidades.
20	Derechos de propiedad intelectual.	Seguridad empresarial, fuentes de capital, nuevos clientes, mayor innovación y creatividad, mayor difusión de tecnología y competencia.



V.3 Clip

Empresa Mexicana que también es considerada Unicornio de México, en el sector Fintech. Llego para solucionar los problemas de las grandes empresas, las cuales no aceptaban pagos con tarjetas, agregador de pagos. <https://clip.mx/>. Además, ofrece una terminal punto de venta móvil y una app para aceptar pagos con tarjetas de crédito o debido, desde tu smartphone o Tablet.

La llegada de Clip al mercado mexicano acabo con lo que hasta ese momento estaba establecido: muchos tramites y papeleo; acabo con las cuotas mensuales por renta del aparato, elimino la necesidad de una cuenta bancaria del mismo banco de la misma terminal, termino con cargos o multas por no cumplir con transacciones mínimas. Clip está posicionada como una startup más confiables por las pymes.

Tabla 9: Beneficios del T-MEC

BENEFICIOS DEL T-MEC EN ESTA EMPRESA DE EXITO		
CAPÍTULO	NOMBRE	VENTAJAS
15	Comercio transfronterizo de servicios.	Servicios profesionales, Productos especializados, Intercambio comercial.
17	Servicios financieros.	Diversos proveedores de servicios financieros, mejores servidores informaticos y dispositivos de almacenamiento.
25	Pequeñas y medianas empresas.	Incremento de oportunidades, nuevos mercados, mejor infraestructura, capital y creditos.



V.4 Konfio

Fintech que tiene la misión de ayudar a las pequeñas y medianas empresas a obtener financiamiento. Soluciones financieras. <https://konfio.mx/> .

Identificó que las pymes tenían dificultades para encontrar capital, esto teniendo en cuenta que los bancos buscan garantías para otorgar préstamos las pymes.

La tecnología que ha desarrollado Konfio, permite que, a través de una plataforma digital, las pymes puedan acceder a un ecosistema de soluciones financieras y de gestión empresarial, que incluye crédito para emprendedores y de capital de trabajo, herramientas de gestión y pagos. Esta empresa cree que un análisis de datos en las transacciones brinda información suficiente para que las empresas puedan obtener un préstamo en tan solo 24 horas.

Tabla 10: Beneficios del T-MEC

BENEFICIOS DEL T-MEC EN ESTA EMPRESA DE EXITO		
CAPÍTULO	NOMBRE	VENTAJAS
17	Servicios financieros	Inversiones, nuevos capitales, mejor infraestructura, mejores servicios de almacenamiento y procesamiento de datos.
19	Comercio digital	Innovación comercial, Competitividad, confianza del consumidor, mejor comunicación electrónica.
28	Buenas prácticas regulatorias	Mejores procesos regulatorios, recopilación e implementación de información, menores restricciones de competencia en el mercado.

The logo for Konfio, featuring the word "Konfio" in a bold, black, sans-serif font. A small purple dot is positioned above the letter 'o'.

V.5 Incode

La empresa de tecnología biométrica es una startup, que cuenta con una plataforma de verificación y autenticación de identidad basada en inteligencia artificial (AI) con sede en Silicon Valley.

Hace un año, la empresa estaba conformada por 40 personas, hoy son entre 110 y 120 y prevé cerrar el año con 300 aproximadamente, sobre todo nuevos ingenieros, su tecnología se utiliza en 12 países, por ahora. Pero la visión de Incode es global. Su objetivo es mejorar su producto y crear nuevas experiencias de identidad.

Más del 50% de las operaciones de la empresa están en México, un porcentaje que ha ido bajando desde que arrancó el negocio, cuando eran prácticamente 99%. En esta diversificación, el empresario prevé que el próximo año bajé aun más, hasta 30%. Estados Unidos concentraría 50% y el 20% restante estaría repartido por otras partes del mundo.⁴³



Según datos de la consultora de Statista, la tecnología biométrica pasará de un valor de mercado global de 36,600 mdd en 2020 a 68,600 mdd en 2025. Para mayor información visitar su sitio online <https://incode.com>.

Tabla 11: Beneficios del T-MEC

BENEFICIOS DEL T-MEC EN ESTA EMPRESA DE EXITO		
CAPITULO	NOMBRE	VENTAJAS
26	Competitividad	Crecimiento regional, Integración económica, Inversiones, Facilidades de negocio.
21	Política de Competencia	Prohibición de prácticas anticompetitivas, promover la competencia, transparencia en los procesos.
3	Agricultura	Nueva tecnología, Comercio de mercancías agrícolas, acceso a nuevos mercados.

⁴³ Expansión (2021). Extraído desde <https://expansion.mx/emprendedores/2021/12/07/incode-ricardo-amper-unicornio>. El 24 de enero de 2023.

V.6 Merama

Merama, nuevo unicornio mexicano; rentable y con una valuación de 1,200 mdd, Merama es el tercer unicornio de origen mexicano que aparece en menos de una semana, luego de que se conociera que la fintech Clara y la plataforma de verificación y autenticación de identidad Incode alcanzaran este calificativo. <https://www.merama.io/?lang=es>

La forma de operar de Merama, fundada en diciembre de 2020, es que compra la mayor participación accionaria de empresas en categorías funcionales como cocina, *home fitness* y cosméticos que facturen más de 2 mdd cada año por medio de canales en línea, como Mercado Libre y Falabella, para potenciar los negocios con tácticas de optimización de costos, el lanzamiento de nuevos productos y categorías, expansión de canales y expansión internacional. ⁴⁴



Tabla 12: Beneficios del T-MEC

BENEFICIOS DEL T-MEC EN ESTA EMPRESA DE EXITO		
CAPITULO	NOMBRE	VENTAJAS
24	Medio ambiente	Nuevas tecnologías, reducción de costos, cuidado por el medio ambiente y reducción de contaminantes.
25	Pequeñas y medianas empresas	Inclusión social, infraestructura adecuada, Asociaciones, flujo de capital, inversiones, competitividad.
14	Inversión	Capital, ganancias y utilidades, licencias, permisos y autorizaciones.

⁴⁴ Caparroso (2021) extraído desde <https://www.forbes.com.mx/emprendedores-merama-se-vuelve-el-nuevo-unicornio-mexicano-rentable-y-con-una-valoracion-de-1-200-mdd/>. El 24 de enero de 2023.

V.7 Jokr

Jokr se declara unicornio con alma latinoamericana al alcanzar valuación de 1,200 mdd. Su expansión por la región se inició en Ciudad de México, donde hicieron el primer envío oficial de la compañía. Si hay algo que ha marcado tendencia en el último año en las plataformas que llevan las compras de supermercado a domicilio son las tiendas ocultas, que se construyen masivamente en las ciudades hasta tener una cobertura que permita hacer entregas en menos de 15 minutos. <https://www.jokr.com/es>

Jokr, una de las plataformas con este modelo, ha cerrado una ronda de inversión de 260 millones de dólares que valora la compañía en 1,200 millones de dólares, convirtiéndola en unicornio.

Jokr dice haber alcanzado rentabilidad operativa en algunas áreas de las 15 ciudades en las que opera con cerca de 200 tiendas ocultas y que más del 50% de los nuevos clientes, que crece 15% semana a ha semana.⁴⁵



Tabla 13: Beneficios del T-MEC

BENEFICIOS DEL T-MEC EN ESTA EMPRESA DE EXITO		
CAPITULO	NOMBRE	VENTAJAS
20	Derechos de Propiedad Intelectual	Innovación y creatividad. Competencia, nuevas tecnologías. Nuevos mercados.
26	Competitividad	Tecnología accesible, Identificar nuevos nichos de mercado, nuevos proyectos, mejor infraestructura.
25	Pequeñas y Medianas Empresas	Competitividad, mejores prácticas, mejores experiencias con los clientes, comercio digital. Capacitación para Pymes.

⁴⁵ Forbes.com (2021) extraído desde <https://www.forbes.com.mx/emprendedores-jokr-se-declara-unicornio-con-alma-latinoamericana-al-alcanzar-valuacion-de-1200-mdd/> el 24 de enero de 2023.

V.8 Nowports

Nowports se convierte en el nuevo unicornio mexicano tras levantar 150 millones de dólares. La empresa anunció que su valuación subió a 1,100 millones de dólares. La startup de logística Nowports, opera como un agente digital de carga con presencia en siete países, planea utilizar los recursos para su expansión en América Latina en momentos en que los mercados siguen lidiando con disrupciones en la cadena de suministro y volatilidad cambiaria debido a los efectos de la pandemia de Covid-19 y la guerra en Ucrania. <https://nowports.com/es-MX>.

El compromiso de nowports es transformar las cadenas de suministro de la región con tecnología y acceso ágil a la financiación para las empresas que importan y exportan bienes. Además, la empresa mexicana creció a más de 500 empleados.



Una empresa se convierte en un unicornio al alcanzar un valor de mercado de 1,000 millones de dólares, sin entrar en bolsa.⁴⁶

Tabla 14: Beneficios del T-MEC

BENEFICIOS DEL T-MEC EN ESTA EMPRESA DE EXITO		
CAPITULO	NOMBRE	VENTAJAS
17	Servicios Financieros	Mejor infraestructura, regulación, competitividad, mejor competencia, mayor inversión, nuevos clientes, nuevos mercados.
18	Telecomunicaciones	Nueva infraestructura, mejor acceso a servicios financieros, servicios con mayor valor agregado, mayor nivel de competencia, mejor regulación.

⁴⁶ El economista (2022) extraído desde <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Nowports-se-convierte-en-el-nuevo-unicornio-mexicano-tras-levantar-150-millones-de-dolares--20220524-0048.html> el 24 de enero de 2023.

V.9 Clara

Clara ofrece tarjetas de crédito corporativas (virtuales y físicas), una solución basada en el Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI) y una plataforma para la gestión de pagos a proveedores, así como el control de gastos y el financiamiento de corto plazo para las empresas que utilizan sus servicios.

<https://www.clara.com/es-mx/>

Esta fintech es una solución tecnológica que permite a las compañías no sólo hacer los pagos, sino organizarlos de la mejor manera y que tengan siempre la visibilidad que necesitan. Además, Clara es un unicornio que busca expandirse a otros países latinoamericanos como Colombia y Brasil donde ya cuenta con más de 500 clientes, y juntando estos países y México ya contabilizan más de 3000 firmas. Es tal su desempeño que a tan solo un año de su creación ya cuenta con una valuación superior a los 1,000 millones de dólares lo que la hace ser un gran unicornio.

Clara obtiene acceso a las API, soluciones, socios y programas de Mastercard a través de un único punto de contacto, lo que ayuda a Clara a crecer y escalar su negocio de manera rápida.⁴⁷



Tabla 15: Beneficios del T-MEC

BENEFICIOS DEL T-MEC EN ESTA EMPRESA DE EXITO		
CAPÍTULO	NOMBRE	VENTAJAS
3	Agricultura	Comercio de productos agrícolas, Mayor transparencia en el acceso a los mercados, mayor competencia, ayuda con financiamiento, ayudas a sectores agrícolas locales, promover el comercio agrícola sustentable.
7	Administración Aduanera y Facilitación del Comercio.	Sitios web accesibles, facilitación del comercio, mayor acceso a servicios de información, origen de las mercancías, tecnologías de la información al servicio del comercio digital.
9	Medidas sanitarias y Fitosanitarias.	Proteger la vida y salud de las personas, fortalecer la comunicación, asegurar medidas sanitarias permite mayor confianza en el consumidor, fomentar el crecimiento y desarrollo.

⁴⁷ Arteaga (2022). Extraído desde <https://www.forbes.com.mx/clara-el-unicornio-mexicano-se-expande-a-colombia/> el 24 de enero de 2023.

V.10 Stori

Stori, la empresa que brinda servicios financieros, se unió a la lista de 'unicornios' mexicanos. Tras una nueva ronda de inversión la empresa de servicios financieros digitales se une a la lista de firmas con valor mayor a 1,000 millones de dólares.

Stori, que ofrece tarjetas de crédito a clientes que no tienen un historial crediticio, cuenta con 1.4 millones de usuarios activos y la apuesta es alcanzar los 2 millones a finales de año. <https://www.storicard.com>

Con la nueva inyección de dinero, la empresa podrá extender las líneas de crédito de sus clientes. Los usuarios que tienen buen historial de pagos, tendrán un incremento de sus líneas de crédito y estamos explorando llegar a un país adicional, aunque el enfoque es México. Nació con la idea de dar financiamiento a sectores desatendidos de la población y actualmente las líneas de crédito de sus clientes son en promedio de 3,500 pesos. El proceso para dar tarjetas de crédito dura entre 8 y 9 minutos. Las personas van declarado información como dirección, teléfono e ingresos mensuales. Ojo, aunque la empresa te pide que declares el monto, no te pide comprobante. La empresa tiene sus propios *software* para prevenir el robo de identidad y prevención de fraudes.⁴⁸

Tabla 16: Beneficios del T-MEC

BENEFICIOS DEL T-MEC EN ESTA EMPRESA DE EXITO		
CAPITULO	NOMBRE	VENTAJAS:
25	Pequeñas y medianas empresas.	Competitividad de las pymes, mejores oportunidades comerciales, incremento de inversión y comercio, mejoramiento de infraestructura, promueve la participación de pymes en sectores poco usuales, inclusión de pymes de diversos sectores como: mujeres y pueblos indígenas.
14	Inversión.	Mayor inversión en el sector, mayor competencia, mejores y nuevos mercados, mejores oportunidades en el mercado local, tratos igualitarios de autoridades.
19	Comercio digital.	Nuevas tecnologías, nuevos mercados, inversiones, conectividad, innovación, regulaciones, competitividad.

⁴⁸ Expansión (2022) extraído desde <https://expansion.mx/unicorn-hunters/2022/07/15/stori-se-convierte-en-unicornio> el 24 de enero de 2023.

De lo anterior podemos concluir que

Tabla 17: Valor de Mercado de los Unicornios Mexicanos.

VALOR DEL MERCADO (MILLONES DE DOLARES)			
NUMERO	UNICORNIOS MEXICANOS	2022	INDUSTRIA
1	KAVAK	8,700	AUTOS USADOS
2	BITSO	2,200	CRIPTOMONEDAS
3	CLIP	2,000	PAGOS ELECTRONICOS
4	KONFIO	1,300	PRESTAMOS
5	INCODE	1,250	IA
6	MERAMA	1,200	COMERCIO ELECTRÓNICO
7	JORK	1,200	PLATAFORMAS DE ENTREGAS
8	NOWPORTS	1,100	LOGÍSTICA
9	CLARA	1,000	BANCA DIGITAL
10	STORI	1,000	SERVICIOS FINANCIEROS

Fuente: Elaboración propia con datos públicos de cada empresa.

CAPITULO VI: RESULTADOS

ECUACIONES ESTRUCTURALES

Dentro del análisis estructural que a continuación se muestra, se buscó asignar valores para la tabulación de una forma interpretativa, derivado de la referencia documental previamente revisada (T-MEC) y del conocimiento de los valores en ventas que tuvieron las empresas estudiadas.

Para llevar a cabo el análisis de ecuaciones estructurales, se utilizó un software llamado SmartPLS4, una plataforma informática que correlaciona datos cualitativos o cuantitativos entre sí, para diseñar y construir modelos de medida y de confirmación. Para ello se relacionaron las variables de impacto en el incremento de las ventas por E-Commerce de las PyMES seleccionadas, y se obtuvo un resultado que a continuación se presenta.

Con base en todos los artículos y acuerdos expuestos en este trabajo de investigación, se calificó un valor numérico del 1-7, de acuerdo al nivel de impacto en las ventas anuales por E-Commerce, considerando cómo estas variables generaron directamente un incremento al comercio digital de las PyMES Mexicanas en los últimos cinco años. Lo anterior permitió generar una matriz de resultados.

La tabla de valores del Coeficiente de Correlación que se utilizó fue la de Pearson, para generar el análisis multivariado, a través del modelaje de ecuaciones estructurales. Los valores de dicha correlación se interpretaron con base en los siguientes criterios: Variables con valor que van de 0,00 o correlación nula al 1 siendo el 1 una correlación grande, perfecta y positiva, y así sucesivamente, como se muestra en la siguiente gráfica:

Tabla 18: Tabla de Correlación de Pearson.

Valor	Criterio
$R = 1,00$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,90 \leq r < 1,00$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r < 0,90$	Correlación alta
$0,40 \leq r < 0,70$	Correlación moderada
$0,20 \leq r < 0,40$	Correlación muy baja
$r = 0,00$	Correlación nula
$r = -1,00$	Correlación grande, perfecta y negativa

Fuente: PEARSON,

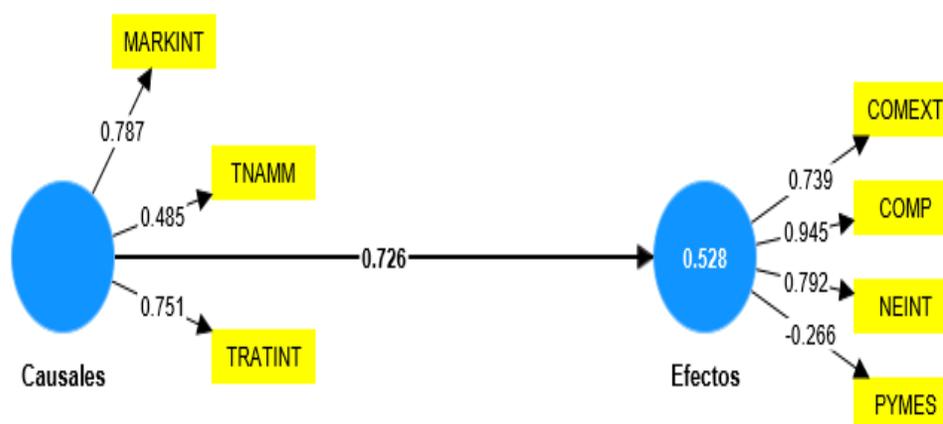
A continuación, se presentan los resultados por cada variable de impacto seleccionada.

Constructo Hipotético: No. 1

CLAVE	DESCRIPTOR (Variable independiente)	HIPÓTESIS (Variable Dependiente)
MKTINT	Marketing Internacional	El Marketing Internacional, genera un incremento en la Competitividad del Comercio Exterior para las PyMES Mexicanas.
TNAMM	Trato Nacional de Acceso al Mercado de Mercancías	El Trato Nacional de Acceso al Mercado de Mercancías, genera un incremento en la Competitividad del Comercio Exterior para las PyMES Mexicanas.
TRATINT	Tratados Internacionales	Los Tratados Internacionales, generan un incremento en la Competitividad del Comercio Exterior para las PyMES Mexicanas, y en los Negocios Internacionales.

Validación del constructo de Causalidad:

La relación causal es positiva, con base en una correlación del 0.726 o pronóstico de incidencia en los efectos, considerada como “alta”. El cuadrado de la correlación de .0726, generó una R^2 de 0.528, expresado como el valor de variabilidad de las variables independientes. En este análisis del impacto del T-MEC se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMMM
4.2	Reglas de Origen Especificas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

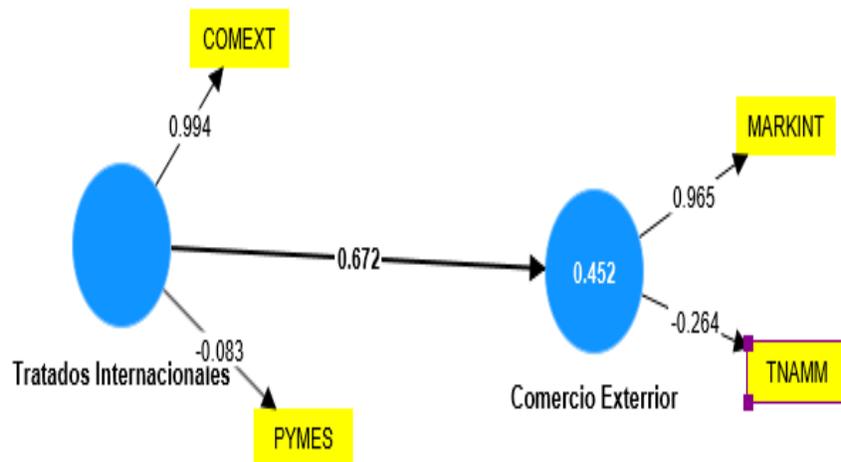
Construto Hipotético: No. 2

CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
COMEXT	Comercio Exterior	El Comercio Exterior , genera un incremento en el Trato Nacional de Acceso al Mercado de Mercancías de las PyMES Mexicanas.
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas	Las Pequeñas y Medianas Empresas , generan un incremento en el Marketing Internacional.

Validación del construto de Impacto en el Comercio Exterior:

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Trato Nacional de Acceso al Mercado de Mercancías** y **Marketing Internacional** generaron una correlación positiva como impacto en el comercio exterior para las PyMES Mexicanas.

La relación causal es positiva, con base en una correlación del 0.672 o pronóstico de incidencia, considerada como “media”. En este análisis del impacto del T-MEC se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Especificas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

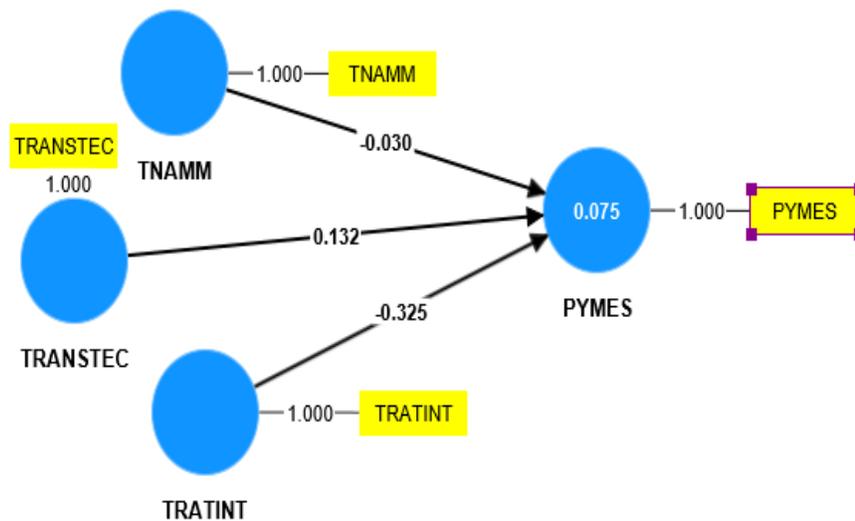
Construto Hipotético: No. 3

CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
TNAMM	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	El Trato Nacional de Acceso al Mercado de Mercancías, genera un incremento en el Comercio Exterior de las PyMES Mexicanas.
TRANSFTEC	Transferencia de Tecnología	La Transferencia de Tecnología, genera un incremento en el Comercio Exterior de las PyMES Mexicanas.
TRATINT	Tratados Internacionales	Los Tratados Internacionales, generan un incremento en el Comercio Exterior de las PyMES Mexicanas.

Validación del constructo de Impacto Comercial a PyMES:

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Trato Nacional de Acceso al Mercado de Mercancías, Transferencia de Tecnología y Tratados Internacionales** generaron una correlación positiva pero muy baja como impacto en el comercio exterior para las PyMES Mexicanas.

La relación causal es positiva, con base en una correlación del 0.325 o pronóstico de incidencia, que es la más representativa y es considerada como “baja”. Sin embargo, dichas variables representan una oportunidad para pymes de mejorar su nivel, y aunque es un valor inverso, muestra como las PyMES no han aprovechado los tratados internacionales. En este análisis del impacto del T-MEC se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMMM
4.2	Reglas de Origen Específicas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTM
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

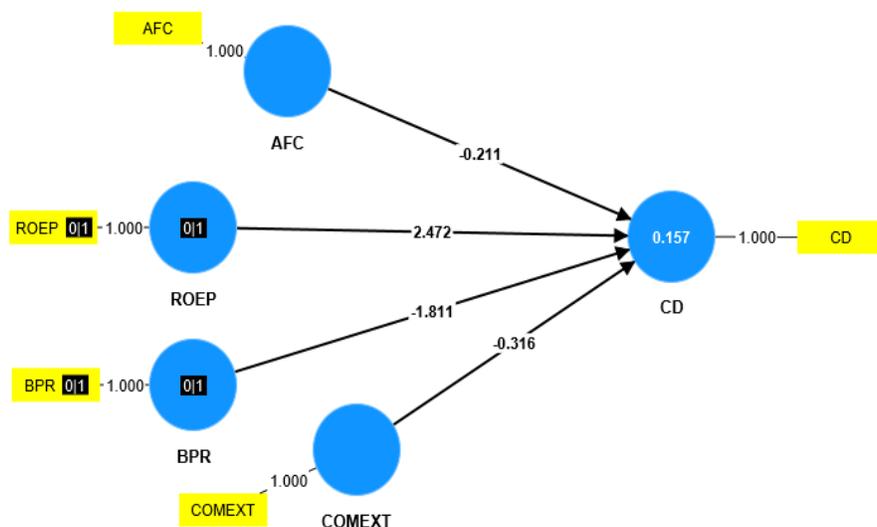
Constructo Hipotético: No. 4

CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
AFC	Aduanas y Facilitación de Comercio	Aduanas y Facilitación de Comercio , genera un incremento en el Comercio Digital de las PyMES Mexicanas.
ROEP	Reglas de Origen Específicas por Productos	Reglas de Origen Específicas por Producto , generan un incremento en el Comercio Digital de las PyMES Mexicanas.
BPR	Buenas Prácticas Regulatorias	Las Buenas Prácticas Regulatorias , generan un incremento en el Comercio Digital de las PyMES Mexicanas.
COMEXT	Comercio Exterior	El Comercio Exterior , genera un incremento en el Comercio Digital de las PyMES Mexicanas.

Validación del constructo: Impacto Digital en PyMES

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Aduanas y Facilitación de Comercio, Reglas de origen Específicas por Producto, Buenas Prácticas Regulatorias y Comercio Exterior** generaron una correlación mixta como impacto en el Comercio Digital para las PyMES Mexicanas. Como se puede ver incluso hay correlaciones bajas y otras que están alejadas de proyectar un comportamiento en sus variables de forma positiva.

La relación causal general es positiva, con base en una correlación del 0.316 o pronóstico de incidencia por ejemplo, considerada como “Baja”. En este análisis del impacto del T-MEC en el Comercio Digital se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMMM
4.2	Reglas de Origen Especificas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

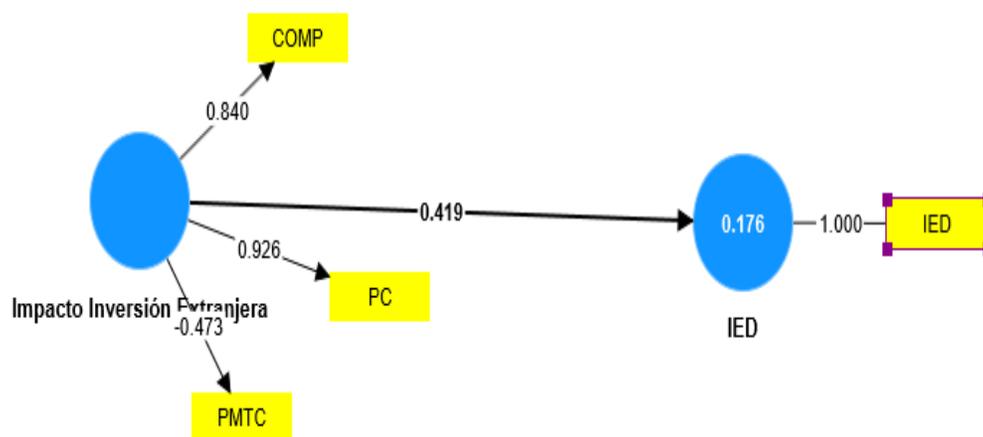
Constructo Hipotético: No. 5

CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
PC	La Política de Competencia	La Política de Competencia, genera un incremento en la Inversión Extranjera Directa para las PyMES Mexicanas.
COMP	Competitividad	La Competitividad, genera un incremento en la Inversión Extranjera Directa para las PyMES Mexicanas.
PMTC	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	Las Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio, genera un incremento en la Inversión Extranjera Directa para las PyMES Mexicanas.

Validación del constructo: Impacto Inversión Extranjera en PyMES

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **La Política de Competencia, Competitividad y Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio** generaron una correlación positiva como impacto en la IED de las PyMES Mexicanas.

La relación causal es positiva, con base en una correlación del 0.419 o pronóstico de incidencia, considerada como “Media”. Sin embargo, se puede ver que hay dos variables que tienen una gran correlación respecto a la IED. En este análisis del impacto del T-MEC en la IED se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Especificas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

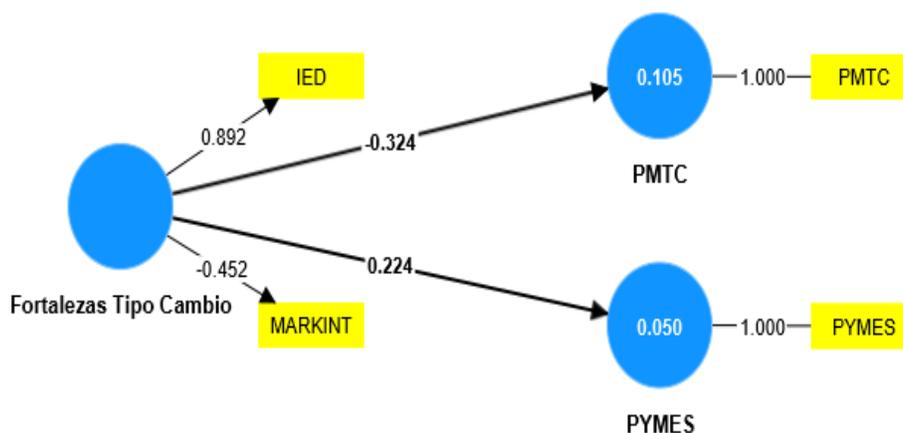
Constructo Hipotético: No. 6

CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
IED	Inversión Extranjera Directa	La Inversión Extranjera Directa , genera un incremento en las Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio que fortalecen a la Pymes Mexicanas.
MKTINT	Marketing Internacional	El Marketing Internacional , genera un incremento en las Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio que fortalecen a la Pymes Mexicanas.

Validación del constructo: Fortalezas del Tipo de Cambio para PyMES

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Inversión Extranjera Directa, Marketing Internacional y Tratados Internacionales** generaron una correlación positiva y muy aceptable como impacto en las Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio para las PyMES Mexicanas.

La relación causal es positiva, con base en una correlación del 0.224 como pronóstico de incidencia, considerada como “Baja”. Sin embargo, esto muestra la cantidad de oportunidades de se tienen que aprovechar para mejorar su nivel de correlación. En este análisis del impacto del T-MEC frente a la PYMES y Las Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMMM
4.2	Reglas de Origen Especificas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

Constructo Hipotético: No. 7

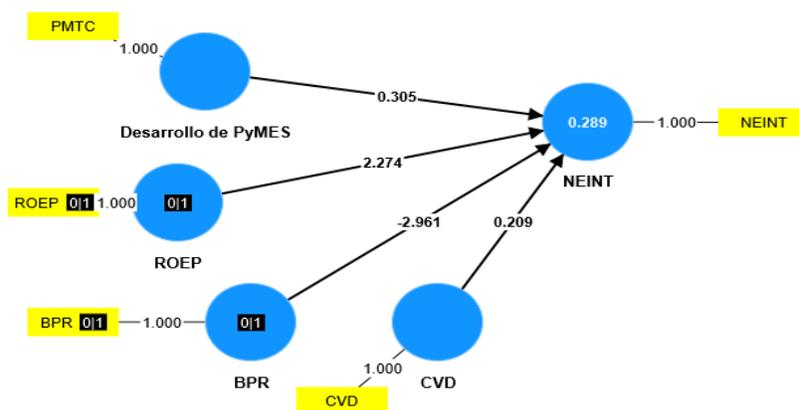
CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
ROEP	Reglas de Origen Especificas por Productos	Las Reglas de Origen Especificas por Producto, generan un incremento en los Negocios Internacionales que desarrollan las Pymes Mexicanas.
BPR	Buenas Prácticas Regulatorias	Las Buenas Prácticas Regulatorias, generan un incremento en los Negocios Internacionales que desarrollan las Pymes Mexicanas.
PMTC	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	Las Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio, generan un incremento en los Negocios Internacionales que desarrollan las Pymes Mexicanas.
CVD	Compra Venta de Divisas	La Compra y Venta de Divisas, generan un incremento en los Negocios Internacionales que desarrollan las Pymes Mexicanas.

Validación del constructo: Desarrollo de Pymes en Negocios Internacionales

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Reglas de Origen Especificas por Producto, Buenas Prácticas Regulatorias, Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio y Compra Venta de Divisas**, generaron una correlación positiva como impacto en los Negocios Internacionales para las PyMES Mexicanas.

La relación causal general es positiva, con base en una correlación del 0.305 o pronóstico de incidencia por ejemplo, considerada como “Baja”. Sin embargo, este

tipo de correlaciones determina que hay cosas por mejorar para aprovechar las oportunidades que se encuentran cautivas. En este análisis del impacto del T-MEC en los negocios Internacionales se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Especificas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

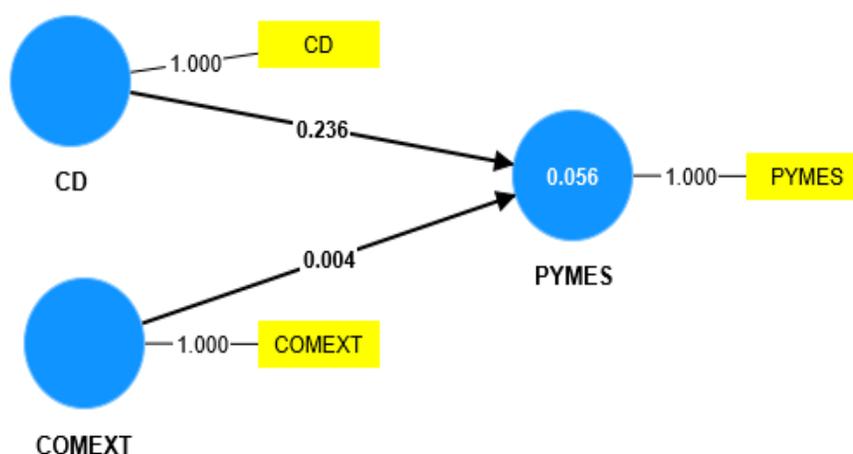
Construtto Hipotético: No. 8

CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
CD	Comercio Digital	El Comercio Digital, genera un incremento en la Inversión Extranjera Directa que llega a las Pymes Mexicanas.
COMEXT	Comercio Exterior	El Comercio Exterior, genera un incremento en la Inversión Extranjera Directa que llega a las Pymes Mexicanas.

Validación del constructo: Impacto Inversión Extranjera Directa en PyMES

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Comercio Digital y Comercio Exterior** generaron una correlación positiva como impacto en el comercio exterior para las PyMES Mexicanas.

La relación causal es positiva, con base en una correlación del 0.236 o pronóstico de incidencia por ejemplo, considerada como “Baja”. Por lo tanto, es importante considerar el nivel enorme de oportunidades en el comportamiento de estas variables. En este análisis del impacto del T-MEC y las PYMES se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Específicas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

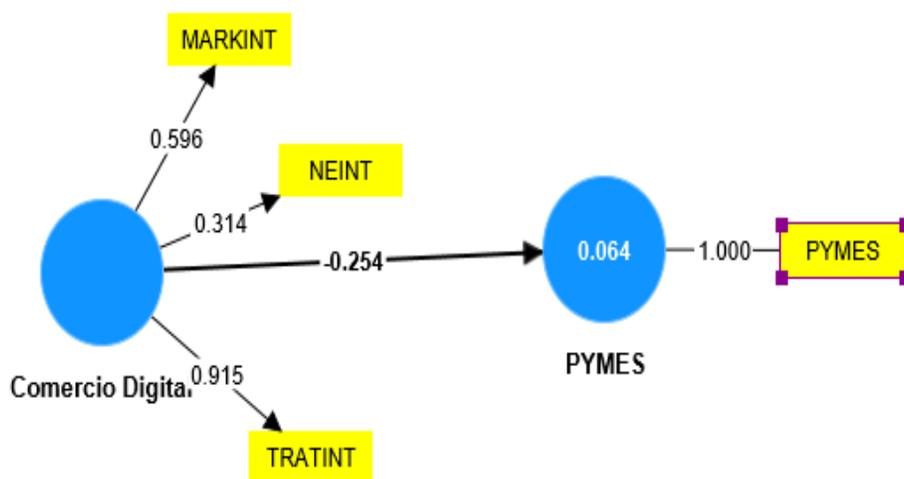
Constructo Hipotético: No. 9

CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
MKTINT	Marketing Internacional	El Marketing Internacional, genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
TRATINT	Tratados Internacionales	Los Tratados Internacionales, generan un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
NEINT	Negocios Internacionales	Los Negocios Internacionales, generan un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.

Validación del constructo: Comercio Digital en PyMES

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Marketing Internacional, Tratados Internacionales y Negocios internacionales** generaron una correlación positiva como impacto en el comercio exterior para las PyMES Mexicanas.

La relación causal general es positiva, con base en una correlación del 0.915 o pronóstico de incidencia, por ejemplo, considerada como “Muy Alta”. En este caso haciendo referencia solamente a una variable, pero muestra oportunidades en las otras dos. En este análisis del impacto del T-MEC vs PYMES se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Especificas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

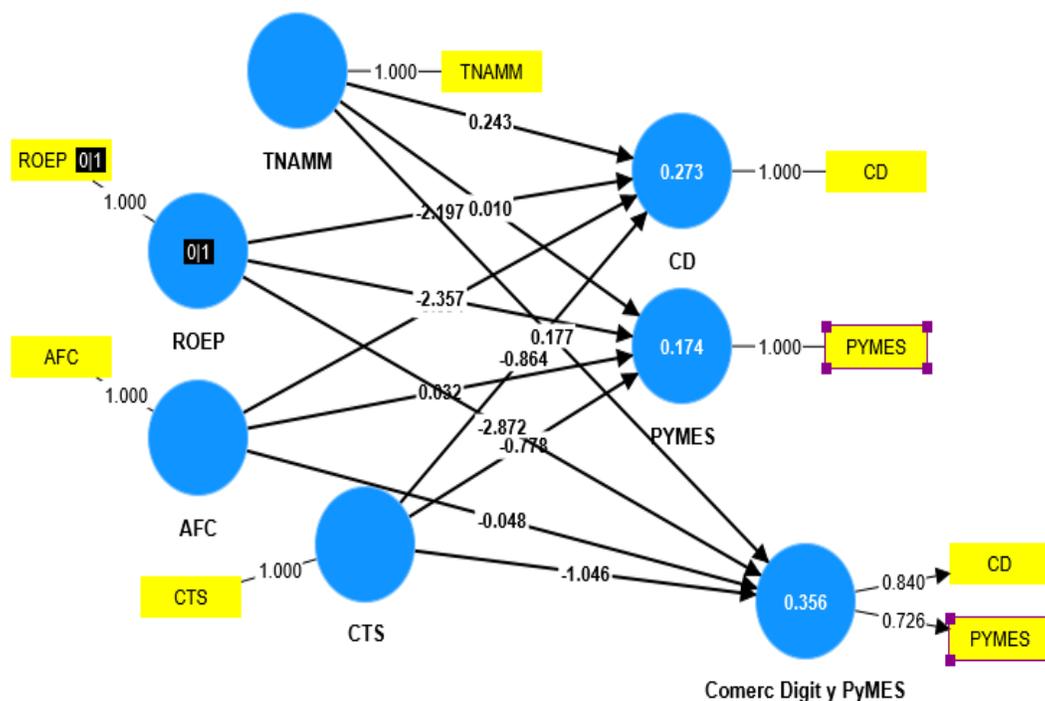
Construtto Hipotético: No. 10

CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
TNAMM	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	El Trato Nacional y Acceso a los Mercados de mercancías, genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
ROEP	Reglas de Origen Especificas por Productos	Las Reglas de Origen Especificas por Productos, generan un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
AFC	Aduanas y Facilitación de Comercio	Las Aduanas y Facilitación de Comercio, generan un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
CTS	Comercio Transfronterizo de Servicios	El Comercio Transfronterizo de Servicios, genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.

Validación del constructo: Comercio Transfronterizo de PyMES

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como Trato Nacional de Acceso al Mercado de Mercancías, Reglas de Origen Especificas por Producto, Aduanas y Facilitación de Comercio y Comercio Transfronterizo de Servicios, generaron una correlación positiva como impacto en el Comercio Digital para las PyMES Mexicanas.

La relación causal general es positiva, con base en una correlación del 0.177 o pronóstico de incidencia, considerada como “Baja”. Sin embargo, haciendo las comparaciones de variables se puede observar la cantidad de oportunidades y opciones que se tiene para aprovecharse. En este análisis del impacto del T-MEC vs Comercio Digital y PYMES se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Específicas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

Construto Hipotético: No. 11

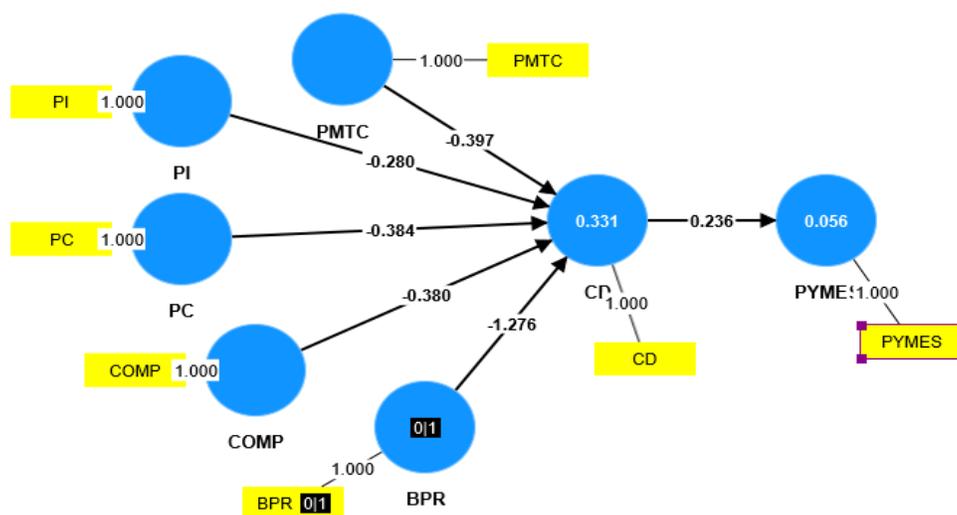
CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
PI	Propiedad Intelectual	La Propiedad Intelectual, genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
PC	La Política de Competencia	La Política de Competencia, genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
COMP	Competitividad	La Competitividad, genera un incremento en el

		Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
BPR	Buenas Prácticas Regulatorias	Las Buenas Prácticas Regulatorias, generan un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
PMTC	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	Las Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio, generan un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.

Validación del constructo: PyMES Digitales

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Propiedad Intelectual, La Política de Competencia, Competitividad, Buenas Prácticas Regulatorias y Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio**, generaron una correlación positiva como impacto en el Comercio Digital para las PyMES Mexicanas.

La relación causal general es positiva, con base en una correlación del 0.397 o pronóstico de incidencia, considerada como “Baja”. Sin embargo, es importante mencionar que la baja correlación entre las variables puede ser parte del crecimiento del mercado digital, pero que aún no llega a su nivel óptimo. En este análisis del impacto del T-MEC en las PYMES y el Comercio Digital se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Específicas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

Constructo Hipotético: No. 12

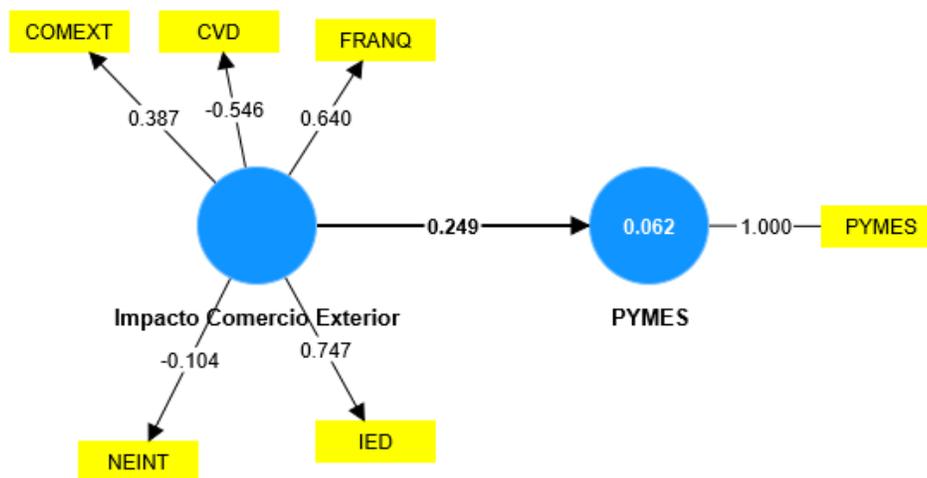
CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
NEINT	Negocios Internacionales	Los Negocios Internacionales , generan un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
COMEXT	Comercio Exterior	El Comercio Exterior , genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
FRANQ	Franquicias	Las Franquicias , generan un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
IED	Inversión Extranjera Directa	La Inversión Extranjera Directa , genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
CVD	Compra Venta de Divisas	La Compra Venta de Divisas , genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.

Validación del constructo: Impacto del Comercio Exterior en Comercio Digital

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Negocios Internacionales, Comercio Exterior, Franquicias, Inversión Extranjera Directa y Compra Venta de Divisas**, generaron una correlación positiva mixta como impacto en el comercio exterior para las PyMES Mexicanas.

La relación causal general es positiva, con base en una correlación del 0.249 o pronóstico de incidencia, considerada como “Baja”. Lo que se puede interpretar es

que la IED y FRANQ son las dos variables las oportunidades de negocios que estan creciendo y han sido aprovechadas, sin embargo en las variables restantes aun existen oportunidades por atender. En este análisis del impacto del T-MEC se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Especificas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSFTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

Construto Hipotético: No. 13

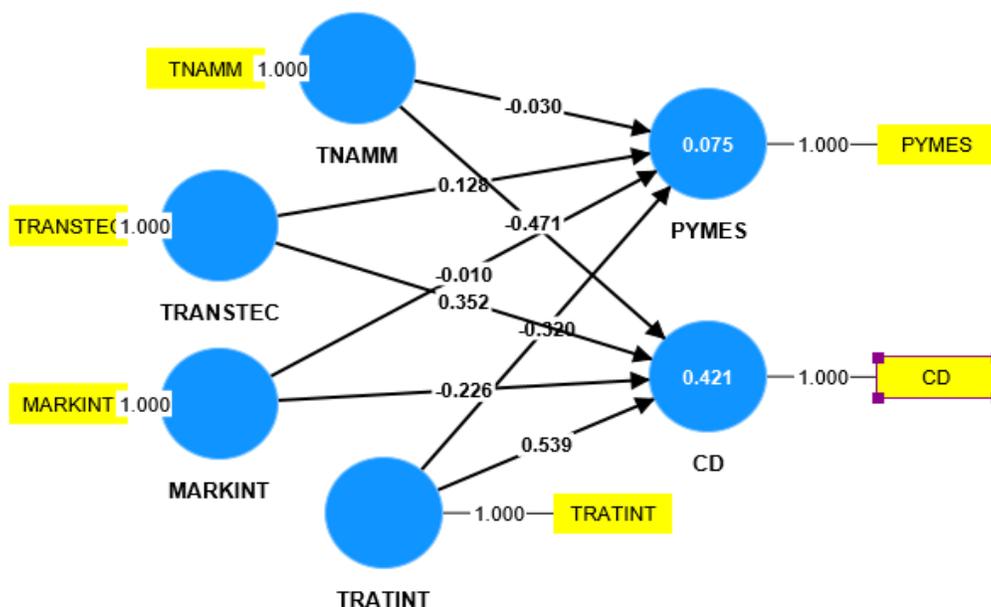
CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
TRANSFTEC	Transferencia de Tecnología	La Transferencia de Tecnología, genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
MKTINT	Marketing Internacional	El Marketing Internacional, genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.

TRATINT	Tratados Internacionales	Los Tratados Internacionales , generan un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.
TNAMM	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	El Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías , genera un incremento en el Comercio Digital que desarrollan las Pymes Mexicanas.

Validación del constructo: Los Tratados y Transferencia de Tecnología

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Transferencia de Tecnología, Marketing Internacional, Tratados Internacionales y Trato Nacional de Acceso al Mercado de Mercancías** y generaron una correlación positiva aunque baja como impacto en el comercio exterior para las PyMES Mexicanas.

La relación causal general es positiva, con base en una correlación del 0.539 o pronóstico de incidencia, por ejemplo, considerada como “Moderada”. Es decir, de todas las variables, ésta muestra mejor desempeño mientras que las otras van en camino de fortalecerse. En este análisis del impacto del T-MEC se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Específicas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

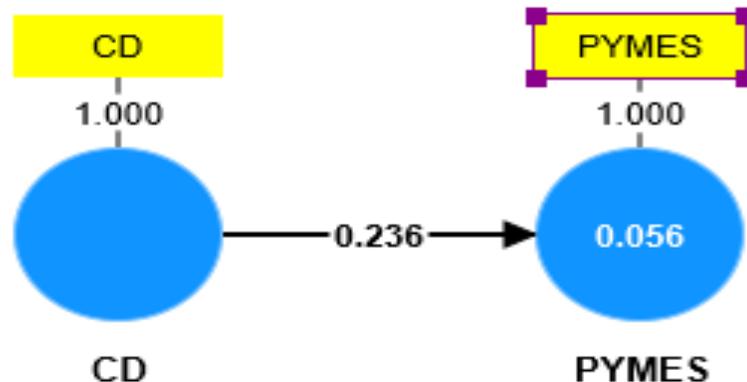
Constructo Hipotético: No. 14

CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
CD	Comercio Digital	El Comercio Digital, genera un incremento en las Pymes Mexicanas.
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas	Las Pequeñas y Medianas Empresas, generan un incremento en el Comercio Digital.

Validación del constructo: Comercio Digital y PyMES

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Comercio Digital** y **Pequeñas y Medianas Empresas** generaron una correlación positiva entre si.

La relación causal es positiva, con base en una correlación del 0.236 o pronóstico de incidencia, considerada como “Baja”. Lo que quiere decir, que oportunidades existen muchas y que pese al crecimiento del sector digital, aún hay muchas oportunidades por aprovechar y por crear. En este análisis del impacto del T-MEC se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Específicas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

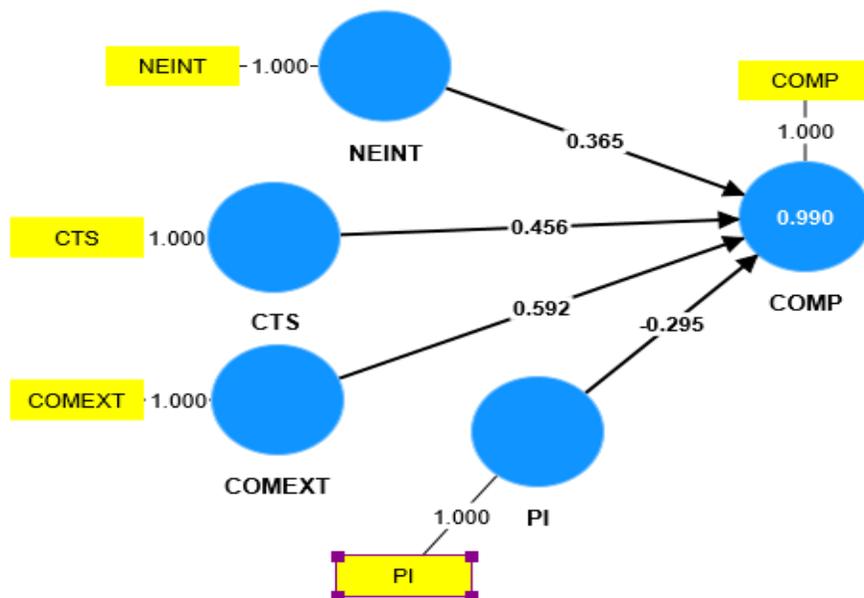
Constructo Hipotético: No. 15

CLAVE	DESCRIPTOR	HIPÓTESIS
COMP	Competitividad	La Competitividad , genera un incremento en el Comercio para las PyMES.
NEINT	Negocios Internacionales	Los Negocios Internacionales , generan un incremento en la Competitividad de la PyMES.
CTS	Comercio Transfronterizo de Servicios	El Comercio Transfronterizo de Servicios , genera un incremento en la Competitividad de la PyMES.

Validación del constructo: Competitividad

Los artículos y acuerdos en el T-MEC, considerados como **Competitividad, Negocios Internacionales y Comercio Transfronterizo de Servicios**, generaron una correlación positiva como impacto en la competitividad de las PyMES Mexicanas.

La relación causal general es 0.990, con base en una correlación del 0.592 o pronóstico de incidencia por ejemplo, considerada como “Moderada”. Lo que podemos descubrir con esta información es que existen las condiciones para crecer y continuar haciendo negocios para las Pymes mexicanas, buscando siempre las oportunidades que se vislumbran con los tratados internacionales y con el auge imparable del comercio digital. En este análisis del impacto del T-MEC se interpreta como:



CAPITULO	NOMBRE	CODIGO
4.1	Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías.	TNAMM
4.2	Reglas de Origen Específicas por Productos	ROEP
4.3	Aduanas y Facilitación de Comercio	AFC
4.4.	Comercio Transfronterizo de Servicios	CTS
4.5	Comercio Digital	CD
4.6	Propiedad Intelectual	PI
4.7	La Política de Competencia	PC
4.8	Pequeñas y Medianas Empresas	PYMES
4.9	Competitividad	COMP
4.10.	Buenas Prácticas Regulatorias	BPR
4.11	Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio	PMTC
4.12	Negocios Internacionales	NEINT
4.13	Comercio Exterior	COMEXT
4.14	Franquicias	FRANQ
4.15	Inversión Extranjera Directa	IED
4.16	Compra Venta de Divisas	CVD
4.17	Transferencia de Tecnología	TRANSTEC
4.18	Marketing Internacional	MARKINT
4.19	Tratados Internacionales	TRATINT

CONCLUSIONES

1-Finalmente, en esta investigación se contestó la pregunta principal:

¿Cómo determinar y describir las oportunidades que el T-MEC puede generar en el Comercio Electrónico o E-Commerce de las PyMES Mexicanas pospandemia?, las cuales se comprobaron con los resultados hipotéticos.

- Secundarias:

¿Qué factores de competitividad se asocian al impacto del T-MEC en el E-Commerce de las Pymes Mexicanas?

- Tratados comerciales
- Recursos financieros(capital)
- Recursos tecnológicos.
- Innovación.
- Mano de obra calificada. (Recursos humanos)
- Relación calidad-precio.

¿Cómo predecir nuevos modelos de correlación entre esos factores?

- La manera más adecuada de predecir un suceso sin duda, es intentarlo y probar un diferente modelo, con diferentes variables y obtener diversos resultados que nos ayuden a tomar mejores decisiones.

¿Qué estrategias de competitividad se pueden proyectar con enfoque estructural en las PyMES Mexicanas?

- Menores costos.
- Innovación de procesos.
- Diferenciación y segmentación.
- Liderazgo en la región.
- Ubicación privilegiada.

2- Se respondió la hipótesis: La determinación y descripción de las oportunidades que el T-MEC puede generar en el Comercio Electrónico o E-Commerce de las PyMES Mexicanas pospandemia, están asociadas a productos manufacturados de empresas del sector comercial y de servicios, y se puede determinar a través del planteamiento de un modelo de análisis estructural de factores y variables de relaciones múltiples, en el contexto de la pospandemia.

La cual fue aceptada a partir de la comprobación de cada uno de los resultados en las ecuaciones estructurales.

3-La investigación permitió conocer a través de las empresas estudiadas, el impacto del T-MEC en el E-Commerce de las PyMES exportadoras, por medio de su cualificación en el grado de involucramiento de estas PyMES con el Tratado para su mayor aprovechamiento.

4-Se determinó que las PyMES no están aprovechando los capítulos del T-MEC para sus labores de comercio electrónico, así como, que éstos, no están generando impacto en ellas.

5-las PyMES Mexicanas, están tratando de construir su tejido comercial y social, para mantener sus empresas y dar empleo en las regiones de cobertura organizacional.

6-Es importante resaltar que esta investigación se realizó en época de pandemia y se concluyó a finales del 2022, permitiendo obtener valores muy relacionados con los esfuerzos de venta por comercio electrónico

7-Un tratado internacional como lo es el T-MEC, representa grandes retos y oportunidades para todo aquel que desea incursionar en el mundo del comercio exterior, que va de la mano con lo que hoy después de una tendencia pre-pandemia, pandemia y pospandemia existía para aprovechar este Tratado.

8-La pandemia definitivamente, empujó con gran fuerza a ejercer el comercio de una nueva forma y con nuevos mecanismos de supervivencia.

9-Las PyMES son esas grandes entidades que siguen sosteniendo al país y que siguen sufriendo del impacto de la políticas públicas y en este caso del Tratado.

10-El E-commerce se ha visto beneficiado con la mayor parte de los capítulos del T-MEC, especialmente en: los capítulos 7 (Administración de Aduanas y Facilitación de Comercio), 15 (Comercio Transfronterizo y de Servicios), 19 (Comercio digital), 25 (PyMES), 26 (Competitividad) y 28 (Buenas Prácticas Regulatorias).

11-Los resultados a las hipótesis mostradas, sin duda representan muchas vertientes y/o puntos de vista diversos, para las PyMES tanto para su mayor aprovechamiento como para observar en cuáles no se están utilizando.

12-Esta investigación pretendió mostrar un panorama que a la vista de todos en cuanto a las oportunidades que tienen las PyMES al aprovechar el T-MEC, concluyendo que sí es positivo y quedan retos por aprovechar.

13-Asimismo, las ecuaciones estructurales solo muestran un punto de vista a partir de las variables con las que se trabajaron, y pueden realizarse otros modelos que sean del interés de cada empresa, y dejar constancia de su utilidad metodológica.

A manera de aportación metodológica, esta investigación deja un modelo de análisis para aquellos que deseen realizar un seguimiento y/o variación en los factores de exploración y generación de nuevos datos para el discernimiento en la toma de decisiones.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla de valores.....	12
Tabla 2: Matriz de Relación del paradigma del T MEC, como un impacto en las PYMES en Capítulos designados.	12
Tabla 3: Artículos relacionados al eCommerce y a las Pymes.	28
Tabla 4: Balanza Comercial México - USA	31
Tabla 5: Balanza comercial México - Canadá	33
Tabla 6: MATRIZ DE OPERATIVIDAD DE VARIABLES	84
Tabla 7: Beneficios del T-MEC	116
Tabla 8: Beneficios del T-MEC	117
Tabla 9: Beneficios del T-MEC	118
Tabla 10: Beneficios del T-MEC	119
Tabla 11: Beneficios del T-MEC	120
Tabla 12: Beneficios del T-MEC	121
Tabla 13: Beneficios del T-MEC	122
Tabla 14: Beneficios del T-MEC	123
Tabla 15: Beneficios del T-MEC	124
Tabla 16: Beneficios del T-MEC	125
Tabla 17: Valor de Mercado de los Unicornios Mexicanos.	126
Tabla 18: Tabla de Correlación de Pearson.....	128

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- Lascurain, P. G. (2014). *Pymes y startups: la forma es el fondo*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/pymes-y-startups-la-forma-es-el-fondo/>
- Cateora, P. B. (2020). *Marketing Internacional*. McGraw-Hill.
- Cateora, P. R. (2020). *MARKETING INTERNACIONAL*. . Mc Graw Hill. .
- Alcazar, H. (2020). *El T-MEC. Y las Franquicias*. Obtenido de <https://www.franquiciashoy.com/recursos/articulos-de-franquicia/el-t-mec-y-las-franquicias>.
- Altonivel. (2021). Obtenido de <https://www.altonivel.com.mx/tecnologia/nft-una-tecnologia-de-2500-mdd-que-revoluciona-el-comercio-digital-y-el-mercado-del-arte/>
- ANUIES. (2020). Obtenido de http://www.anui.es/noticias_ies/mxico-entra-al-t-mec-sin-condiciones-para-competir-eninnovacin-y.
- Banxico. (2022). Obtenido de http://educa.banxico.org.mx/banco_mexico_banca_central/sist-finc-tipo-cambio.html
- Diario, M. (2022). Obtenido de <https://www.milenio.com/negocios/precio-dolar-11-enero-2022-tipo-cambio-mexico>.
- Economía, S. d. (2022-2023). Obtenido de <https://www.gob.mx/se/>
- E-Marketer. (2021).
- Expansión. (2021). *Emprendedores unicornios*. Obtenido de <https://expansion.mx/emprendedores/2021/12/07/empresas-unicornio-mexicanas>.
- Freire Cruz, T. (2012). *Modelo de selección de técnicas de evaluación multicriterio; un enfoque de planeación para el desarrollo sustentable*. UNAM.
- García, B. (2023). *Introducción a las redes neuronales y su aplicación a la investigación astrofísica*. Obtenido de http://www.iac.es/sieinvens/SINFIN/Sie_Courses_PDFs/NNets/confiac.pdf, s.p.
- Garza, M. (2007). *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades*. D.F: Colegio de México.
- Gonzalez, P. J. (2021). *El desafío de la transferencia de tecnología en México*. Obtenido de <https://expansion.mx/opinion/2021/10/19/desafio-transferencia-tecnologia-mexico>.

- Hennink, M. (2011). *Qualitative Research Methods*. London: SAGE Publications.
- Hernández, S. T. (2018). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw Hill.
- Hernandez, R. E. (2018). *Manual del comercio electrónico*. MARGE.
http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp . (25 de 02 de 2022).
- idconline. (2021). *IED a México aumentó 5.7% en los primeros nueve meses del año*. Obtenido de <https://idconline.mx/comercio-exterior/2021/11/22/ied-a-mexico-aumento-57-en-los-primeros-nueve-meses-del-ano>.
- IMCO. (2021). *Datos del primer semestre de 2021 de IED*. Obtenido de <https://imco.org.mx/datos-del-primer-semester-de-2021-de-la-inversion-extranjera-directa/>
- INEGI. (2 de SEPTIEMBRE de 2019). Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/especiales/ENAPROC E2018.pdf>
- Inma, R.-A. (2020). *Marketing digital y comercio electrónico*. Pirámide.
- Jiménez, C. (2012). *El estudio de caso y su implementación en la investigación*. Obtenido de http://www.uaa.edu.py/investigacion/download/riics-vol7.2-2012/9_Jul.2012_pag.141_El_estudiodecaso_Jimenez.pdf, s.p.
- México, G. d. (2020). Obtenido de <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/t-mec-un-impulso-a-la-economia-y-competitividad-de-la-region-de-america-del-norte>
- Mike, W. P. (2018). *Negocios Globales*. CENGAGE.
- Navarro, G. V. (1999). *El panorama actual de las PYMES: ventajas y desventajas competitivas*.
- Ronald, H. B. (2004). *Logística: Administración de la cadena de suministro*. México: PEARSON.
- Sistemas de Información Sobre Comercio Exterior*. (27 de 08 de 2021). Obtenido de http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp
- Sistemas de Información Sobre Comercio Exterior*. (27 de 08 de 2021). Obtenido de http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp
- Statista. (2021). Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/24648/asi-les-ira-a-las-mayores-economias-latinas-en-los-proximos-anos/>
- Usla, H. (2020). *Pese a la pandemia, México se mantiene como principal socio comercial de EU en lo que va de 2020*. Obtenido de El Financiero-Bloomberg:

<https://www.elfinanciero.com.mx/economia/pese-a-pandemia-mexico-se-mantiene-como-principal-socio-comercial-de-eu-en-lo-que-va-de-2020/>

Weforum. (2016). Obtenido de <https://www.altonivel.com.mx/tecnologia/nft-una-tecnologia-de-2500-mdd-que-revoluciona-el-comercio-digital-y-el-mercado-del-arte/>

Yin, R. K. (2002). *Metodología*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/gallegos_p_va/capitulo3.pdf

ANEXOS

ANEXO "A"

Percepción utilidad capítulos T-MEC

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿Le ha sido útil el capítulo del Trato Nacional y Acceso a los Mercados de Mercancías? *

Marca solo un óvalo.

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

2. ¿Le ha sido útil el capítulo Las Reglas de Origen Específicas por Productos? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

3. ¿Le ha sido útil el capítulo Aduanas y Facilitación del Comercio? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

4. ¿Le ha sido útil el capítulo Comercio Transfronterizo de Servicios? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

5. ¿Le ha sido útil el capítulo Comercio Digital? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

6. ¿Le ha sido útil el capítulo Propiedad Intelectual? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

7. ¿Le ha sido útil el capítulo Política de Competencial? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

8. ¿Le ha sido útil el capítulo Pequeñas y Medianas Empresas? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

9. ¿Le ha sido útil el capítulo Competitividad? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

10. ¿Le ha sido útil el capítulo Buenas Prácticas Regulatorias? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

11. ¿Le ha sido útil el capítulo Políticas Macroeconómicas y Tipos de Cambio?
* *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

12. ¿Le ha sido útil el capítulo Negocios Internacionales? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

13. ¿Le ha sido útil el capítulo Comercio exterior? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

14. ¿Le ha sido útil el capítulo Franquicias? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

15. ¿Le ha sido útil el capítulo Inversión Extranjera Directa? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

16. ¿Le ha sido útil el capítulo Compraventa de Divisas? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

17. ¿Le ha sido útil el capítulo Transferencia de Tecnología? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

18. ¿Le ha sido útil el capítulo Marketing Internacional? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

19. ¿Le ha sido útil el capítulo Tratados Internacionales? * *Marca solo un óvalo.*

Excelente Bueno
Sin importancia Malo

ANEXO "B"

Tabla de Importancias Asignadas

TNAMM	ROEP	AFC	CTS	CD	PROINT	POLICOM	PYMES	COMPETI	BPR
1	3	1	2	6	5	2	5	1	3
2	2	3	4	4	4	2	4	2	3
5	2	5	4	5	3	2	4	3	2
4		4	3	6	2	3	5	4	2
		3	3	5	3	4	4	5	2
		4	4	3	2	5	3	5	
		5		4	3	4	4	4	
		6		3	4		5	4	
		4		3	3		4		
		2		2			5		
				3			3		
				2			3		
				5			3		
				4			4		
							4		
							4		
							3		
							2		

PMTC	NEINT	COMEXT	FRANQ	IED	CVD	TRANSFTEC	MKTINT	TRATINT
1	2	3	4	4	4	5	3	4
4	2	2	4	3	5	5	4	3
3	3	2	5	4	3	7	3	6
3	4	3	4	5	4	6	4	6
2	4	4	5	4		6	5	7
2	5	3	3			5		6
3	5		3			5		4
3	6					4		3
3								4
								2