

LA CORPORACIÓN INTERNACIONAL HIDALGO UN IMPUSO PARA EL DESARROLLO DEL ESTADO DE HIDALGO “UN MITO O UNA REALIDAD”

M.C. Eduardo Muñoz Bautista

Mtro. Edgar Esul Vite Gómez

M.C. Sofía Emilia López García

Mtra. Cleotilde García González

Profesores Investigadores ICEA

Resumen

La siguiente investigación refleja el objetivo de analizar la importancia de la Corporación Internacional Hidalgo (COINHI) para el desarrollo del Estado de Hidalgo. Organismo gubernamental cuya finalidad es el de impulsar al sector externo hidalguense, a través del desarrollo de empresas exportadoras y de la captación de inversión nacional y extranjera hacia la entidad, ambas acciones como una estrategia más para mejorar el ingreso familiar y el bienestar social de los hidalguenses.

Se identifica como se ha aprovechado las ventajas que ofrece la globalización y la construcción de una nueva cultura empresarial en el estado, como se han impulsado las exportaciones hidalguenses a través de capacitación al sector empresarial, recursos financieros y apoyo en la detección de oportunidades de negocios en los mercados internacionales.

Se coteja la contribución a la que se ha afianzado la confianza del sector empresarial, aspecto que ha repercutido favorablemente o no en un importante crecimiento del empleo en regiones y municipios rurales, así mismo se conoce las empresas que exportan con ayuda de COINHI y cuales son simplemente parte de su archivo

Finalmente se plantean las conclusiones que hacen referencia a la organización y su posición frente a los empresarios hidalguenses y extranjeros desde el periodo de su creación hasta tiempo actual.

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

LA CORPORACIÓN INTERNACIONAL HIDALGO (COINHI)

1.- Antecedentes

COINHI inicia con el periodo administrativo 1999 – 2005, ya que se consideró como una actividad prioritaria la política de Desarrollo Económico del Estado, impulsando al sector externo hidalguense, a través del desarrollo de empresas exportadoras y de la captación de inversión nacional y extranjera hacia la Entidad, ambas acciones como una estrategia más para mejorar el ingreso familiar y el bienestar social de los hidalguenses.

Haciendo el desarrollo de empresas exportadoras posible a través de la especialización en el sector exportador del Estado, principalmente en materia de capacitación, asesoría y difusión, para facilitar su consolidación como proveedor competitivo y permanente a nivel internacional. Que ante el alto nivel competitivo que existe tanto a nivel nacional como internacional en la captación de inversión productiva, el inversionista actual demanda una atención oportuna y eficaz para el establecimiento de empresas.

Siendo necesario contar a nivel Estatal, con una instancia gubernamental dedicada a atender las necesidades de los empresarios de manera clara y estructurada para capacitarlos, asesorarlos, promoverlos y convertirlos en exportadores permanentes, además de ofrecer un servicio sistematizado y ordenado de atención al inversionista y para dar una amplia difusión internacional de las ventajas competitivas y las oportunidades que ofrece el Estado de Hidalgo, siendo fundamentadas las necesidades de un buen organismo en el mes de Septiembre de 1999 se firma el Decreto que crea la Corporación Internacional Hidalgo, siendo esto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 4 de octubre de 1999.

2.- Objetivos¹

- I.- Fomentar y promover las exportaciones de bienes y servicios hidalguenses.
- II.- Fomentar el desarrollo de una cultura exportadora en Hidalgo.
- III.- Promover la capacitación de la inversión productiva de origen nacional y extranjero al Estado de Hidalgo.
- IV.- Difundir las ventajas competitivas del Estado de Hidalgo a nivel internacional.

¹ Decreto que crea La Corporación Internacional Hidalgo, Diario Oficial de la Federación 4 de Octubre 1999, pág.28

V.- Servir de vínculo entre los empresarios y las distintas dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, Estatal y Municipal para los fines antes mencionados.

VI.- Identificar y traer fondos alternativos y de cooperación internacional que permitan financiar proyectos de desarrollo.

De acuerdo a los puntos antes mencionados se observa como el gobierno hidalguense se interesa en crear una corporación que le dé no solo importancia a este Estado sino reconocimiento a nivel nacional e internacional para contribuir a la economía de Hidalgo y del país y así ubicarnos dentro de los primeros lugares en exportaciones, además de aprovechar todas esas relaciones diplomáticas de otros países con los que México cuenta a través de sus Acuerdos y Tratados Internacionales.

3.- Contribuciones para el cumplimiento de los Objetivos²

El desarrollo económico de nuestro estado representa, ante todo la posibilidad de brindar a los hidalguenses la oportunidad de tener empleos e ingresos así como para prepararlos para que el trabajo productivo y creativo sea el medio que contribuya a elevar de manera efectiva sus niveles de vida. Ninguna sociedad puede darse el lujo de no crecer, ninguna sociedad puede desatender la necesaria equidad en la distribución de la riqueza y el ingreso. Se requiere de crecimiento económico para disponer de recursos que permitan sostener el desarrollo social.

4.- Misión³

La Corporación Internacional Hidalgo (COINHI), tiene como misión promover y ofertar los activos industriales públicos y privados del estado, proporcionar asistencia, apoyo integral y asesoría estratégica a las empresas interesadas en exportar productos hidalguenses o en invertir o ampliar su actividad en el Estado.

Cabe hacer mención que la COINHI no cuenta con alguna visión

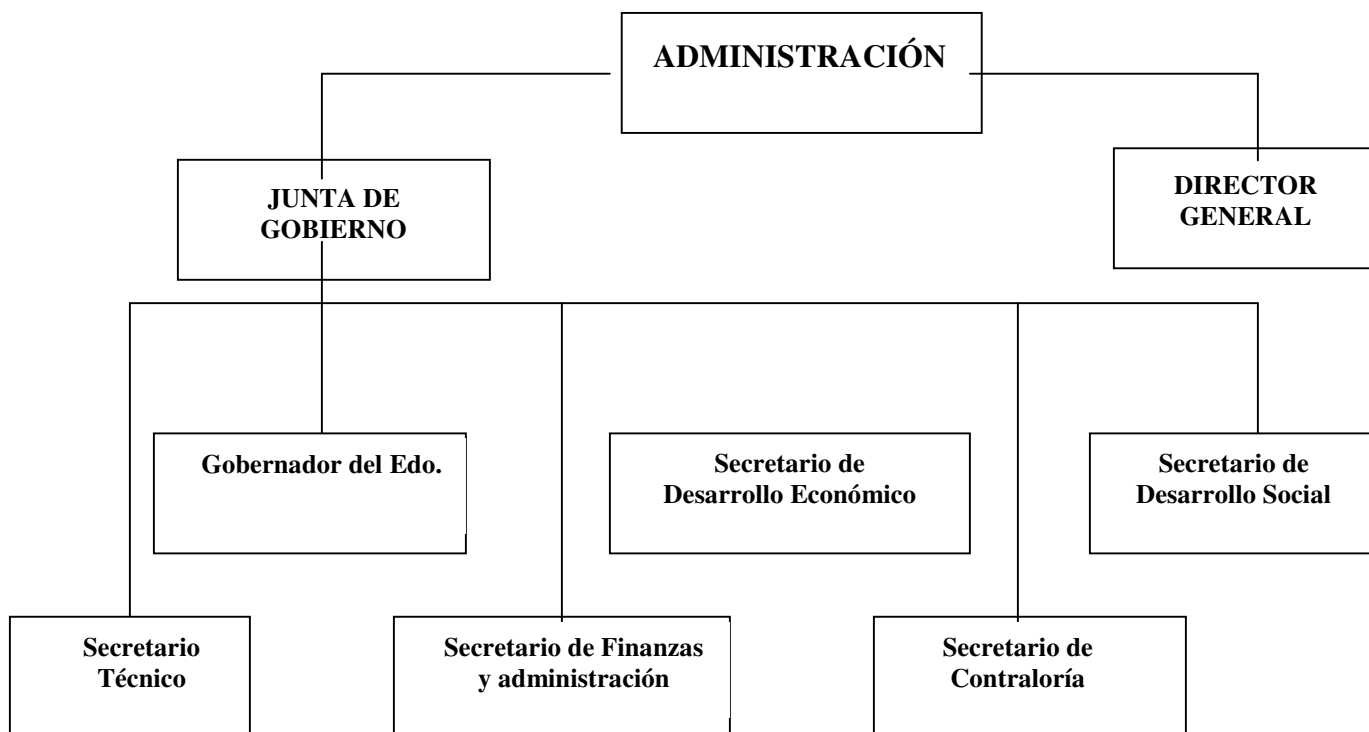
5.- Administración⁴

² *ibidem*, págs. 28,29.

³ <http://sedeco.hidalgo.gob.mx/> consultada en diciembre 13, 2006.

⁴ *ibidem*, pág 29.

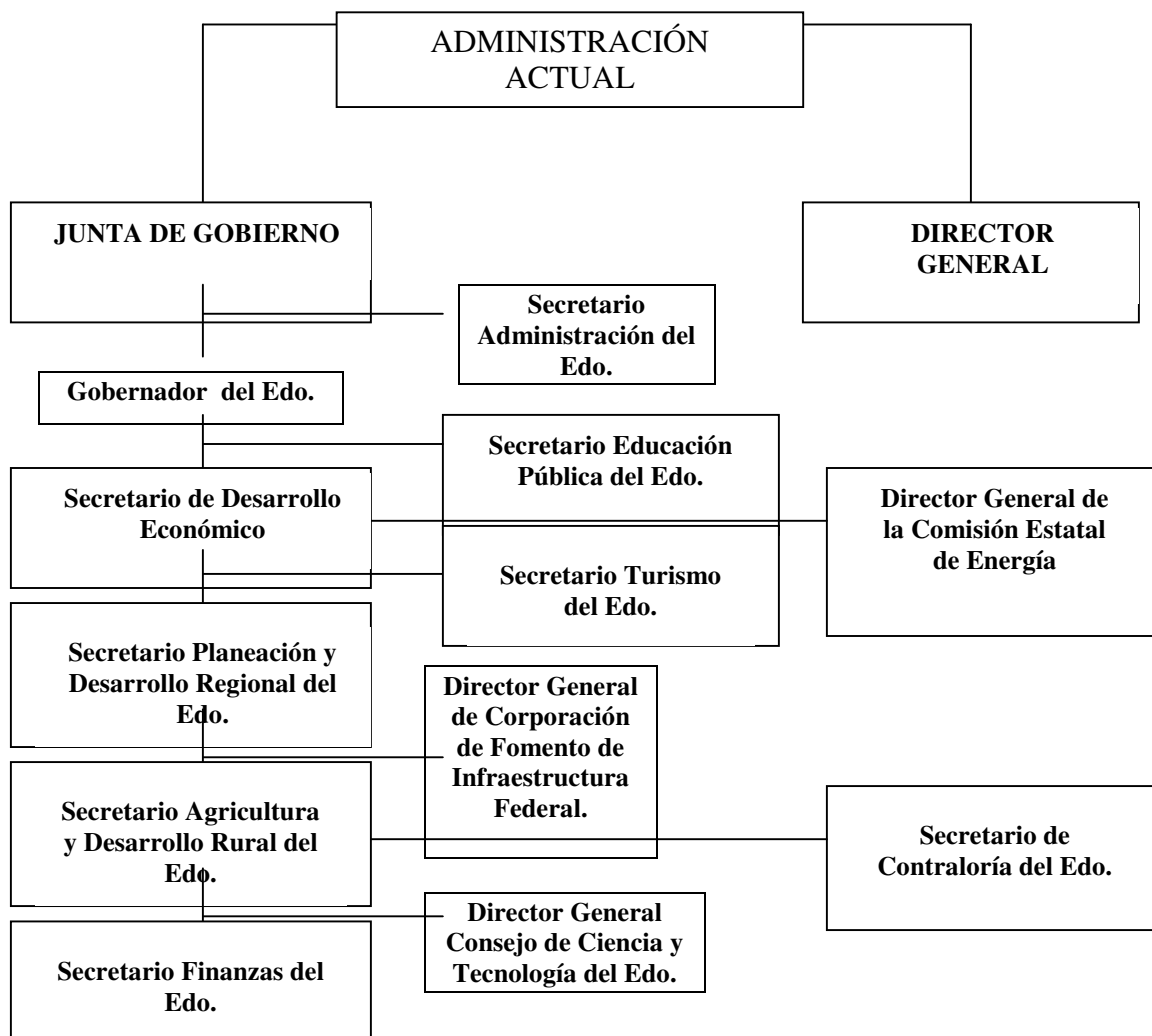
La administración 1999-2005 integrada por una parte la Junta de Gobierno que está integrada por el Gobernador de Estado, Secretario de Desarrollo económico, Secretario de Desarrollo Social, Secretario Técnico, Secretario de Finanzas y administración y el Secretario de la Contraloría y por otra parte por un Director General.



Administración Actual

Dentro de la administración actual se observa, los grandes cambios que se hicieron en la junta de gobierno, ya que a diferencia de la administración anterior se ve que es ampliada notoriamente en cuanto a sus representantes, ya que se le invita a formar parte de esta junta a diversas Secretarías que son parte del gobierno.

La Junta de Gobierno en este momento se encuentra conformada de la siguiente manera:



Facultades y Obligaciones del Director General⁵

El Director General se encarga de representar legalmente al organismo y llevar a cabo todos los actos jurídicos y de dominio necesario para el cumplimiento de sus obligaciones de acuerdo con los lineamientos que establezca la junta de gobierno.

e encarga de elaborar los manuales de organización, procedimientos y de servicios al público del organismo, recaba la información y elementos estadísticos que reflejen el estado de las funciones de la Entidad, para así poder mejorar la gestión de la misma y dirige

⁵ *ibidem*, pág 31.

el desarrollo de las actividades técnicas administrativas y de control del organismo y dicta los acuerdos tendientes a dicho fin.

El Director General establece los métodos que permitan el óptimo aprovechamiento de los bienes muebles e inmuebles del organismo, establece procedimientos para controlar la calidad de los suministros y programas de recepción que aseguren la continuidad en la producción.

Finalmente establece los sistemas de control necesarios para alcanzar las metas u objetivos propuestos y conserva actualizados los procedimientos, sistemas y aplicación de los servicios del organismo.

6.- Contribuciones para el cumplimiento de su misión: Cuenta con algunos programas:

- Procedimiento de Atención a Empresa Nuevas.
- Procedimiento Atención a Empresa a Desarrollar.
- Procedimiento de Elaboración de Plan de Acción.
- Procedimiento Atención a Empresa con Proyecto.
- Procedimiento de Promoción de la oferta Exportable.

En el Procedimiento de Atención a Empresa Nueva, se recibe a la empresa y se le brinda una explicación sobre los servicios de la Corporación Internacional Hidalgo (COINHI), se le requisita el Registro Único de Empresa, posterior a esto se le pregunta al empresario si su empresa exporta, en caso de que si exporte el siguiente paso es ver si la empresa requiere el desarrollo del proyecto de exportación en caso positivo pasa al siguiente procedimiento.

En caso de que la empresa no exporte pero le interesa hacerlo pasa automáticamente al siguiente procedimiento, en caso de que no le interese al empresario exportar se procede a canalización si la empresa no canaliza los servicios de la COINHI habrán terminado, pero si la canalización es positiva pasa al procedimiento siguiente.

Ya estando la empresa en el Procedimiento Atención a Empresas a Desarrollar se analiza si se trata de una empresa con experiencia exportadora, si cuenta con este punto se tiene que ver que la empresa haya hecho la última exportación hace más de tres años, en caso de que no haya sido así se le solicita a la empresa que la persona encargada de exportaciones llene el Formato de Evaluación de Operación para Exportación.

De aquí se está al pendiente de que la empresa haya entregado el formato solicitado, si lo entregó se llena el Control de Atención a Empresas y se asigna folio, mismo que se anota en el Registro Único de Empresa y en el Formato de Diagnóstico Empresarial y/o Evaluación para Operación de Exportación, en el recuadro correspondiente, se abre expediente de la empresa conforme al instructivo.

En caso de que la empresa no cuente con experiencia exportadora y no haya entregado el formato solicitado, se le solicita a la empresa, de acuerdo con su actividad, que la persona encargada del proyecto llene el Formato Único de Diagnóstico Empresarial, y así se le pueda llenar el Control de Atención a Empresas y se le asigne un folio y demás procedimiento.

Después se capturan los datos del Registro Único de Empresa y del Formato Único de Diagnóstico Empresarial o de Evaluación para Operación de Exportación conforme a la base de datos para diagnóstico, de ahí, se analiza la información contenida en el archivo que se generó en el formato que corresponda del Plan de Acción de la empresa disponible en la ruta COINHI 26c:/Planes de Acción v con el nombre del folio de la empresa.

En este punto se checa que el proyecto cumpla con los requisitos de prevalidación si los cumple pasa a procedimiento, en caso de que la empresa no cumpla con los requisitos, el especialista describe y anota las propuestas de actividades correspondientes a la selección 1 del plan de acción en el formato según corresponda, el especialista imprime en dos tantos el Plan de Acción y concerta cita con el responsable del proyecto en la empresa para presentarle el mismo y decidir si se desarrollan las actividades de dicho plan y se finalizan o bien se modifican dichas actividades para posteriormente presentarlas para su aprobación. Procedimiento de Elaboración de Acción: Aquí se asigna el proyecto al promotor quien firma de recibido en el control de atención a empresas y se registra en el control único de actividades, este promotor anota las propuestas de actividades para el desarrollo del proyecto de exportación conforme al formato de plan de acción disponible en la ruta coinhi26 c:/Planes de Acción y con el nombre del folio de la empresa.

Se le presenta el plan de acción a la empresa para su aprobación si se aprueba este, se registra el (los) proyecto(s) de exportación, enseguida el promotor entrega copia del informe a los especialistas involucrados y firman de enterados en el control correspondiente y pasa a procedimiento Atención a Empresa con Proyecto.

En caso de que la empresa no apruebe el Plan de Acción se regresa para hacerle las modificaciones adecuadas para nuevamente presentarlo a la empresa para aprobación.

Estando en el Procedimiento Atención a Empresa con Proyecto, los especialistas reciben, cuando así corresponda, copia del informe de desarrollo de proyecto, revisan en el expediente de la empresa las actividades que llevarán a cabo en el área de su competencia y de acuerdo con el plan de acción aprobado por la empresa, también realizan la preparación de la empresa.

Si durante la preparación, la empresa requiere canalización se lleva a cabo conforme al procedimiento de Atención a Empresa a Canalizar. Cuando los especialistas finalizaron sus actividades de preparación de la empresa, anotan en la bitácora que forma parte del expediente de la empresa la finalización de sus actividades.

El especialista que corresponda, verifica, requisita y entrega el formato de Perfil de Empresa al promotor encargado del proyecto, se le solicita a la empresa el llenado de la encuesta de servicio, misma que será revisada durante la reunión de evaluación de la Dirección.

El promotor continúa con las actividades conforme al plan de acción, una vez finalizadas las actividades se pasa al procedimiento de Promoción de la Oferta Exportable, en la cuál se integra el portafolio de promoción, se efectúan las actividades de promoción internacional y una vez finalizada la actividad de promoción internacional se solicita a la empresa el llenado de la Evaluación de Servicio de Promoción Internacional.

En caso de que la empresa haya establecido contacto con el cliente potencial se registra de inmediato el nombre del comprador, así como se registra el monto de exportación (en caso de que la empresa la haya realizado), en caso de que la empresa ya haya cumplido un año con la promoción se evalúa la continuidad del proyecto y se decide la continuidad de la promoción en caso de decidir que no se continúe la labor de la corporación termina. Como se puede observar realmente es ardua y de gran requerimiento de tiempo y paciencia para llevar a cabo una exportación.

ANÁLISIS DEL APOYO A LAS EXPORTACIONES PERÍODO 1999-2005

Contribuciones a la Industria

La política industrial que puso en marcha dicha administración, tiene como objetivo fundamental alentar la inversión productiva de largo plazo para generar los empleos y la derrama económica que la población demanda. Por tal motivo en ese periodo se trabajó intensamente para continuar con la promoción del estado tanto en el país como en el extranjero, buscando atraer nuevos capitales para reforzar el dinamismo económico en el que ya estamos inmersos.

Estas políticas se orientaron a la desregulación y simplificación administrativa, a la modernización de la planta productiva; a fomentar la capacitación para y en el trabajo y en los propios empresarios y de su personal; a la asesoría y asistencia técnica; a fomentar la competencia nacional e internacional en todos los ámbitos de la industria y a reconocer las competencias laborales como instrumentos fundamentales para ser más competitivos.

Contribuciones a las exportaciones

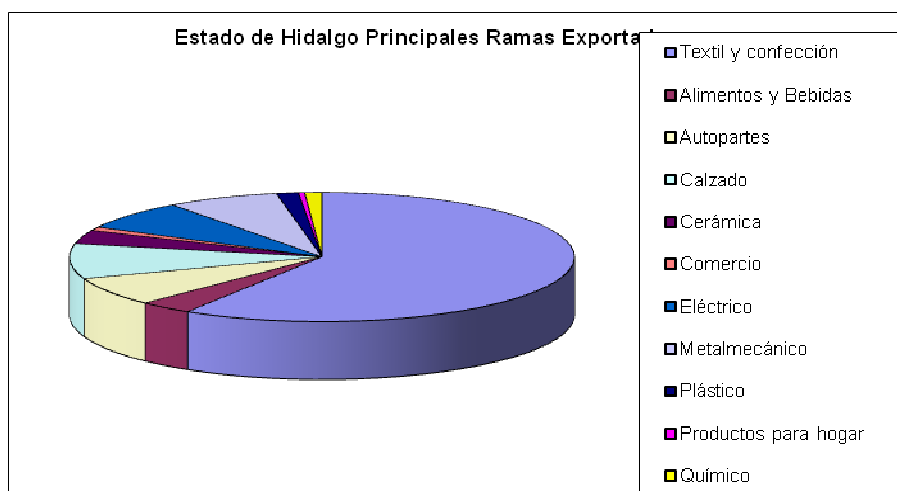
La inserción de la industria hidalguense en los flujos comerciales internacionales fue una prioridad desde el inicio de esa administración. La consolidación de una sólida plataforma exportadora que impulse la generación de inversiones y empleos.

Estado de Hidalgo Principales Ramas Exportadoras.

Textil y confección 58.9%, Alimentos y Bebidas 3.4%, Autopartes 7.2%, Calzado 8.8%, Cerámica 3.4%, Comercio 0.9%, Eléctrico 67.3%, Metalmecánico 7.2%, Plástico 1.4%, Productos para hogar 0.4%, Químico 1.1%.

⁶ *idem*

Gráfica No. 1 Estado de Hidalgo Principales Ramas Exportadoras



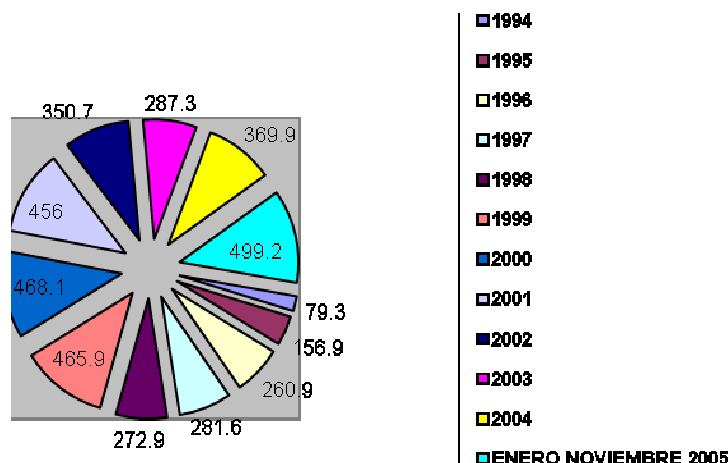
El Programa de Difusión Internacional puesto en marcha por Gobierno del Estado ha sido una de las principales acciones que ha permitido mostrar los recursos, productos y servicios que ofrece nuestra entidad a los empresarios e inversionistas de otros países. Es importante resaltar que se ha configurado una carpeta que contiene todos los elementos necesarios que muestran la posición geográfica estratégica de la entidad, así como las ventajas para quién desee venir a invertir.

Fomento a las exportaciones

El proceso de integración económica mundial ha propiciado una inminente apertura comercial entre naciones. Los mercados continúan abriéndose y cada vez son menos las barreras comerciales, por ello, se fortalecieron las reglas y procedimientos que fomentan el comercio con el resto del mundo. Se brindó apoyo a empresas para que estas vendieran sus artículos en el extranjero, logrando exportaciones por más de 175 millones de pesos y conservar más de 4 mil empleos, las principales industrias apoyadas fueron las industrias textiles y la metalmecánica. Se logró que las empresas apoyadas generaran montos de exportación por más de 918 millones de pesos.

Según los datos proporcionados por la Secretaría de Economía la evolución que han tenido las exportaciones del Estado de Hidalgo en el trayecto de 1994 a noviembre de 2005.

Gráfica No 2 Evolución de las exportaciones de Hidalgo, de 1994 a noviembre de 2005¹
(millones de dólares)



Fuente: Subsecretaría de Normatividad, Inversión Extranjera y Prácticas Comerciales Internacionales. Secretaría de Economía

En la gráfica anterior se observa la forma pasiva que tuvo la evolución de las exportaciones tomando como base el año de 1999 debido a la creación de la Corporación que fue de 465.9 millones de dólares, todo iba bien para el siguiente año, pero del 2001 al 2004 existe un notorio descenso de exportaciones hasta de 287.3 millones de dólares casi la mitad de la suma existente en 1999. Sin embargo para noviembre del 2005 se da una cifra favorable por casi 34 millones de dólares en las exportaciones hidalguenses, dando con esto emotividad para el progreso de empresarios hidalguenses.

Otro logro importante en materia de comercio exterior, ha sido sin duda, el haber logrado diversificar los mercados destino de los productos hidalguenses, a pesar de que el destino principal de las exportaciones del Estado sigue siendo el mercado norteamericano, se ha conseguido introducir productos a países como: Guatemala, Chile, Cuba, República Dominicana, entre otros.¹

Este importante esfuerzo por parte de gobierno del estado ha permitido que en el 2004, las exportaciones de la entidad acumularan un porcentaje de 48% más de lo exportado en el mismo periodo del año anterior. Dicho monto está compuesto principalmente de exportación de prendas y complementos de vestir, vehículos, materiales para vías férreas, algodón y tejidos especiales.

Con la finalidad de aprovechar las ventajas que ofrece la globalización y de construir una nueva cultura empresarial en el estado, se ha impulsado las exportaciones hidalguenses a través de capacitación al sector empresarial, recursos financieros y apoyo en la detección de oportunidades de negocios en los mercados internacionales.

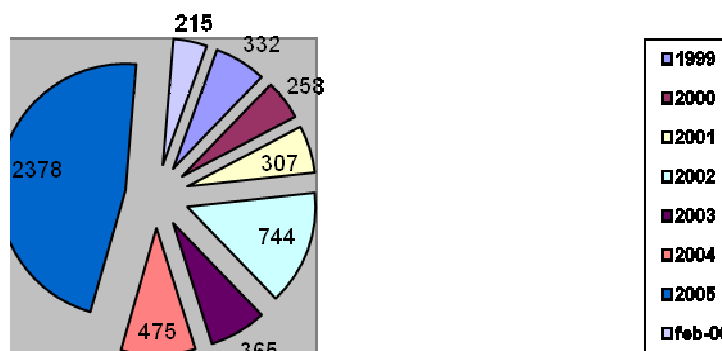
Fomento a la Inversión Productiva

El fomento a la inversión nacional y extranjera es una función estratégica para alcanzar el crecimiento y el desarrollo económico, la generación de empleos y el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad en su conjunto.

En este sentido, se ha seguido una estrategia de promoción intensa de las potencialidades productivas de Hidalgo. Las acciones de fomento se han sustentado en la promoción de la inversión, a partir de la identificación de nichos de mercado y en la difusión de las ventajas comparativas y competitivas de las distintas regiones de la entidad, lo mismo que de sus sectores productivos.

El esfuerzo realizado ha dado resultados; en solamente un año se logró la captación de 2 mil 593 millones de pesos, derivado de la consolidación de 21 proyectos de inversión nacionales y extranjeros en 8 municipios de la entidad.¹

Gráfica No 3 Evolución de la inversión en Hidalgo, de 1999 a febrero de 2006
(millones de pesos)¹



Fuente: subsecretaría de Normatividad, Inversión Extranjera y Prácticas Comerciales Internacionales. Secretaría de Economía.

La gráfica muestra números realmente variables entre cada año, observamos que las mejores inversiones en el Estado fue en el 2002, 2004 y 2005, y los años contrarios a estos fueron en 1999,

Ejemplo de lo anterior es la inversión de la empresa francesa Cementos Lafarge, por un monto de 1 mil 320 millones de pesos en la instalación de una nueva planta y la ampliación de la empresa Cargill, con una inversión de 308 millones de pesos. Destacan igualmente los 236 millones de pesos que invirtió la empresa ASF-K de México, adquiriendo los activos de la planta National Castings en Ciudad Sahagún; Asimismo, destaca la inversión de DINA Camiones en el complejo industrial de Ciudad Sahagún, con 110 millones de pesos.

La industria del vestido, una de las principales generadoras de empleo en el sector manufacturero hidalguense, estuvo representada por la empresa MAAUGRYPHO instalada en Mineral de la Reforma con una inversión de 110 millones de pesos. Otras empresas, con inversiones igualmente importantes, fueron Areva T&D, en Tizayuca, con una inversión de 77 millones de pesos.

Tabla 1 Cartera de Proyectos de Inversión (Empresas a Instalarse)¹

SECTOR	EMPRESA	MUNICIPIO	ORIGEN
Otros servicios	Prodemex	Singuilucan	México
Servicios	Autofinanciamientos México SA de CV	Pachuca	México
Manufacturero	Swift Denim Hidalgo	Tulancingo	México-USA
Manufacturero	Lancop SA de CV	Mral de la Reforma	USA
Comercio	Telas Parisina “El Puerto de Veracruz”	Tizayuca	México
Manufacturero	Origin Fild Inmobiliaria	Atotonilco de Tula	China
Manufacturero	Interruptores Eléctricos	Atitalaquia	México
Otros servicios	Promotora Mexicana de Reciclaje SA	Chapantongo	México
Manufacturero	Enlace Tecnológico Comercial	Mral de la Reforma	México
Manufacturero	Agroquímica Tridente SA de CV	Tizayuca	México
Otros servicios	Jesús Martínez Patiño	Pachuca	México
Manufacturero	Proceso electrolíticos	Tizayuca	México
Manufacturero	Plásticos Record SA de CV	Mral de la Reforma	México
Industria Minera	Esfuerzo de Zimapán	Zimapán	México
Manufacturero	Asfelt SA de CV	Tolcayuca	México
Manufacturero	Troquelados Automotrices SA de CV	Tizayuca	México
Industria Minera	Moliendas Zimapán Molizim	Zimapán	México
Manufacturero	Galvanoquímica Mexicana	Tizayuca	México
Manufacturero	Herd S. De RL.	Tizayuca	México
Comercio	Comerciales Zona Esmeralda (BMW)	Pachuca	México
Industria Minera	Ing Alfonso Rodríguez	Chilcuautila	México
Otros servicios	Gold Plating	Tizayuca	México

Manufacturero	Taller Costura “Grupo Olvera Sánchez”	Zempoala	México
Manufacturero	Taller Costura Grupo Casas Coloradas	Zempoala	México
Industria Minera	Tecnoarcillas Mexicanas SA de CV	S. Tulantepec	México
Manufacturero	Taller Costura “Grupo Del Mar”	Zempoala	México
Manufacturero	Taller de Calzado para Dama	Tezontepec	México
Manufacturero	San Lucas	Alfajayucan	México
Comercio	Materiales Santa María Batha	Tezontepec	México

Desarrollo de Nuevas Empresas

En el 2005 tenemos que mediante las acciones de capacitación y orientación para los distintos grupos empresariales e iniciativas individuales, se contribuyó a la constitución de sociedades con personalidad jurídica y patrimonio propio, con la consecuente generación de nuevos empleos.

Se realizó la constitución formal de 45 empresas sociales en 15 municipios, amparando a 741 socios que, mediante la conjugación de esfuerzo y dedicación, lograron integrar 4 millones 700 mil pesos de capital social de manera global.¹

Desarrollo de la competitividad

La política industrial de esa administración de Gobierno se fundamenta en el desarrollo de una planta industrial consolidada y competitiva, que está produciendo bienes de alta calidad mediante adecuaciones y uso de tecnología más eficiente, generadora de un mayor valor agregado. Por ello en coordinación con los sectores laboral y empresarial se han desarrollado diversos instrumentos como:

Ventanilla Única de Gestión Empresarial; esquema que permitió acelerar la constitución de 95 microempresas, alcanzando una derrama económica de más de 7.6 millones de pesos en 39 municipios, contribuyendo a generar 692 fuentes de empleo formal.

Premio Hidalgo a la Calidad 2002; este año resultaron triunfadoras las empresas CREST, S.A. del sector industrial del municipio de Tizayuca; Informática Mirafe, S.A. del sector servicios del municipio de Pachuca y dos más del sector servicios, de los municipios de Pachuca y Tepeapulco que obtuvieron mención honorífica.

Premio Hidalgo Exporta 2002; la empresa Fábrica de Loza El Ánfora, S.A. perteneciente al sector industrial ubicada en el municipio de Mineral de la Reforma se hizo acreedora a este reconocimiento.

Programas para la Mejora de la Productividad; Dentro de los procesos para el desarrollo de la planta productiva hidalguense, en coordinación con el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica A.C. (COMPITE), se realizaron un total de 144 eventos entre cursos de capacitación, talleres y consultorías, con una inversión de 1.8 millones de pesos, en 110 empresas de 24 municipios. Se ha beneficiado a un total de 266 empresas a través de este esquema.

Capacitación Empresarial

La capacitación del sector empresarial ha sido sin duda, una de las estrategias de mayor impacto, porque actuamos con la firme convicción de que el incremento de las capacidades técnicas y de conocimientos, garantizan un empresariado más preparado para enfrentar exitosamente los cambios vertiginosos de la competencia y la globalización.

Se realizaron un total de 212 cursos de capacitación empresarial beneficiando a más de 460 empresas de diferentes municipios. Con este esfuerzo resultaron beneficiadas 4412 personas, entre representantes de empresas y trabajadores en activo, de cuya capacitación se beneficia la propia empresa.

Tabla 2 Capacitación Empresarial.¹

PROGRAMA	CURSO	EMPRESAS	MUNICIPIO	CAPACITADOS
Desarrollo Empresarial	8	147	4	219
Minería	15	-	11	352
Seguridad e higiene	5	81	3	81
Comercio exterior	3	55	15	67
Programa de apoyo a la capacitación	181	181	13	3693
Total	212	464	23	4412

Por su parte, Nacional Financiera, con una inversión de 1 millón 368 mil pesos, ofreció 684 eventos de capacitación empresarial en beneficio de 13 mil 788 personas de 48 municipios.

Capacitación Directiva Empresarial

La capacitación especializada para el fomento de la cultura empresarial dirigida a los directivos que incursionan en la actividad industrial, comercial y de servicios, es base fundamental para el fortalecimiento de la vida propia de la organización formal que pretenden realizar o bien para la consolidación o el crecimiento de las empresas existentes.

El sector económico que mayores apoyos requiere es el de las micro y pequeñas empresas, toda vez que este, es de capital importancia para sentar las bases de una economía sólida y fuerte. Como estímulo para el desarrollo económico y atendiendo la necesidad de impulsar mecanismos para incrementar la capacitación y la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa.

Se organizaron 9 cursos de capacitación en materia de comercio exterior, beneficiando a 96 empresas hidalguenses de 16 municipios. Especial atención mereció la preparación para la incorporación económica de forma independiente de los ex trabajadores del Complejo Industrial DINA, quienes recibieron capacitación para el trabajo, así como un

total de 15 cursos sobre elaboración de proyectos productivos, asistiendo 300 personas de 5 municipios de la región.

Las actividades de capacitación se complementaron con los servicios y apoyos brindados por medio del Programa de Apoyo para la Capacitación (PAC). Mediante éste se impartieron 124 cursos, en apoyo a 26 municipios; a su vez, se benefició de manera directa a 222 empresas, con una inversión de más de 3 millones de pesos.

Por medio de la coordinación y enlace con organismos empresariales y financieros, se logró realizar 163 eventos de capacitación como cursos, seminarios y conferencias, en las que se brindó capacitación a más de 5,880 representantes de empresas, provenientes de 36 municipios.

Por su parte Nacional Financiera realizó un total de 134 eventos de capacitación con una asistencia de 2618 participantes de un total de 2,358 empresas que asistieron, con una inversión de más de 240 mil pesos; mientras que BANCOMEXT realizó un total de 13 cursos con la asistencia de 991 representantes de diferentes empresas.

Igualmente se realizaron 379 eventos de capacitación empresarial, para beneficiar a 14,404 personas de 850 empresas, con una inversión mayor a los 5.3 millones de pesos. En cuanto a la capacitación empresarial, principalmente fueron atendidas 4,788 micro y pequeñas empresas, concretándose 689 cursos al personal directivo, técnico y administrativo.

ANÁLISIS DEL APOYO A LAS EXPORTACIONES PERÍODO 2005 - 2007

Según datos de 1er informe de gobierno del Estado de Hidalgo de ABRIL 2006 en el documento: (Empleo y productividad para el desarrollo págs.25 26) considera en el punto

Fomento a las Exportaciones

Con la finalidad de aprovechar las ventajas que ofrece la globalización y de construir una nueva cultura empresarial en el estado, la administración ha impulsado las exportaciones hidalguenses a través de capacitación al sector empresarial, recursos financieros y apoyo en la detección de oportunidades de negocios en los mercados internacionales.

Para incorporar a las pequeñas y medianas empresas a los mercados extranjeros y mejorar el dinamismo del comercio exterior de la entidad, se ha reforzado la reactivación

de los sectores productivos y se ha otorgado atención personalizada a todas aquellas empresas potencialmente exportadoras, lo que impactó en el incremento de las exportaciones globales del estado.

Se consiguió que 4 empresas del Municipio de Pachuca realizaran ventas al exterior por 4 millones 300 mil pesos, con destino a Japón, Estados Unidos, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Puerto Rico, El Salvador, Panamá, Colombia, Ecuador, Chile y Perú, diversificando así el mercado de las exportaciones hidalguenses.

También se apoyó a 32 empresas con la formulación de proyectos de exportación y a 12 más en la preparación de su oferta exportable, con esto se rebasó en 120% la meta anual de 20 proyectos apoyados; asimismo, se promovió la asistencia de los productores hidalguenses a 15 diferentes eventos de comercio internacional, y se promocionó a 71 empresas de diferentes regiones a través del Directorio de Exportadores del Estado de Hidalgo.

Según datos de 2º informe de gobierno del Estado de Hidalgo de ABRIL 2007 en el documento: (Empleo y productividad para el desarrollo págs.34 - 36) considera en el punto

Fomento a las Exportaciones

Las fluctuaciones del saldo de la balanza comercial a nivel nacional y estatal han mostrado signos de recuperación durante los dos últimos años. Es importante señalar que el desempeño de 2006 en el estado, presentó un superávit, por lo que resulta favorable comparativamente ante el déficit registrado a nivel nacional.

Adicionalmente al incremento de las exportaciones manifestadas en la entidad, el gobierno estatal ha logrado la diversificación de los sectores productivos, ejemplo de ello son los sectores del plástico y la industria metalmecánica, que actualmente tienen el 8% de la participación de sus ventas en los mercados internacionales.

La información disponible para 2006 en la entidad muestra que hasta el último registro del mes de octubre pasado, se alcanzaron ventas por 4 mil 976 millones 894 mil 882 pesos e importaciones por 4 mil 333 millones 28 mil 861 pesos, observándose un saldo superavitario en términos de la balanza comercial estatal de 643 millones 866 mil 20 pesos.

La intensa labor del gobierno estatal para que empresarios locales alcancen mayores niveles de competitividad, ha favorecido la consolidación de productos hidalguenses en el ámbito internacional. De esa forma, se puede aseverar que al incrementarse las exportaciones estatales, también se ha expandido el rango de atención a distintas regiones geográficas de la entidad. Con las acciones llevadas a cabo desde el inicio de esta administración, en el rubro de las exportaciones se ha cubierto en un 35.7% el territorio hidalguense.

Apoyos al Sector Exportador Estatal

De abril de 2006 a marzo de 2007, se atendieron 120 empresas con acciones en materia de exportación, de las cuales 117 se mostraron interesadas en recibir apoyo para el desarrollo de proyectos en este rubro y 3 solicitaron asesoría especializada.

Estas empresas proveen actualmente 7 mil 378 empleos directos y están ubicadas en 30 diferentes municipios del estado.

De esta manera, se otorgaron 623 asesorías en diferentes temas como iniciación a la exportación; regulaciones en comercio exterior; técnicas a la exportación; promoción internacional y financiamiento. El 72.9% de las empresas asesoradas son de tamaño micro, el 16.5% son pequeñas, 5.9% medianas y 4.7% grandes.

Por otra parte, el gobierno estatal apoyó de forma directa a 22 empresas, mismas que en su conjunto reportaron ventas en el extranjero por 257 millones 805 mil 616 pesos, mismas que se encuentran concentradas en 9 municipios de la entidad.

En el mes de noviembre de 2006, se presentó ante la comunidad empresarial la feria virtual Hidalgo Trade. Esta acción logró la integración de una página de Internet con la finalidad de apoyar a las empresas que desarrollan proyectos de exportación en coordinación con el Gobierno del Estado. Con esta iniciativa, en una primera etapa se apoyó a 21 empresas, desde la toma de fotografías y diseño hasta la integración de su información en la página en idioma inglés. Asimismo, se logró contar con la participación de 13 empresas con liga al sitio www.hidalgotrade.com.

La segunda fase que se desarrolla en 2007, pretende la integración de otro bloque de empresas así como la difusión masiva de la página. La meta es llegar a contar con un portal a través del cual las empresas puedan llegar a realizar ventas en línea.

Estrategias Comerciales en el Extranjero

Como parte de la estrategia para la diversificación de mercados de las empresas que desarrollan proyectos de exportación conjuntamente con el Gobierno del Estado y a efecto de reducir los costos que se orientan a la promoción internacional, tanto para las empresas como para el propio sector gubernamental, en el ejercicio que se informa se concretaron acciones para favorecer la integración económica de las empresas hidalguenses y la especialización de sus opciones de venta.

Con estos trabajos y en apoyo a las empresas que mantienen intereses comerciales en Centro y Sudamérica, se contrataron los servicios de la impulsora de oferta exportable RICSA, organismo financiado por el gobierno estatal para la introducción de 5 empresas en los mercados de América Latina.

El proyecto tiene como área de influencia el mercado centroamericano y contempla en una primera fase el desarrollo de canales de distribución, un mejor régimen arancelario, normas y estándares de competencia e información del mercado, así como la búsqueda de clientes; representantes; alianzas estratégicas; proveedores; distribuidores e importadores de la zona; agenda de negocios y la participación en ferias locales y exhibiciones permanentes. En una segunda fase se pretende apoyar a las empresas para cumplir con los requisitos de introducción en los canales de distribución y puntos de venta. De la misma forma, se impulsó el desarrollo de una estrategia comercial para penetrar en el mercado de Los Ángeles California, la que contempló un total de 4 proyectos de exportación de la rama de actividad de alimentos y bebidas. La estrategia tiene el propósito de consolidar o diversificar las exportaciones en estos rubros, a través de la búsqueda de clientes; representantes; alianzas estratégicas; proveedores; distribuidores e importadores del extranjero.

Además, se incluyó la elaboración del plan de negocios para el mercado objetivo, conteniendo información para dar cumplimiento a las regulaciones no arancelarias, trámites, permisos y registros para el sector, así como la ruta crítica para que una vez que las empresas hayan cumplido con la normatividad establecida, se coloque en anaquel su producto.

Durante el presente año se finalizó el proyecto para que 2 empresas dedicadas a la comercialización de artículos de regalo participen en el mercado Texano, el cual se realizó mediante la contratación de la firma Global Trade Management, ubicada en Dallas Texas. El proyecto incluyó desde estudios de mercado hasta una misión comercial con la elaboración de agendas de negocios con clientes potenciales.

Asimismo, se participó en la ExpoSIAL 2006, realizada en la ciudad de Shanghai, China, con el objeto de apoyar a empresas del sector alimentos y bebidas. Las empresas participantes recibieron apoyo para sus gastos, traducción y logística del evento.

Los productos que lograron captar el interés de los compradores asiáticos fueron principalmente el nopal, productos procesados del maguey, productos de amaranto, dulces de leche y sidra.

Según datos de 3er informe de gobierno del Estado de Hidalgo de ABRIL 2008 en el documento: (Empleo y productividad para el desarrollo Págs. 42-44) considera en el punto

Fomento a las Exportaciones

Tradicionalmente, la estabilidad económica de México ha dependido de los hábitos de consumo de Estados Unidos, principal destino de las exportaciones del país. Sin embargo, en los últimos años se ha logrado que las exportaciones nacionales se hayan diversificado a mercados como Europa y América Latina alcanzando ya una participación del 17% de las exportaciones nacionales.

En el periodo que se informa, Hidalgo logró exportaciones a Estados Unidos; Ecuador; El Salvador; Panamá; Costa Rica; Guatemala; Chile; Nicaragua; Japón; Siria; Alemania; Austria; Canadá; Francia; Hungría; Italia; Gran Bretaña; Irlanda; Colombia; Honduras; Venezuela; Corea; China; India; Puerto Rico; Perú; Bélgica; Uruguay; Polonia; Rusia; Brasil; España; Portugal; Noruega; República Dominicana; Taiwán; Suiza; Argentina; Hong Kong y Vietnam.

Como reflejo del desempeño del comercio exterior en Hidalgo, hasta el mes de agosto de 2007 la balanza comercial de la entidad mostraba un superávit de 52 millones 34 mil 422 dólares, en contraste con lo expuesto en el ámbito nacional donde hasta octubre de 2007 se tenía un déficit de 9 mil 319 millones de dólares.

Dentro de la participación sectorial en las ventas internacionales de Hidalgo, el sector automotriz y autopartes obtuvo el mayor porcentaje al conseguir el 56.6% del total de las exportaciones, seguido del sector textil y confección con el 24.3% y de los sectores plástico y metalmecánico con el 11.6% cada uno.

Apoyos al Sector Exportador Estatal

En el periodo que se informa, 103 empresas hidalguenses han recibido apoyos para el desarrollo de sus proyectos de exportación, dentro de los cuales se han otorgado 145 asesorías en temas como envase y embalaje; conceptos generales de legislación de comercio exterior; transporte internacional; precios de exportación; cubillaje; envío de muestras; formas de pago internacional; comercialización; contratación internacional; tratados y acuerdos comerciales internacionales; regulaciones arancelarias y no arancelarias; certificación SEMARNAT; llenado de declaraciones y logística.

Por otra parte, 19 empresas apoyadas por el gobierno estatal reportaron ventas en el extranjero por 6 millones 590 mil pesos. Se promovió la participación de 31 empresas hidalguenses en 19 eventos de carácter internacional en México y en el extranjero.

Estrategias Comerciales en el Extranjero

Resultado del apoyo otorgado por esta administración, 5 empresas de los municipios de Almoloya, Tepeapulco, Cardonal Chapantongo y Epazoyucan, cumplieron con los estándares que establecen organismos internacionales, obteniendo el certificado orgánico para 19 productos. El mercado de productos orgánicos ofrece una ganancia para las empresas a través de un mejor precio, pero también exige una garantía de los métodos de producción a través de la obtención de la certificación.

Esta certificación abre la puerta de entrada a nichos de mercado de exportación específicos, cumpliendo con los niveles de calidad exigidos para el mercado de Estados Unidos, por la National Organic Product (NOP) y para el mercado de la Unión Europea.

Con la obtención de esta certificación, las empresas participaron en el evento Biofach Alemania que se llevó a cabo en febrero de 2008, considerado el más importante a nivel mundial para la promoción de productos orgánicos, en el que se contó con una afluencia de más de 37 mil visitantes procedentes de 104 países.

Por otra parte, para ayudar a que la promoción de las empresas hidalguenses tenga una mayor cobertura, se realizaron mejoras al diseño y contenido del portal electrónico, lográndose que actualmente se encuentren 31 empresas con catálogos electrónicos desarrollados con apoyos del Gobierno del Estado. Con esto, se consiguió que 23 empresas se vincularan electrónicamente al portal con sus propias páginas de internet, dando así un total de 54 empresas exportadoras hidalguenses con capacidad de comercio electrónico.

De igual manera, las empresas hidalguenses Acare Latinoamericana, fabricante de mobiliario y equipo médico; Corporación Tecnológica New Line, fabricante de reguladores de voltaje; Sendal, fabricante de normogoters; Style Internacional, fabricante de jabones de tocador y Productos Naturales de Hidalgo, fabricante de suplementos alimenticios a base de nopal para el control de peso que participaron en la estrategia comercial del gobierno estatal en Centro y Sudamérica, logrando concluir el desarrollo de sus productos de exportación, destacando las empresas Productos Naturales de Hidalgo (PRONAH) y Corporación Tecnológica New Line, exportaron a Panamá y Costa Rica, respectivamente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Considerando los objetivos de LA CORPORACIÓN INTERNACIONAL HIDALGO (COINHI)

I.- Fomentar y promover las exportaciones de bienes y servicios hidalguenses.

A pesar del esfuerzo realizado por el gobierno se ve reflejado una falta de promoción de las exportaciones esto es que en el año 2005 se asistió a 15 diferentes eventos de comercio internacional y se promocionó a 71 empresas de diferentes regiones a través del Directorio de Exportadores del Estado de Hidalgo. Para el año 2007 se promovió la participación de 31 empresas hidalguenses en 19 eventos de carácter internacional en México y en el extranjero. Dando como resultado que si hay promoción a las exportaciones pero se olvido del fomento a la exportación en la que se refleja menos empresas exportando.

II.- Fomentar el desarrollo de una cultura exportadora en Hidalgo.

Si bien (COINHI) ha realizado cursos de capacitación no se ha logrado realmente que el empresario adopte una cultura exportadora tal es el caso que no se trata de exportar una vez

sino exportar de manera frecuente, así como mejorar sus sistemas de producción para mantenerse a la vanguardia de la globalización.

III.- Promover la captación de la inversión productiva de origen nacional y extranjero al Estado de Hidalgo.

A través del tiempo en los años analizados el gobierno estatal se ha preocupado porque existan inversiones en el estado tanto nacionales como extranjeras haciendo hincapié que en las primeras son más que las otras.

IV.- Difundir las ventajas competitivas del Estado de Hidalgo a nivel internacional.

Es importante hacer referencia que si existe la

V.- Servir de vínculo entre los empresarios y las distintas dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, Estatal y Municipal para los fines antes mencionados.

Si existe un procedimiento detallado para la atención al empresario sin embargo lamentablemente es muy lento por lo que debería de ser más eficientes como es el caso de otras organizaciones que al igual que COINHI se dedican a asesorar a los empresarios y hacen bien su labor es la COFOCE (Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior), quien ayuda a exportar a los empresarios de León, Guanajuato y sus alrededores en un tiempo no mayor a 3 meses o el PROMODE (Programa de Capacitación Integral para la Modernización y competitividad de los Sectores Industrial, Comercial y de Servicio), de la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de México quien se encarga de ayudar de forma personalizada a los empresarios desde la tramitación de permisos necesarios para la empresa.

VI.- Identificar y traer fondos alternativos y de cooperación internacional que permitan financiar proyectos de desarrollo.

La propia dinámica comercial es quien genera las oportunidades de traer fondos alternativos y cooperación internacional y no precisamente la COINHI

RECOMENDACIONES

- Implementar una Página web, ya que es importante que todo empresario, inversionista o simplemente ciudadano sepa; Que es la COINHI?, A que se dedica?, Que misión tiene?, De qué forma nos puede ayudar?, simplemente saber que existe y que sirve para algo.
- Asesoría personalizada para los empresarios hidalguenses en la cuál puedan otorgar la ayuda desde un simple trámite hasta la exportación del artículo y colocación del producto en el mercado.
- Que el personal que otorgue dichas asesorías sean personas especializadas en Comercio Exterior, más no personal con cualquier tipo de carrera profesional menos la antes mencionada.
- Es importante para todo organismo contar con una persona que nos represente, es decir, un Director General, con el cuál puedan acercarse los asesores a resolver cualquier tipo de problema que se les presente, o bien nosotros tengamos a una persona quien dirigimos para hacer cualquier consulta de la COINHI.

BIBLIOGRAFÍA

Corporación Internacional Hidalgo, Perfil para inversionistas 2007

Decreto que crea La Corporación Internacional Hidalgo, Diario Oficial de la Federación 4 de Octubre 1999.

González Guzmán Liliana Paola Tesina: LA IMPORTANCIA DE LA CORPORACION INTERNACIONAL HIDALGO PARA EL DESARROLLO DEL ESTADO DE HIDALGO Junio 2008

Secretaría de Economía, Subsecretaría de Normatividad, Inversión Extranjera y Prácticas Comerciales Internacionales.

Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Hidalgo. 2007

http://www.hidalgo.gob.mx/descargables/transparencia/informes_gob/admon_actual/2008/2empleo_productividad.pdf

http://www.hidalgo.gob.mx/descargables/transparencia/informes_gob/admon_actual/2007/empleo.pdf

http://www.hidalgo.gob.mx/descargables/transparencia/informes_gob/admon_actual/2006/empleo.pdf

[http:// sedeco.hidalgo.gob.mx/](http://sedeco.hidalgo.gob.mx/) consultada en diciembre 13, 2006.

http://www.hidalgo.gob.mx/descargables/transparencia/informes_gob/admon_anterior/6toinforme.pdf