

# El comercio exterior como generador de productividad y competitividad: de lo glocal a lo global

Coordinadoras Yolanda Sánchez Torres • Amada Hidalgo Gallardo

**El comercio exterior como generador  
de productividad y competitividad:  
de lo glocal a lo global**

Instituto de ciencias Económico Administrativas  
Área Académica de Comercio Exterior



CONSEJO  
EDITORIAL

Este libro fue dictaminado por pares académicos de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo y de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, a quienes se agradece su colaboración.

La publicación de esta obra se financió con recursos del Programa de Fortalecimiento de la Calidad Educativa (PFCE) 2017

# El comercio exterior como generador de productividad y competitividad: de lo glocal a lo global

Coordinadoras  
Yolanda Sánchez Torres  
Amada Hidalgo Gallardo



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO  
Pachuca de Soto, Hidalgo

2022

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Adolfo Pontigo Loyola  
*Rector*

Octavio Castillo Acosta  
*Secretario General*

Marco Antonio Alfaro Morales  
*Coordinador de la División de Extensión de la Cultura*

Jesús Ibarra Zamudio  
*Director del Instituto de Ciencias Económico Administrativas*

## Fondo Editorial

Asael Ortiz Lazcano  
*Director de Ediciones y Publicaciones*

Joselito Medina Marín  
*Subdirector de Ediciones y Publicaciones*

Primera edición electrónica: 2022

D.R. © UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO  
Abasolo 600, Col. Centro, Pachuca de Soto, Hidalgo, México, C.P. 42000

Dirección electrónica: editor@uaeh.edu.mx

El contenido y el tratamiento de los trabajos que componen este libro son responsabilidad de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

**ISBN: 978-607-482-677-7**

Esta obra está autorizada bajo la licencia internacional Creative Commons Reconocimiento – No Comercial – Sin Obra Derivada (by-nc-nd) No se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas. Para ver una copia de la licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.



Hecho en México/*Printed in México*

# Contenido

<b>Prólogo</b>	9
<i>Ruth Leticia Hidalgo Gallardo</i>	
<b>Introducción</b>	11
<i>Yolanda Sánchez Torres, Amada Hidalgo Gallardo y Patricia Elena Hernández Valdés</i>	
<b>1. Los organismos internacionales y su contribución al comercio exterior</b>	17
<i>Amada Hidalgo Gallardo, Ruth Leticia Hidalgo Gallardo y Edgar Esau Vite Gómez</i>	
Introducción	17
Desarrollo del tema	18
1.1 La Ronda de Río y el Programa 21	19
1.2 La Ronda de Uruguay y la OMC	21
1.3 La ONU y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	22
1.4 La OMC y las Rondas Doha	24
1.5 La OMC y su relación con la OCDE	25
1.6 La proyección del G-20	26
Conclusiones	27
Acrónimos	28
Bibliografía	28
Anexo	32
<b>2. La competitividad empresarial engarzada al capital intelectual</b>	35
<i>Ruth Leticia Hidalgo Gallardo, Amada Hidalgo Gallardo y Teresa de Jesús Vargas Vega</i>	
Introducción	35
2.1 Tendencia mundial: el capital intelectual	36

2.2 Las organizaciones del milenio alrededor del capital intelectual	39
2.3 La competitividad de las empresas globalizadas bajo un capital intelectual	41
Conclusiones	43
Bibliografía	43
<b>3. El emprendimiento como fase inicial del proceso de internacionalización empresarial: una aproximación teórica para las mipymes mexicanas</b>	<b>45</b>
<i>Patricia Elena Hernández Valdés, Adrián González Romo y Yolanda Sánchez Torres</i>	
Introducción	45
Desarrollo	46
3.1 Análisis del emprendimiento sostenible	47
3.1.1 Clasificación de empresas por su tamaño	47
3.1.2 Conceptualizaciones de emprendimiento, emprendimiento social y emprendimiento sostenible	48
3.1.3 Evolución de la actividad emprendedora	49
3.2 Análisis de la innovación tecnológica	50
3.2.1 Conceptualización de la innovación tecnológica	50
3.2.2 Evolución de la innovación tecnológica, su aplicación y trascendencia en el emprendimiento empresarial	50
3.3 Organismos públicos con financiamiento para emprender	51
3.3.1 Conceptualización de los fondos públicos disponibles en México para apoyar proyectos empresariales	51
3.3.2 Análisis de la normatividad para ejercer fondos públicos destinados a proyectos emprendedores	54
3.4 El proceso de internacionalización	54
Discusión de resultados	57
Conclusiones y recomendaciones	58
Bibliografía	58

<b>4. Lo local como eje del desarrollo e impulsor del comercio internacional</b>	<b>63</b>
<i>Adrián González-Romo</i>	
Introducción	63
Desarrollo	64
4.1 El impulso del desarrollo local: argumentos teóricos	64
4.2 La política industrial con base en la maquila y empresas transnacionales	69
4.3 El impulso al sector agroexportador	70
Conclusiones	75
Bibliografía	76
<b>5. Estrategias de inserción de las pymes mexicanas en el mercado internacional: un análisis desde lo glocal</b>	<b>77</b>
<i>Yolanda Sánchez Torres, Aníbal Terrones Cordero y Adrián González Romo</i>	
Introducción	77
5.1 Desarrollo y competitividad empresarial: de lo glocal a lo global	78
5.2 La estructura empresarial de México y su inserción en el mercado mundial	81
5.3 Una estrategia de inserción en el mercado internacional para las pymes mexicanas: de lo glocal o lo global	88
Conclusiones	90
Bibliografía	90
<b>6. El mercado asiático, una oportunidad comercial</b>	<b>93</b>
<i>Cleotilde García González, Amada Hidalgo Gallardo y Sandra Luz Hernández Mendoza</i>	
Introducción	93
6.1 Antecedentes: “México-Japón: surgimiento de la relación comercial”	95
6.2 Relevancia del AAE MX-JP frente a otros TLCs de México	96
6.3 Relación comercial a diez años de la ratificación del acuerdo	106
Conclusiones y recomendaciones	107
Bibliografía	107

<b>7. Estrategias locales para afrontar la competencia en el mercado internacional: el caso de la ALPLA</b>	111
<i>Mario Cruz Cruz, Adrián González Romo y Yolanda Sánchez Torres</i>	
Introducción	111
7.1 El carbón: un recurso estratégico para el mercado internacional	113
7.2 La ruta de la ALPLA	114
7.3 La hegemonía de EUA en Latinoamérica	116
Conclusiones	119
Bibliografía	121
<b>Sobre los autores</b>	125

# Prólogo

*Ruth Leticia Hidalgo Gallardo*

Es indiscutible el señalamiento que la sociedad internacional hace respecto al *bienestar social*, al cual toda la humanidad tiene derecho, como lo señala la Carta de Naciones Unidas: el compromiso de brindar libertad, paz, justicia, dignidad, igualdad, progreso social y de elevar el nivel de vida. Este principio universal se traduce en proporcionar alimento, vivienda, servicios y educación, esta última esencial para que nuestras comunidades crezcan, se desarrollen y puedan generar alternativas de cambio.

Si bien es cierto que la investigación es un pilar importante en las universidades, un área generadora de conocimiento, lo más loable es darlo a conocer; esta tarea la tiene el investigador. En épocas pasadas, la investigación, decían, era “de cajón”, es decir, se investigaban temas de gran relevancia, pero nada pasaba porque se terminaban y se guardaban, nadie sabía qué hacía el investigador, pero era el iluminado, ilustre, intocable, “el becerro de oro” a quien nadie podía cuestionar.

Actualmente, se cuenta con investigadores que se arriesgan a escribir, a incursionar en temáticas que afligen a nuestra comunidad internacional, pero que asumen el reto de compartir sus análisis y puntos de vista como una forma de practicar la libertad de expresión. Por ello, me ha sido grato leer este libro y reconocer a un grupo de académicos a quienes la investigación ha llevado a reflexionar sobre las diferentes problemáticas que se ciernen alrededor del mundo.

Se enfatiza en lo interesante que se presenta el ejemplar cuando este grupo diversificado en saberes converge en que la necesidad que impera en nuestro país se decanta por preparar a profesionales que se involucren y ocupen del rumbo que están tomando las políticas nacionales ancladas a las internacionales, lo cual puede caber para todas las disciplinas, pero en este caso es fundamental para el comercio exterior, disciplina que abre las puertas a un mundo complejo donde las situaciones son cíclicas y en constante revuelo.

Por esto mismo, es necesario ir labrando un capital intelectual que se sitúe en cualquier sector con ánimo de emprender un nuevo negocio, apuntalar los que ya existen o llevar a una empresa a comercializar productos necesarios a otro. Posicionar profesionales que vean las necesidades del campo y que promuevan modelos para erradicar la pobreza,

el saqueo, la migración y que defiendan sus sectores ante el desplazo por las industrias deficientemente posicionadas: esto es tarea en las aulas.

Así pues, es de incalculable valor encontrar un libro que cautive al lector, que sea parte de su escudo para enfrentar un mundo de retos, pero que también le pueda ofrecer un cúmulo de ideas con las que pueda emprender su propio mercado laboral, así como desarrollar habilidades investigadoras que le inviten a generar otras fuentes de conocimiento.

Con los análisis, críticas y opiniones encontrados en este libro podemos observar que nuestro país puede crecer siempre y cuando exista una gobernanza que emprenda acciones y mecanismos para equilibrar la riqueza. Evidentemente, primero se tiene que abordar la modernización de nuestro país para poder crecer e incursionar, ya no solo como un país emergente, sino como un país potencia, puesto que poseemos los recursos naturales que se requieren para pasar a ser competitivos en cualquier región del mundo.

De igual forma, nuestra responsabilidad se habilita cuando vemos un México, declarado por la FAO y UNESCO, como el tercer país a nivel mundial con mayor biodiversidad, lo cual nos impone a los mexicanos un mayor empeño en el cuidado de los recursos, ya que esta opción nos va a permitir mantener a las futuras generaciones. Esta tarea tiene que ser compartida de manera tripartita: universidad, empresa y Gobierno, con prácticas de sustentabilidad, honestidad y responsabilidad.

Por lo anterior, es relevante la lectura de esta obra porque en ella se encuentran respuestas a lo que a veces no logramos comprender; es importante para los alumnos de comercio exterior estar involucrados en este tipo de investigaciones, ya que en la actualidad se requiere de formación de profesionales con características competitivas para insertarse en un mercado laboral en el cual en todo momento se ejerce la investigación.

Nuevamente, extiendo un gran reconocimiento a estos colegas investigadores por su esfuerzo y dedicación, por reforzar la noble labor de la educación, así como por su compromiso de terminar esta obra literaria que ayudará no solo a la comunidad universitaria, sino a todo aquel que esté interesado en estas temáticas; reitero mi agradecimiento por permitirme la lectura y la ocasión de presentar este libro.

Finalmente, dejo un pensamiento de Paulo Freire, experto brasileño en educación del siglo XX: *“La educación no cambia el mundo, cambia a las personas que van a cambiar el mundo.”*

# Introducción

Yolanda Sánchez Torres  
Amada Hidalgo Gallardo  
Patricia Elena Hernández Valdés

El principio económico de la escasez, donde se tiene recursos limitados frente a necesidades ilimitadas, sin duda explica el surgimiento de todas y cada una de las actividades económicas del hombre. El comercio es una de las más antiguas, solo después de la agricultura, cuando el hombre comienza a vivir en sociedad, intercambiando los excedentes de la producción —como parte de la especialización— con la finalidad de satisfacer una necesidad más que generar una ganancia. En la actualidad, este principio ya no es el que prevalece, del simplismo comercial del trueque se ha pasado a una estructura comercial mundial compleja.

La ventaja absoluta y comparativa como fundamento teórico del comercio internacional no puede dar cuenta de lo que acontece actualmente en el mercado mundial. El principio de la productividad basado en la eficiencia de los recursos, transferible a través del intercambio comercial entre países, que provea un mayor nivel de bienestar de la población, es muy cuestionable cuando se observa una desigualdad tan abismal entre naciones. A pesar de ello, el *comercio exterior* ha posibilitado una mayor *productividad y competitividad* entre las unidades productivas al ampliar el universo del espectro de la totalidad a escala mundial.

La historia muestra que, en esta dinámica de participación, como en todo, han existido ganadores y perdedores, ampliando la senda de diferenciación entre los denominados países de primer mundo o desarrollo versus aquellos llamados subdesarrollados, tercermundistas o en vías de desarrollo. Desafortunadamente, en materia de comercio exterior, la experiencia, para los países en vías de desarrollo —de los cuales forma parte México—, no ha sido muy satisfactoria por los términos de intercambio con sesgo en precios hacia los productos industrializados de alto valor agregado.

Bajo esta perspectiva, el Programa Educativo en Comercio Exterior (PECE) tiene el compromiso de formar profesionistas integrales que, con su espíritu emprendedor, responsabilidad, honestidad y respeto, contribuyan al desarrollo del estado y del país a

través de sus relaciones comerciales con el exterior. Por lo anterior, la línea de investigación “Geopolítica y comercio exterior” —perteneciente a este programa educativo en Comercio Exterior— elaboró el presente libro, *El comercio exterior como generador de productividad y competitividad: de lo glocal a lo global*, buscando aportar lineamientos estructurales que generen espacios en favor del comercio internacional, partiendo del aprovechamiento de los recursos locales (materiales, humanos, tecnológicos, financieros, entre otros), con la finalidad de posicionarlos en el mercado externo, cumpliendo con la normatividad y la optimización de estrategias logísticas y de negocios que permitan satisfacer las necesidades de consumo de la sociedad global.

La disertación del presente documento gira en torno al *comercio exterior* como un *generador de productividad, competitividad y sustentabilidad* de las unidades productivas, partiendo de las potencialidades internas de cada país que le permitan una mayor y asertiva inserción en el mercado mundial. Lo anterior, con una visión interna hacia la globalidad, informalmente denominado *de lo glocal a lo global*, donde cada lugar es, al mismo tiempo, objeto de una razón global y de una razón local que conviven dialécticamente en forma contradictoria (Santos, 2000).

El libro se divide en siete capítulos. El primero de ellos justamente obedece a una particularidad fundamental en materia de comercio exterior como lo es la parte normativa a través de los organismos internacionales. Desde la Antigua Mesopotamia se desarrolla el primer documento normativo de la vida cotidiana con el código Hammurabi —donde la actividad comercial es un quehacer central—, el cual establece una serie de reglamentos que permiten mantener la armonía en esta sociedad.

Hoy día, esta normatividad en materia de comercio exterior es cada vez más compleja y, en este sentido, los Organismos Internacionales Gubernamentales (OIG) resultan ser un elemento fundamental que permea la constante confrontación entre libre mercado y el proteccionismo y, a su vez, posibilita la cooperación internacional, inversión, transferencia de tecnología, capacitación técnica, entre otras.

En este capítulo se presenta un análisis sobre las diversas conferencias multilaterales que se ciernen en propositivas para el comercio exterior mediante el enfoque de los Estados y OIG cimentado en políticas comerciales internacionales. Este análisis contribuye a la Teoría de la Interdependencia Compleja de Keohane y Nye con una metodología descriptiva analítica cualitativa, principalmente analizando los documentos generados por las OIG y otros autores. Los resultados que se obtienen de este estudio son que, a pesar de la contribución de los OIG, la aceleración económica mundial rebaza a los

mecanismos aplicados, sin embargo, existen posibilidades de control vía la voluntad de los Estados para anclar las políticas internacionales en sus políticas nacionales.

El punto central del análisis del segundo capítulo se focaliza en el capital intelectual como un elemento fundamental para la competitividad internacional de las empresas, sobre todo para aquellos países en donde, justamente, este representa una ventaja competitiva muy importante. A nivel mundial es una nueva tendencia que revela el comportamiento humano en la nueva administración: de acuerdo con estrategias y toma de decisiones, las entidades podrán posicionarse en un mercado competitivo como lo ofrecen los esquemas de las denominadas sociedades milenio. El autor concluye señalando que el capital intelectual debe ser un elemento humano contable como parte de la información financiera de la empresa que revele su verdadero valor.

El capítulo tres tiene una relación directa con el anterior, ya que, de igual manera, hace alusión al capital intelectual a través del emprendimiento como una estrategia virtuosa para la internacionalización de las mipymes que genere fuentes de empleo y bienestar social. Partiendo del emprendimiento como una tendencia global, resulta interesante analizar lo que acontece en México con las micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales, una vez consolidadas con el uso de buenas prácticas en el mercado local, vislumbran en los mercados internacionales una oportunidad de crecimiento y desarrollo sustentables. El autor presenta un análisis teórico conceptual referido al emprendimiento, su proceso de internacionalización y el soporte institucional que se tiene particularmente para México.

Los siguientes dos capítulos abonan la discusión de la perspectiva del desarrollo local hacia lo global, destacando la argumentación teórica del desarrollo endógeno y la competitividad sistémica no como una postura contradictoria hacia lo global, sino, más bien, con una estructuración de pensamiento y acción no convencional ancladas a una realidad estructural —como en este caso para las pymes de México—.

El primer bloque de estos dos capítulos, que correspondería al capítulo cuatro, tiene la finalidad de mostrar la importancia del desarrollo local como un mecanismo que permita incrementar los potenciales productivos que lleven a un incremento de los niveles de exportación de los diferentes sectores de la economía. El autor no trata de negar la importancia del mercado externo, por el contrario, destaca la importancia de proponer un modelo de desarrollo adecuado a nuestra realidad, el cual ofrezca cambios que modifiquen la base productiva y permitan un crecimiento del producto interno que depare en menores disparidades regionales y desigualdades sociales.

Bajo esta misma perspectiva, en el capítulo cinco se analiza la problemática que enfrentan las pymes de México para su incursión en el mercado internacional. En primera instancia se hace una revisión teórica sobre los conceptos de desarrollo y la competitividad de las empresas desde lo local hacia lo global. Se continúa con un análisis estadístico de la posición particular de las empresas en México y la tipología de la incidencia de estas en los mercados internacionales. Finalmente, se presentan algunas propuestas para la tipología de estas empresas con visión global, destacando una serie de elementos importantes como la territorialidad, innovación, sustentabilidad, redes sistémicas, procesos participativos, entre otros, llegando a definir el concepto de una propuesta metodológica asequible de considerar de lo glocal a lo global.

Los último dos capítulos refieren al análisis de dos estudios de caso en materia de comercio exterior. El primero con un enfoque de mercado y el segundo como producto estratégico.

En el capítulo seis, que presenta el enfoque de mercado hacia Japón en el marco del Acuerdo para el Fortalecimiento de Asociación Económica, se hace un análisis sobre la evolución de las exportaciones mexicanas hacia Japón a partir de la firma del tratado (2005-2015), mostrando los beneficios que ha tenido el comercio exterior de México a partir de este acuerdo comercial; además, se reconoce al mercado japonés como una oportunidad de diversificación comercial importante para nuestro país.

Finalmente, en el último capítulo (siete) se presenta una propuesta hipotética para establecer una alianza de cooperación entre países latinoamericanos en materia de recursos naturales estratégicos, denominada ALPLA, y con ello generar las condiciones de competencia en el mercado internacional, revirtiendo la dependencia establecida por el mercado tradicional, ventajoso y contrario al desarrollo de las economías regionales. Para esto, se hace una descripción de la disponibilidad de recursos carboníferos en Colombia y México y la propuesta de generar una alianza como contrapeso a la hegemonía de los Estados Unidos (EUA).

En el presente libro también se encontrarán las referencias bibliográficas que formaron parte de cada uno de los capítulos, así como una breve semblanza y datos de los autores de los mismos, de tal forma que se pueda tener el seguimiento tanto de las temáticas como de la autoría. Cabe mencionar que el libro ha sido financiado con recursos del Programa para el Fortalecimiento de la Calidad Educativa (PFCE-2016), por lo que se espera que las aportaciones de cada uno de los autores de los capítulos del libro sean de interés para el lector y contribuyan a mejorar el entendimiento sobre el papel que desempeña el comercio

exterior en cuanto a la generación de productividad, competitividad y sustentabilidad de las empresas en el mercado mundial partiendo de lo local.

Varios autores sostienen la tesis de que los factores que impulsan la globalización tienen una base territorial, como el comercio internacional de bienes y servicios, por lo que no hay fórmulas únicas para alcanzar el desarrollo. Se trata, más bien, de construir socialmente la región que se quiere, rompiendo con los circuitos de la globalización excluyente. Toda sociedad tiene el derecho a discutir su destino, a discutir adonde quiere llegar y a través de qué medios lograrlo (Acosta y Fander, 2005; Moncayo 2002).

## **Bibliografía**

- Acosta, A. & Fander, F. (2005). *Asedios a lo imposible. Propuestas económicas en construcción*, FLACSO, Friedrich, Quito.
- Moncayo J., Edgard, (2002). Glocalización: nuevos enfoques teóricos sobre el desarrollo regional (sub nacional) en el contexto de la integración económica y de la globalización. *Desafíos*. (7: 50-99, [En línea], disponible en: <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/desafios/article/view/1481/1342>.
- Santos, B. de S. (1998). Participatory Budgeting in Porto Alegre: Toward a Redistributive Democracy. In *Politics & Society*. 26 (4: 461-510).



# LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES Y SU CONTRIBUCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR

---

*Amada Hidalgo Gallardo  
Ruth Leticia Hidalgo Gallardo  
Edgar Esaul Vite Gómez*

Colaboradores:

*Alessandra Cruz Bravo  
Luis Fernando Pazarán López<sup>1</sup>*

*Sofía Elizabeth Ávila Hidalgo<sup>2</sup>*

## Introducción

Los movimientos económicos internacionales del siglo XXI han desajustado a la comunidad internacional respecto a la conceptualización y aplicación del comercio exterior. Sin duda alguna, la regionalización y globalización han llevado a los Estados a una competitividad y aceleración económica sin precedentes, por lo que, en la actualidad, puede sondearse la capacidad del libre comercio contra el proteccionismo de no existir medidas o mecanismos que controlen la desregulación del mismo.

Por lo anterior, es relevante la participación de los Organismos Internacionales Gubernamentales como un medio para lograr estructuras y estrategias que permitan una interconexión con los Estados en la cooperación internacional, inversión, transferencia de tecnología, capacitación técnica y demás elementos necesarios para lograr un equilibrio económico mundial. En este planteamiento, este trabajo permite analizar las diversas políticas encomiables de solo algunos organismos que están enlazados con el comercio internacional.

---

1 Alumnos en formación del Área Académica de Comercio Exterior del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

2 Alumna externa maestrante.

De tal forma, se observan los indicativos de la ONU en sus diversas reuniones ministeriales, tales como las Rondas de Río y Uruguay, básicas en la plataforma del comercio internacional, de aquí que se desprendan las Reuniones Doha. En otro aspecto, la ONU pone en marcha los Objetivos de Desarrollo Sostenible como una alternativa más para que los Estados puedan ejecutar un comercio internacional de acuerdo con las normativas internacionales de sostenibilidad.

Igualmente ha sido apropiado revisar los lineamientos de la OCDE como parte conveniente para relacionar la cooperación y el desarrollo económico de los Estados, así como su reflejo a nivel mundial; es adecuado también revisar sus perspectivas de cara al 2030 y sucesivo. Asimismo, se contempla la intervención de los Estados en una forma particular como el G-20, agrupación que se ha formado con el deseo firme de encontrar las estrategias y mecanismos que otorguen estabilidad económica mundial.

Es indudable que uno de los organismos en cuestión es la OMC al que le antecede el GATT, ambos con principios rectores y normativos del comercio internacional, con objetivos claros sobre el libre comercio, competitividad y cooperación, pero que al mismo tiempo han tenido una ardua tarea en mantenerse a la vanguardia y ser guías durante el proceso de globalización.

Sabido es que los procesos de regionalización y globalización han favorecido a las políticas comerciales, dinámicas que originaron controversias respecto a la competitividad en los mercados, de aquí que los autores coincidan en sus apreciaciones en relación con la liberalización de las economías de los Estados, cambios estructurales de organismos, economías globales intersectoriales y cadenas globales productivas; en todo ello se trabaja actualmente, pero, dada la interdependencia compleja, puede ser que sigan resultando incompatibles las medidas y mecanismos para lograr un equilibrio económico mundial.

## **Desarrollo del tema**

El derecho internacional (DI), tanto público como privado, juega un papel relevante para la comunidad internacional (CI). La jurisdicción de los Estados, la cual incluye a su sociedad, implica responsabilidad y obligación en todos los actos que del Estado se deriven, en tal forma que se refleje un orden jurídico internacional. Esta normativa es relevante y trascendental ya que toda la CI está bajo este amparo.

Hacia mediados del siglo XX, y derivado de las grandes conflagraciones mundiales, surge la idea de crear una instancia mediadora para dirimir las diferencias entre Estados, de aquí que nazca la figura

de las Organizaciones Internacionales Gubernamentales (OIG). Siendo los Estados entes de jurisdicción internacional —por consiguiente, las OIG también se colocan en esta línea de sujeción regulatoria—, todas las acciones que de ellos se deriven están cubiertas en aplicabilidad de jurisdicción.

Una vez que se construye esta plataforma, la CI consensua con la finalidad de buscar estrategias para resolver las controversias entre los Estados; disputas que se enmarcaban en aspectos político-económicos y sociales al igual que un desequilibrio norte-sur. Ante este panorama, se propone girar hacia la libertad de comercio; con esta medida se pretendía lograr un equilibrio entre norte-sur, esto es, aplicando una serie de políticas comerciales que logran el crecimiento y desarrollo de los Estados.

A partir de este momento, se inicia un proceso de aceleración económica con lo cual se visten de grandeza las OIG, ya que son los mecanismos con los que se ejecutan las políticas. Ante esta óptica mundial —y reconociendo que no solo la ONU, como primer eje, puede solucionar todos los problemas—, se estructuran entonces las organizaciones de tipo general, regional y especializadas de tal forma que apoyen a la ONU en abarcar todas las regiones dando resolución a las diversas problemáticas. Es así como nacen el BM-FMI y las organizaciones para África, América y Asia

con sus respectivas organizaciones de tipo económico.

Relacionando la aceleración económica, la estructura organizacional y la necesidad de regular las prácticas comerciales se crea una organización de tipo específico, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT-1947), que tratará con los asuntos del comercio y de la desgravación de aranceles. La CI buscaba la opción de llevarlo a un organismo internacional, sin embargo, su trabajo inicio como un “código de buena conducta” que generó resultados en la reducción de aranceles.

Bloch (1999) comenta que la progresiva reducción de aranceles contra el proteccionismo ha sido de los mayores logros de la OMC, por lo que el comercio puede ejecutarse de una forma multilateral, evidentemente, como parte de la herencia del GATT en cláusula de la nación más favorecida (NMF). Es evidente que la jurisdicción del libre comercio está sustentada en la OMC bajo la solución de diferentes cuestiones en la resolución de litigios comerciales internacionales.

## **1.1 La Ronda de Río y el Programa 21**

---

Evidentemente se traza una línea de libre comercio acelerado que, si bien trajo consigo la competitividad de mercados, también

incursionó en la creación de bloques —tal es el caso de los inicios de la UE, otros en Asia, en América y comenzaban en África—, esto dio como resultado la regionalización seguida de los indicios de una tendencia a la globalización. Por lo tanto, se le considera a esta época de los noventas de integración económica con la finalidad de inducir a los países no desarrollados al crecimiento y desarrollo bajo las posibilidades de entrar en los grandes.

Igualmente, y derivadas de la complejidad de la década, se observan complicaciones entre la relación comercial acelerada y los nuevos fenómenos que se experimentan en alto grado de avance, por ejemplo, el deterioro medioambiental, que ya se presentaba como una problemática a resolver por parte de la CI. Es un hecho que estos desajustes en el planeta forman parte de los asuntos internacionales a solucionar por parte de las OIG/Estados con el fin de buscar alternativas para conjugar el comercio sin dañar el medio ambiente.

Por la emergencia de dar respuesta a este asunto, la ONU convoca a una reunión ministerial con vista hacia un nuevo milenio con políticas internacionales aplicables para enfrentar los nuevos retos. Cabe destacar que el panorama internacional de la época está marcado por la separación de la antigua URSS y la integración del bloque alemán, por lo que se denota una complicación estructural internacional.

Sin embargo, la reunión ministerial, denominada también Programa 21, es fuente importante que determina las relaciones entre desarrollo y medio ambiente. Para lograr esta intersección, es conveniente reflejarla en una cooperación internacional política y económica que compete a toda la sociedad internacional, inclusive los Gobiernos. Con esta sensibilidad, la reunión se denomina emblemática en una perspectiva de ser equilibrada para todos los países con objetivos de desarrollo sustentable compatible, seguro, no discriminatorio; mediante la aplicación de las ventajas comparativas, en beneficio para todos, en servicio a una producción global (Ronda Río, 1992).

Indudablemente, el ejercicio y las disposiciones del comercio buscan que los acuerdos multilaterales sean acuñados con normativas específicas para el medio ambiente; de igual forma se enfatiza en reforzar la cooperación internacional como una clave para alcanzar los objetivos planteados en la ONU. Evidentemente, se hace el llamado a la industria —sobre todo a las empresas transnacionales— para reconocer, en sus prioridades, la ordenación medioambiental como factor en el desarrollo sostenible.

Por otra parte, se hace alusión a la implicación de que las políticas internacionales se han vertido hacia un ordenamiento y equilibrio internacional,

aportando medidas y mecanismos para que los países en desarrollo (PED) construyan sus políticas internas con miras al crecimiento y desarrollo. Sin embargo, los PED no han alcanzado las metas trazadas, de tal forma que, en el marco de esta reunión, se insiste en que las OIG deben concretar la transferencia de tecnología, capacitación técnica y el apoyo para los PED; sobre todo observando a las pequeñas y medianas empresas respecto de los requisitos tecnológicos y administrativos dirigidos a un desarrollo sostenible.

Vislumbrando los trabajos que la OMC tenía previstos en su octava reunión sobre aranceles y liberalización, la Ronda de Río contempla que en Uruguay se concreten las negociaciones comerciales multilaterales con resultados para expandir el comercio mundial, en el cual se involucren los PED con posibilidades en el comercio y desarrollo, con seguridad y previsibilidad, al sistema comercial internacional.

## **1.2 La Ronda de Uruguay y la OMC**

---

Los inicios del GATT fueron muy lucidos, derivado de su gran aceptación por ser un regulador en conducta comercial de tal forma que se tuviera acceso a los países con la eliminación de aranceles; esto sirvió para el crecimiento del comercio. Sin embargo, a partir de los setentas se

percibe un decaimiento de la credibilidad del GATT por subvenciones en algunos sectores, la protección de mercados, así como por el comportamiento del comercio internacional debido a las transformaciones a nivel mundial.

Esta ronda, generada por el GATT de manera multilateral, significa un espacio para tratar de encontrar solución a toda la problemática que se suscitaba en los mercados, de tal forma que los países miembros integraran alternativas, regulaciones y mecanismos para dar seguimiento a las relaciones económicas internacionales. En esta conferencia se observa el cambio estructural de un comercio con prácticas tradicionales hacia uno vanguardista que, de acuerdo con las transformaciones globales, contempla aspectos de tecnología, inversiones, derecho de propiedad intelectual, servicios, monetarios y financieros y de cooperación internacional (Bancamex, 1994).

Como consecuencia de los temas que se tratan, la dirección que adquieren y las perspectivas que asumen los países, la Ronda de Uruguay toma un giro trascendental en la estructura económica internacional, específicamente expresado en su acta final, denominada Informe Dunkel, la cual contiene compromisos que lideran las acciones multilaterales: principalmente tratan de recabar los instrumentos de negociación, aprobación y aceptación por

todos los integrantes. En este documento se asienta la aceptación de establecer la Organización Multilateral del Comercio y la aplicación definitiva del GATT.

Como resultado de la gran aceleración económica, el código de conducta rebasó al proceso mundial y es entonces que en 1995 se convierte en un organismo internacional, tomando el nombre de Organización Mundial del Comercio (OMC), y para 1999 ya había consolidado su estatus internacionalmente.

Otros aspectos relevantes dimanados de la Ronda corresponden al establecimiento del ámbito de aplicación, así como de desarrollo del marco institucional común para el fortalecimiento de las relaciones comerciales. Se subrayan muy puntualmente las funciones de: administrar y operar el funcionamiento del acuerdo, habilitarlo como foro multilateral donde se debatan las diversas temáticas, establecer el Mecanismo de Examen de las Políticas Comerciales, colaborar con el FMI.

### **1.3 La ONU y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**

---

Como se ha venido disertando en apartados anteriores, la preocupación de la CI se vuelca en enfrentar los retos del milenio, mismos que se vislumbran en diversas temáticas, como parte resultante de la aceleración económica. En todo caso, es

inminente para la ONU generar los espacios para debatir las estrategias a seguir, pero también consensar con OIG especializadas —en tal caso, con la Organización Mundial del Comercio (OMC)— sobre el rumbo que deben tomar para conseguir los objetivos trazados.

Lo anterior, el consensar con los Estados, la forma de llegar a generar medidas o mecanismos con los cuales se pueda controlar la liberalización económica, impulsar a los PED en su crecimiento, fomentar en los Estados la constitución de políticas internas ligadas a las internacionales, promover un comercio sustentable, así como estar a la vanguardia ante todo este modelo globalizador incesante, desbordante y agobiante para toda la CI, resulta en todo un reto para las OIG.

Nuevamente la ONU, en iniciativa de conferencia multilateral, promueve los trabajos —aprobados por todos los miembros como parte de la Agenda 2030— relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Un punto principal por tratar es la integración de los PED en los mercados regionales y mundiales, con lo cual se espera luchar contra la pobreza y reactivar el crecimiento a través de mecanismos incluyentes.

De acuerdo con la ONU (2015), los mecanismos que se concluyen dentro de los ODS van dirigidos hacia: enlazar en

desarrollo a los PED y los países menos adelantados (PMA), respeto a trato especial y diferenciado, aumento de las exportaciones y libre comercio duradero, normas de origen para las importaciones de los PMA. Por otra parte, y de acuerdo con la Agenda 2030, se impulsa el crecimiento económico inclusivo, la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible mediante una verdadera liberalización de comercio que ayude a maximizar el mismo como se instaura en esta Agenda para el Desarrollo Sostenible.

Alrededor de los ODS se encuentra un objetivo que afecta directamente a la OMC: la alianza mundial para el desarrollo, con facultades propias para que sea permanente y alentada en todo tiempo con acciones que conlleven al equilibrio internacional.

Por otra parte, la OMC(2015) indica que, para este motor económico, las reuniones Doha son un vehículo para concretar estrategias perdurables para consolidar la alianza mundial, reconociendo que el sistema multilateral del comercio ayudará a los PED a alcanzar el desarrollo previsto. Asimismo, enfoca al comercio en la vía para producir crecimiento económico real, abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio; esto compete directamente a la OMC: regular el comercio, reducir obstáculos a mercados y lograr la equidad de condiciones para todos sus miembros.

A este respecto, Bianchi et al. (2013) enmarcan las cadenas globales como un medio de transformación de flujo de bienes y servicio, seguido del formato de normatividad de producción para las cadenas de producción, con el cual se evite una ruptura en la gobernanza global del comercio internacional. Con esta propuesta hacen notar la necesidad de una OMC 2.0, por los retos a los que se enfrenta con los continuos cambios en la globalización, además de mantener a la organización a la vanguardia. El resultado, los autores sugieren tener dos organizaciones que reunifiquen la gobernanza del comercio internacional: la actual OMC (1.0) y la OMC (2.0), enfocada a cadenas globales de producción.

En relación con lo anterior, tanto la ONU como la OMC se involucran en proporcionar alternativas que lleven a normar el comercio con la constante regulación de actividades, inserción de cláusulas en acuerdos y tratados multilaterales relevantes en temáticas del comercio y otros aspectos que conciernen a negociaciones entre la OMC y los Estados; por ello mismo se establecen las reuniones Doha, espacio donde se pueden debatir las perspectivas de los Estados en una interdependencia compleja.

## 1.4 La OMC y las Rondas Doha

---

Las reuniones ministeriales denominadas Doha iniciaron en Qatar en 2001 instituidas para enfrentar comercialmente los retos del milenio. Estas reuniones se han celebrado en diferentes lugares y, por lo regular, anualmente.<sup>3</sup> Las temáticas de las rondas son acerca de aranceles, libre mercado, competitividad y regionalismos, entre otros, aunque hay algunas reuniones en donde se han debatido temas específicos como en Suiza (2008-2012), sobre los aspectos agrícolas, y la de Bali (2013), referente al petróleo.

Refiriendo a Polanyi (1944), la cooperación internacional es un punto clave de apalancamiento para los mercados mundiales. La OMC (2011), por su parte, indica que la apertura de comercio, bajo todas sus estructuras, ha reportado una reducción de aranceles aplicados. Igualmente, manifiesta que el resultado de las reuniones de Nairobi y Bali fue la aprobación del “Paquete de Bali”, con lo que se espera incrementar las exportaciones mundiales por 1 billón de USD anuales, por la reducción de tiempos de tránsito, y minimizar costos en 15% (OMC, 2016).

---

3 Reuniones Doha: la relación de estas reuniones se inicia en 2001-Qatar, 2003-México, 2004-Suiza, 2005-Hong Kong, 2006-2007 varias reuniones en Suiza, 2008-2009 varias reuniones sobre aspectos agrícolas en Suiza, 2012-Qatar, 2013 se logra el “Paquete de Bali” en Bali, 2014, se debate sobre aspectos del petróleo en Qatar 2016, 2017-Buenos Aires.

De acuerdo con VanGrasstek (2013), comenta que para Baldwin la postura de la OMC ha sido débil ante el nuevo milenio, ya que debe concretar mecanismos de acuerdos comerciales profundos, inversión y reformas en países no desarrollados que sirvan para enfrentar los regionalismos. Las Rondas Doha tienen su relevancia ya que se reúne a todos los miembros de la OMC, sobre todo a los principales, pero estos no han llegado a consolidar los mecanismos para una competitividad equilibrada, la interconexión entre las cadenas globales y la gobernanza comercial del siglo XXI.

Igualmente, la tarea de la OMC implica conformar acuerdos comerciales regionales con los países productivos como Estados Unidos, Japón, Canadá y la Unión Europea, quienes ya tienen específicos modelos para las disciplinas que se tengan que abordar, por ello, las Rondas Doha continuarán congregándose, puesto que las economías fuertes tienen un lugar importante en la toma de decisión.

En este escenario y considerando que, los acuerdos que en la actualidad se están pactando giran en términos mega-regionales y mega-bilaterales que además avanzan precipitadamente en cadenas globales de producción, luego entonces se requiere de una OMC que gobierne el comercio y funcionamiento de tales cadenas, contemplando que el ritmo global supera a cualquier expectativa y que la

OMC tiene que preponderar acciones para estar a la vanguardia.

## **1.5 La OMC y su relación con la OCDE**

---

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es un organismo que refiere al crecimiento y desarrollo y al cual le compete hoy en día tanto motivar en el avance de tecnologías, en consecuencia a fortalecer el capital humano, aspectos relevantes que van entrelazados con el comercio.

En la actualidad, la OCDE considera que el libre comercio se ve amenazado como consecuencia de la creciente globalización; el mundo requiere de servicios e inversión, por lo que sugiere concentrar los modos de producción donde son competitivos y, por ende, donde tienen beneficios, ya que el comercio fomenta mejoras tecnológicas y una mayor productividad; de aquí que el acceso a mercados se consiga mediante negociaciones multilaterales.

Lo anterior lleva a que los Estados también detecten su competitividad para acceder a los mercados y generen las políticas nacionales convenientes para poder estructurar un comercio con normatividad adecuada, de tal forma que les facilite su intervención en los regionalismos/globalización y evite el rezago en esta sensibilidad de comercialización.

Por otra parte, el Comité de Comercio de la OCDE busca las estrategias para reforzar la liberalización continua, efectúa encuestas públicas para conocer las temáticas que preocupan respecto a negociaciones en rubros como servicios, facilitación del comercio y evaluación de impacto. Los resultados de este análisis son vinculados a la OMC para considerar las medidas y mecanismos que atiendan a las observaciones.

El trabajo de la OCDE es arduo, ya que consiste en la aplicación de exámenes de políticas públicas de los Estados que reflejen si se atienden las observaciones, los parámetros de avance y lo que el Estado no puede realizar. De aquí que se deriven aspectos como la cooperación internacional, transferencia de tecnología y capacitación técnica, con la finalidad de guiar a los países en desarrollo y menos avanzados a un equilibrio económico internacional.

La Secretaría de la OMC, por lo demás, está estrechamente relacionada con sus miembros debido a la intervención de la cooperación internacional dirigida principalmente hacia el sector primario en rubros como la subvención de la agricultura y pesca. Estos rubros son de gran relevancia para los Estados, ya que son vinculantes para la seguridad alimentaria, por lo tanto, deben ser analizados de acuerdo con los informes de los exámenes

de políticas comerciales; de estos resultados dependen las negociaciones multilaterales (OMC, 2013).

Asimismo, asevera que la reducción en regulaciones promueve el crecimiento de la productividad, inversiones, empleo e innovación, por lo que el estancar esa reducción inhibe el desempeño económico y desarrollo. Así pues, es inminente que en la aplicación de las políticas públicas se debe ser cauto y evaluar los efectos que se causen en la competencia —ya que las regulaciones pueden afectarla—, en tanto que los Gobiernos deben de producir leyes y regulaciones procompetencia, pero también los mecanismos de evaluación.

## 1.6 La proyección del G-20

---

El Grupo de los 20<sup>4</sup> no es un organismo internacional, ya que carece de estructura organizacional, pero es una asociación

4 La historia y composición: desde 1999 fue establecida esta asociación, que inició con los principales, es decir, G-7: Alemania, Canadá, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón y Reino Unido. Más tarde se unió Rusia, entonces ya fue G-8. Luego se le denominó G8+5 o G13 porque entraron Brasil, China, India, México y Sudáfrica. Esto es, se adhirieron los países recientemente industrializados o llamados también emergentes. A partir del 2009 este grupo del G-13 es desplazado por el G-20, ya que se incluyen otros países como Arabia Saudita, Argentina, Australia, Corea del Sur, Indonesia, Turquía y la UE. Las reuniones de este grupo se han llevado a cabo anualmente a partir de su creación (1999) y en diversos lugares; la presidencia actualmente la lleva Alemania.

que abriga a las economías principales y emergentes a nivel mundial. De igual forma, es considerado como el primer foro económico de cooperación internacional para atender todos los requerimientos de la gobernanza global, observando las políticas implementadas a nivel nacional por los Estados. En esta asociación se reúnen los ministros financieros y los gobernadores de bancos centrales con el objetivo de observar las crisis financieras de Asia, Latinoamérica y África.

Por ello, es importante considerar las observaciones que este grupo efectúa en relación al apoyo y apertura que han otorgado las OIG, pero existen aún inquietudes de respuesta por los Estados respecto a la competitividad y sus acciones en incluirse en los mega acuerdos comerciales internacionales.

Si bien es cierto que este grupo inició con las economías industrializadas, ha sido necesario incluir a las emergentes debido a la vertiginosa producción-industrialización-comercialización que se experimenta actualmente, acción que deja a algunos Estados de lado, puesto que no es posible lograr avances representativos, lo que significa una limitante para consensar.

De acuerdo con Mahihold *et al*(2016), en el anexo 1 indican una tabla con la evolución sistémica reciente de las economías, en ella se puede verificar que las economías de Alemania, China, Estados Unidos, Japón y

Unión Europea (UE) tienen un alto valor en PIB. Referente al comercio exterior, las economías con alto valor son Alemania, China, Estados Unidos, Reino Unido, Japón y UE; por otra parte, en Inversión Extranjera Directa (IED), las economías con mayor participación son Alemania, Australia, Canadá, China, Estados Unidos, Francia, Reino Unido y la UE.

Respecto de estos indicadores, se puede contemplar que las potencias son las que tienen una mayor participación en la economía mundial, por lo tanto, sigue correspondiendo a un desequilibrio económico; los países emergentes requieren de cooperación internacional así como los menos desarrollados. Existe un rubro importante que se practica entre los países industrializados y los de rápida industrialización: *el comercio intersectorial*, sin embargo, las economías en desarrollo y las menos desarrolladas son las que cuentan con recursos naturales, pero su presencia es muy baja en este tipo de intercambios comerciales.

Por lo anterior, el G-20 tiene un gran reto y liderazgo para lograr un crecimiento global equilibrado, aunado a la aplicación de sustentabilidad; por tales aspectos, en sus reuniones debe aspirar a concretar medidas y mecanismos preventivos en crisis económicas, financieras y de interdependencia compleja.

Cada Estado contrae la responsabilidad de aplicar políticas nacionales relacionadas con estándares financieros asumidos en un marco internacional para poder controlar la inestabilidad y crisis financieras globalizadas, ello puede consolidarse mediante el fortalecimiento de la cooperación.

## Conclusiones

Sin duda alguna, la creación de los organismos internacionales ha sido un acierto de la CI como una estrategia para dirimir los dilemas entre los Estados. Esta representatividad ha tenido que recurrir a la generación de otros organismos, tanto regionales como especializados, para poder lograr los objetivos de mediador, promotor y creador de estrategias con el fin de dar una guía a los Estados sobre las diversas temáticas que se desarrollan en la arena internacional.

A través de este análisis, se puede observar que, a pesar de que los organismos han propiciado la plataforma internacional para llegar a acuerdos que provean las directrices para controlar la liberalización económica, la dinámica de acciones de las economías ha superado la implementación de las negociaciones. De aquí que algunos autores dirijan sus debates hacia que los organismos, tal es caso de la OMC, permanezcan a la vanguardia en la comercialización de bienes, servicios y de

otras temáticas alrededor del rubro, con lo cual no queden superados por un ambiente económico sobrepasado.

Los escenarios que se analizaron han demarcado que no solo se trata de cuestiones administrativas o de normatividad, sino, más bien, de voluntad de cada Estado por ejercer las condiciones pactadas, tales como: la anuencia de las potencias para aportar mayor cooperación en inversión, transferencia de tecnología, capacitación técnica, regulación arancelaria, entre otros; mientras que para los PED y PMA queda ajustar sus políticas nacionales de acuerdo con marcos internacionales.

La conciliación de estas dos vertientes entre potencias y no industrializados, puede apresurar la modernización y reformas que se requieren para un equilibrio económico, así como para insertarse de manera equitativa en los mega proyectos de comercialización; finalmente, lo que se busca es una competitividad responsable de los Estados, aunque lleven marcada ya una interdependencia compleja.

## Acrónimos

BM: Banco Mundial

CI: Comunidad internacional

DIP: Derecho internacional público

FMI: Fondo Monetario Internacional

G-20: Asociación de Estados con economías industrializadas

GATT: Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio

NMF: Nación más favorecida

OIG: Organizaciones Internacionales Gubernamentales

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

ONU: Organización de las Naciones Unidas

OMC: Organización Mundial del Comercio

PED: Países en desarrollo

PIB: Producto interno bruto

PMA: Países menos adelantados

UE: Unión Europea

URSS: Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas

## Bibliografía

BANCOMEXT (1994). "El Acta Final de la Ronda de Uruguay", *Focus GATT. Boletín de Información*, núm. 104, Ginebra. Recuperado de [revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/360/16/RCE18.pdf](http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/360/16/RCE18.pdf) (documento consultado el 24 de noviembre de 2016).

Bianchi, E. & Szpak, C. (2013). *Cadenas globales de producción: implicancias para el comercio internacional y su gobernanza*, Flacso, Argentina. Recuperado de <http://flacso.org.ar/wp-content/uploads/2014/10/Cadenas-globales-de->

- producci%C3%B3n-FLA\_OMC\_18\_Cadenas.pdf (documento consultado el 24 de noviembre del 2016).
- Bloch, R. (1999). “El sistema de solución de diferencias de la Organización Mundial de Comercio (OMC)”, *Revista Doctrina Judicial*, año XVI, núm. 1, Buenos Aires, Argentina (documento consultado el 24 de noviembre del 2016).
- CE Comunidades Europeas Comisión Bruselas (1994). *Ronda Uruguay: acuerdo mundial-beneficios mundiales*, Comunidades Europeas, Bruselas, ISBN 92-826-7790-7. Disponible en [bookshop.europa.eu/.../ronda-uruguay.../CC8394143ESC\\_001.pdf](http://bookshop.europa.eu/.../ronda-uruguay.../CC8394143ESC_001.pdf) (documento consultado el 24 de noviembre del 2016).
- Departamento de Asuntos Económicos y Sociales - División de Desarrollo Sostenible “Programa 21”, sección I, cap. 2, “Cooperación Internacional para acelerar el desarrollo sostenible de los países en desarrollo y políticas internas conexas”. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agenda21spchapter2.htm> (documento consultado el 31 de octubre del 2016).
- Ferrando, A. (2014). *La Ronda Doha de la OMC. Bali 2013. El Acuerdo sobre Facilitación del Comercio*, Instituto de Estrategia Internacional. Recuperado de <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2014/13715.pdf> (documento consultado el 31 de octubre del 2016).
- Gurría, A. (2007). “Presentación del Paquete de Evaluación de Competencia”, 14 de junio de 2007, México, DF. Recuperado de <http://www.oecd.org/competition/lacompetencialaregladeljuego.htm> (documento consultado el 31 de octubre del 2016).
- Keohane, R. & Nye, J. (2009). *Interdependencia, Cooperación y Globalismos*, Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), México, pp. 6,470 documento consultado el 12 de septiembre del 2016).
- Lavopa, F. & Mango, F. (2014). “Doha: ¿mucho ruido y pocas nueces? Una explicación de por qué los países centrales deberían ceder para concluir la Ronda”, *Revista Argentina de Economía Internacional*, núm. 3, octubre de 2014. Recuperado de [http://www.cei.gov.ar/userfiles/nota1\\_2.pdf](http://www.cei.gov.ar/userfiles/nota1_2.pdf) (documento consultado el 28 de septiembre del 2016).
- Maihold, G. & Villamar, Z. (2016). “El G20 y los países emergentes”, *Foro internacional*, 56 (1), El Colegio de México, DF, pp. 165-211. Recuperado el 21 de mayo de 2017, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-013X2016000100165&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-013X2016000100165&lng=es&tlng=es) (documento consultado el 21 de mayo del 2017).
- Nudelsman, S. (2015). “De Washington a Antalya: el G20 en busca del

- rediseño de la arquitectura financiera internacional”, *Ciclos en la historia, la economía y la sociedad*, año 24, núm. 45, ISSN 2313-951X. Recuperado el 15 de mayo de 2017, de <http://digicodi.com.ar/index.php/ciclos/article/view/19/18> (documento consultado el 15 de mayo del 2017).
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OECD (2017). “Por qué es importante la apertura de los mercados... y por qué el proteccionismo no es la respuesta”. Recuperado de <http://www.oecd.org/trade/porqueesimportantelaaperturaadelosmercadosyporqueelproteccionismoeslarespuesta.htm> (documento consultado el 17 de marzo del 2017).
- *La OCDE. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos*, “Relaciones con los Medios de Comunicación”. Recuperado de <http://www.oecd.org/centrodemexico/46440894.pdf> (documento consultado el 17 de marzo del 2017).
- Organización Mundial del Comercio, OMC (2016). *Informe Anual 2016*, pp. 194. Recuperado de [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/anrep\\_s/anrep16\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/anrep16_s.pdf) (documento consultado el 18 de enero del 2017).
- (2013). “Tendencias Internacionales”, *Informe Mundial de Comercio*, pp. 68 (documento consultado el 18 de enero del 2017).
- “La OMC y los Objetivos de Desarrollo Sostenible”. Recuperado de [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/coher\\_s/sdgs\\_s/sdgs\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/coher_s/sdgs_s/sdgs_s.htm) (documento consultado el 18 de enero del 2017).
- Organización de las Naciones Unidas, ONU. “Programa 21”, sección III, cap. 3, “Fortalecimiento del papel del comercio y la industria”. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agenda21spchapter30.htm>. (documento consultado el 18 de enero del 2017).
- Polanyi, K. (1944). “La Gran Transformación: Crítica del liberalismo económico”. Ediciones Endymion, Madrid, España. Recuperado de [https://traficantes.net/sites/default/files/Polanyi,\\_Karl\\_-\\_La\\_gran\\_transformacion.pdf](https://traficantes.net/sites/default/files/Polanyi,_Karl_-_La_gran_transformacion.pdf) (documento consultado el 12 de septiembre del 2016).
- Pontificia Universidad Católica del Perú, IDEA-PUCP (1998). *Agenda 21- Desarrollo Sostenible: Un programa para la acción*, primera edición, Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú, ISBN 9972-42-116-3. Disponible en [books.google.es/books/about/Agenda\\_21.html?id=jB7XWv57IqWC](https://books.google.es/books/about/Agenda_21.html?id=jB7XWv57IqWC) (documento consultado el 13 de septiembre del 2016).

Ronda de Río (1992). “El Programa 21 vía la cooperación internacional para los países en desarrollo y políticas internas conexas”, sección I, punto 2; sección III, punto 30. Recuperado de [http://www.unesco.org/education/pdf/RIO\\_S.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/RIO_S.PDF) (documento consultado el 13 de septiembre del 2016).

VanGrasstek, C. (2013). “Historia y Futuro de la Organización Mundial del Comercio”, Ginebra, Suiza. Editorial OMC Recuperado de [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/historywto\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/historywto_s.pdf) (documento consultado el 13 de Septiembre del 2016).



<i>País (Economía)</i>	<i>Comercio exterior</i>											
	<i>Exportaciones de bienes y servicios comerciales</i>					<i>Importaciones de bienes y servicios comerciales</i>						
	1990	1995	2000	2005	2010	2013	1990	1995	2000	2005	2010	2013
Alemania	9.04	8.08	8.48	8.79	8.90	8.85	8.70	8.45	8.44	7.77	8.08	7.93
Arabia Saudita	...	...	...	1.44	...	...	...	...	...	0.64	...	...
Argentina	0.35	0.37	0.34	0.36	0.35	0.29	0.13	0.39	0.38	0.28	0.38	0.39
Australia	1.02	1.14	1.12	0.96	0.91	0.90	1.01	1.03	1.02	1.12	1.29	1.42
Brasil	0.81	0.86	0.82	1.03	0.94	0.89	0.70	1.26	0.96	0.79	1.34	1.41
Canadá	3.59	3.99	4.16	3.31	2.41	2.31	3.23	3.37	3.36	2.99	2.75	2.69
China	1.27	2.21	3.61	6.43	9.55	10.51	1.10	2.41	3.17	5.54	7.81	8.97
Corea del Sur	0.93	1.41	2.03	2.54	3.12	3.48	1.45	2.24	2.13	2.40	2.79	2.95
Estados Unidos	11.85	12.53	12.08	10.08	10.31	...	13.18	14.52	16.84	15.76	13.33	...
Francia	5.09	5.01	5.11	4.33	3.60	3.45	5.38	4.99	5.04	4.49	4.06	3.77
India	0.44	0.64	0.73	1.24	1.66	1.93	0.50	0.88	0.89	1.43	2.18	2.44
Indonesia	0.73	0.92	0.70	0.75	0.82	0.88	0.67	1.00	0.58	0.67	0.71	0.77
Italia	4.89	5.18	4.30	3.55	2.94	2.82	5.11	4.60	4.20	3.60	3.18	2.57
Japón	6.16	5.50	4.94	5.03	4.62	...	6.76	6.17	5.11	4.59	3.79	...
México	1.11	1.80	2.02	1.77	1.67	1.71	1.13	1.19	2.01	1.89	1.88	1.92
Reino Unido	5.60	5.49	5.07	4.75	4.13	3.90	5.61	5.20	5.41	5.31	4.47	4.12
Rusia	4.17	2.00	1.76	2.07	1.95	1.82	3.72	1.19	0.73	1.28	1.62	1.95
Sudáfrica	0.69	0.67	0.59	0.52	0.43	0.42	0.52	0.64	0.48	0.54	0.53	0.57
Turquía	0.56	0.64	0.75	0.81	0.75	0.84	0.61	0.69	0.82	0.95	0.92	0.98
Unión Europea	42.43	41.33	41.91	39.60	36.76	35.81	42.55	40.74	41.95	39.26	36.87	34.16
Total mundial	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*Inversión extranjera Directa*

<i>País (Economía)</i>	<i>Flujos de entrada</i>					
	<i>1990</i>	<i>1995</i>	<i>2000</i>	<i>2005</i>	<i>2010</i>	<i>2013</i>
Alemania	1.53	3.75	15.93	3.12	2.13	1.96
Arabia Saudita	0.95	-0.59	-0.14	0.90	1.91	0.56
Argentina	0.94	1.75	0.79	0.39	0.51	0.62
Australia	4.13	3.76	1.03	-1.87	2.39	2.97
Brasil	0.50	1.52	2.48	1.15	3.49	4.86
Canadá	3.86	2.91	5.01	1.93	1.87	4.06
China	1.78	11.21	2.91	8.30	17.85	20.91
Corea del Sur	0.40	0.56	0.70	1.02	0.62	0.73
Estados Unidos	24.70	18.07	24.35	10.32	16.96	14.18
Francia	6.72	7.42	3.21	6.63	2.55	0.39
India	0.12	0.67	0.27	0.54	1.79	1.69
Indonesia	0.56	1.36	-0.34	0.62	0.90	1.11
Italia	3.27	1.51	1.00	1.47	-0.35	0.79
Japón	0.91	0.01	0.62	0.32	0.07	0.22
México	1.30	2.98	1.37	1.84	1.53	2.30
Reino Unido	17.07	6.79	9.26	18.93	4.01	2.90
Rusia	...	0.65	0.21	0.16	2.82	4.25
Sudáfrica	-0.04	0.39	0.07	0.49	0.24	0.49
Turquía	0.35	0.28	0.07	0.75	0.59	0.77
Unión Europea	46.06	37.72	47.42	56.08	21.14	16.76
Total mundial	100	100	100	100	100	100

Fuente: elaboración de Maihold, G. & Villamar, Z. (2016) con datos del Banco Mundial, World Development Indicators (actualización al 1 de julio de 2015). Nota: las cifras de Rusia para 1990 son aquellas de la URSS. Las cifras históricas de la Unión Europea corresponden al actual número de Estados miembros, suponiendo que hubieran sido miembros en aquel momento.

# LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL ENGAZADA AL CAPITAL INTELECTUAL

---

*Ruth Leticia Hidalgo Gallardo*  
*Amada Hidalgo Gallardo*  
*Teresa de Jesús Vargas Vega*

Colaboradores:

*Mayra Hernández Jiménez*  
*Ayax Rodríguez Navia<sup>5</sup>*

## Introducción

El capital intelectual se ha convertido en uno de los factores estratégicos más importantes para cualquier empresa; el talento humano representa un valor incalculable para toda organización. De aquí que la motivación de las empresas preste mayor atención a este conjunto de activos intangibles y establezca métricas que permitan valorar y gestionar de manera cuidadosa esta parte esencial para cualquier organización (Great Place to Work, 2014).

Por otro lado, la disciplina de administración del recurso humano, la cual tiene sus raíces en la psicología organizacional, ha probado ser una práctica importante en la gestión de organizaciones. El rol de esta práctica ha resultado ser estratégico con el paso del tiempo, hoy en día, la actuación de los departamentos de administración de personal se ha vuelto indispensable en los negocios modernos del siglo XXI.

---

<sup>5</sup> Alumnos del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

A partir de la era industrial, la administración de recursos humanos solía asignar tareas, horarios, descripción de funciones y encuadre de categorías. Esta forma de administrar se sigue notando en la mayoría de las empresas, sin embargo, en la actualidad, derivado de la aceleración económica y globalizada, ya no es efectivo ni sustentable. Este reto ha sido considerado por las empresas Microsoft y Elektro Eletricidade e Serviços, organizaciones que han apostado por reconocer a las personas como parte fundamental y principal de sus organizaciones; medida que las ha potencializado.

Al observar el planteamiento de estos términos en la práctica, el presente análisis ha sido estructurado bajo las temáticas de las tendencias del capital intelectual a nivel mundial, el surgimiento del mismo y cómo lo han definido con base en conceptos que lo caracterizan. Otra fase es el desempeño alrededor del capital intelectual de las organizaciones del milenio, las cuales, con fundamento en experiencias, plasman su actuación ante los retos y obstáculos que se les presentan. Finalmente, se habla de la competitividad como base fundamental que persigue el capital intelectual.

## 2.1 Tendencia mundial: el capital intelectual

---

Actualmente se reconoce la importancia de revelar el capital intelectual dentro de la información financiera de las organizaciones, tanto en su aspecto estructural como relacional y el más valioso: su aspecto humano, siendo este el eje principal que maneja a toda organización. Por ello, a continuación se muestran los comentarios de escritores quienes lo han considerado, tales como Walter Wriston, quien dice: “En efecto, la nueva fuente de riqueza no es material; es la información, el conocimiento aplicado al trabajo para crear valor.” A su vez, Goldfinger (1997) indica que: “La transición hacia una economía basada en el conocimiento está cambiando el mundo de los negocios.” Siendo el conocimiento una fuente de generación de ventajas competitivas, las empresas deben desarrollar su capacidad para identificarlo, medirlo y gestionarlo.

Desafortunadamente, a la fecha no se ha dado una definición que interprete claramente las características peculiares del capital intelectual. La tabla 1 muestra las definiciones que se le han dado a este concepto.

**Tabla 1. Definiciones del capital intelectual**

Autores, año	Definición del capital intelectual
Kenneth, 1969	El capital intelectual significa acción intelectual, más que mero conocimiento o puro intelecto.
Funk y Wagnal, 1977	El término capital intelectual tiene connotaciones muy complejas y a menudo se usa como sinónimo de propiedad intelectual, activos intelectuales y activos de conocimiento. Se puede considerar este como parte del inventario total de capital o como el capital social basado en el conocimiento que posee la compañía.
Dierickx y Cool, 1989	Es simplemente el stock de conocimiento en la empresa.
Stewart, 1991	Es todo aquello que no se pueda tocar pero que pueda hacer ganar dinero a la empresa.
Edvinsson y Sullivan, 1996	Es aquel conocimiento que puede ser convertido en beneficio en el futuro y que se encuentra formado por recursos tales como: las ideas, los inventos, las tecnologías, los programas informáticos, los diseños y los procesos.
Jonson, 1996	El capital intelectual busca activos todavía menos tangibles, tales como la capacidad de una empresa para aprender y adaptarse.
Bradley, 1997	Es la habilidad para transformar el conocimiento y el resto de los activos intangibles en recursos generadores de riqueza, tanto para las empresas como para los países.
Edvinsson y Malone, 1997	Es como un iceberg: “por encima de la superficie se alzan los recursos financieros y físicos, visibles e imponentes bajo el sol, por debajo hay algo invisible, muchísimo más grande, cuya importancia conocen todos aunque nadie conoce sus entornos.”
Stewart, 1997	“Es material intelectual, conocimiento, información, propiedad intelectual, experiencia, que puede utilizarse para crear valor. Es fuerza cerebral colectiva. Es difícil de identificar y aún más de distribuir eficazmente. Pero quien lo encuentra y lo explota, triunfa.”
Euroforum, 1998	Conjunto de activos de una empresa que, pese a no estar reflejado en los estados financieros tradicionales, generan o generarán valor en el futuro para la misma.
Stewart, 1998	Es la suma de todos los conocimientos que poseen los empleados y que otorgan a la empresa ventaja competitiva.

Bueno, 1999	Es una medida de valor generado en un momento del tiempo, un fondo variable que permite explicar la eficacia del aprendizaje organizativo y, por lo tanto, permite evaluar la eficiencia en la gestión del conocimiento.
Petty y Guthrie, 2000	Sostienen que, aunque está formado por una parte estructural —compuesta por software, redes de distribución, entre otros— y una parte humana —que incluye los recursos humanos que pertenecen a la organización y los externos, dentro de los cuales se hallan los proveedores y clientes—, el concepto de capital intelectual es diferente al de activo intangible.
Lev, 2001	Considera que los recursos intangibles son aquellos que pueden generar valor en el futuro, pero que, sin embargo, no tienen un cuerpo físico o financiero.
Nevado Peña y López Ruiz, 2002	Es el conjunto de activos de la empresa que, aunque no estén reflejados en los estados contables, generan o generarán valor para la misma en el futuro como consecuencia de aspectos relacionados con el capital humano y con otros aspectos estructurales —como la capacidad de innovación, las relaciones con los clientes, la calidad de los procesos, productos y servicios y el capital cultural y comunicacional—, dando lugar a la generación de beneficios futuros.
Batista Canino, Melián González y Sánchez Medina, 2002	Es la combinación de activos inmateriales o intangibles —incluyéndose el conocimiento del personal, la capacidad para aprender y adaptarse, las relaciones con los clientes y los proveedores, las marcas, los nombres de los productos, los procesos internos y la capacidad de I+D, entre otros— de una organización que, aunque no están reflejados en los estados contables tradicionales, generan o generarán valor futuro y sobre ellos se podrá sustentar una ventaja competitiva sostenida.
Viedma, 2003	Es equivalente a competencias esenciales o capacidades esenciales.

Fuente: Alarcón, M., *et al.* (2012) a partir de Abreu y García, 2007.

Como comentan Roos *et al.* (2001), el economista John Kenneth Galbraith es quien en 1969 da las expectativas sobre cómo reconocer el valor real de las organizaciones, acuñando por primera vez el concepto de capital intelectual. De esta forma, el autor Galbraith indica que el verdadero significado del capital intelectual es: “acción intelectual”.

Sin embargo, como se percibe en la tabla anterior, desde la década de los noventa se han elaborado definiciones para identificar al capital intelectual, el cual, mediante su medición, permite a las entidades posicionarse por delante de sus rivales o competidores y así formar una ventaja competitiva sostenible; no obstante, a la fecha no se ha concretado el enunciado que identifique las características peculiares del capital intelectual. A este respecto, nos permitimos proponer la siguiente definición de capital intelectual: “elemento de actitud humana vertido en las capacidades, tanto teóricas como físicas, que conllevan a una competitividad empresarial”.

Las empresas que saben reconocer el capital intelectual son las que están logrando alcanzar una ventaja competitiva sostenible, por ello es importante mencionar que la parte principal para llevar a cabo esta estrategia es el saber reconocer y valorar la capacidad y el talento de sus trabajadores (Great Place to Work, 2011), pues es el recurso humano

quien tendrá en sus manos el éxito o fracaso de los objetivos planteados por la empresa. Para esto, es necesario que los trabajadores cuenten con diferentes capacidades, tales como inteligencia racional y emocional, que sean personas dispuestas al cambio, siendo flexibles en sus posturas, y que amplíen su perspectiva en un entorno globalizado que se transforma constantemente. Es de esta manera que las organizaciones pueden visualizar la disponibilidad de sus empleados al aprendizaje, pues esta es la base para que se genere el capital intelectual.

El crecimiento a nivel mundial ha propiciado nuevas tendencias, en consecuencia, uno de los aspectos importantes de esta evolución es la competitividad, que ahora en materia empresarial ha tomado fuerza, ya que esto conlleva a una mejor comercialización tanto a nivel nacional como internacional.

## **2.2 Las organizaciones del milenio alrededor del capital intelectual**

---

El enfoque de la nueva administración va encaminado hacia las competencias, tal como lo mencionan Hellriegel *et al.* (2011), quienes plasman con experiencias de altos funcionarios de empresas multinacionales el actuar de la organización en aspectos éticos, multiculturales, trabajo en equipo,

planeación y gestión, acción estratégica, comunicación y autoadministración.

Explicando sobre los aspectos anteriores, podemos decir que el dilema ético surge con las experiencias negativas que han tenido las empresas en los blogs y redes sociales, como Microsoft, Kryptonite e IBM, donde comentarios mal intencionados perjudicaron su reputación. Ante esta situación, las entidades realizaron la estrategia de implementar departamentos especializados en monitorear las redes sociales, con lo cual han detectado a tiempo dicha información para tomar medidas que contrarresten sus efectos.

Otro aspecto importante es la competencia multicultural; se tiene la experiencia de la empresa Henry Estate Winery —quien posiciona su producto de vino en países como Canadá, Reino Unido y Japón—: esta empresa decide expandir su mercado hacia China realizando traducciones en mandarín para identificar sus productos, medida que no fue suficiente ni adecuada por la falta de conocimiento de ese país respecto al vino. Por ello, hubo necesidad de utilizar los medios de comunicación de China, quienes difundían que el vino era bueno para la salud, situación que revitalizó el marketing.

De igual forma, la importancia del trabajo en equipo lo ejemplifica la empresa Ritz-Carlton Hotel Company, quienes mejoran el trato con los clientes mediante

la capacitación continua de habilidades básicas y la práctica de hábitos. Con lo anterior, la empresa consigue mantener sus estándares de calidad, puesto que en dos ocasiones le han otorgado el Premio Nacional a la Calidad Malcom Baldrige. Por lo tanto, se evidencia que cada empleado es esencial para el éxito de la organización, ya que cada uno ocupa un puesto idóneo con una misión y metas que comparte con el resto de sus colegas.

Por otro lado, consideramos la experiencia de la compañía brasileña Elektro Eletricidade e Serviços, la cual ha apostado por tratar a las personas como parte fundamental y principal de sus organizaciones y, con esto, las ha potencializado en gran medida como personas creativas y genuinas.

Con estos ejemplos, se perfila que el crecimiento acelerado demanda que las empresas cuenten con un personal altamente calificado con capacidades técnicas y profesionales y que también desarrolle sus habilidades, conocimientos, destrezas, actitudes, aptitudes y experiencia. Sin embargo, un problema que se presenta para las organizaciones es lograr la captación, gestión y retención del talento humano. La falta de compromiso de los empleados a la cual se enfrentan las empresas representa 87% y solo 7% de los responsables mundiales consideran estar preparados para el reto al disponer

de un adecuado programa de medición, impulso y mejora del compromiso de los trabajadores.

### **2.3 La competitividad de las empresas globalizadas bajo un capital intelectual**

---

El talento humano representa un valor incalculable para toda compañía y, por ende, las empresas deben prestar mayor atención a este conjunto de activos intangibles para establecer métricas que permitan valorar y gestionar de manera cuidadosa esta parte de la organización. Es así como un recurso ineludible es la capacitación, la cual permite modificar conocimientos, actitudes y habilidades, y es a través del aprendizaje que se alcanzan resultados efectivos (Great Place to Work, 2014). Empero, esto solo es una parte del proceso, pues, si bien capacitar y preparar al personal de cualquier empresa es parte importante, la evaluación de los resultados es el complemento perfecto de este procedimiento; esta evaluación puede traer como resultado detectar puntos de mejora en el trabajador, así como las fortalezas con las que cuenta, esto aunado a poder determinar si los objetivos se están logrando o no.

Por ello, cuando se habla de competitividad, se incide en la forma de cómo desarrollar y plantear las iniciativas

de una organización, lo cual representa un crecimiento en el modelo empresarial. Dicha ventaja competitiva se localiza en las habilidades, conocimientos, recursos y atributos; elementos que están disponibles para la entidad mientras que otras empresas carecen de ellos o se presentan en menor medida, lo que hace posible el poseer rendimientos superiores a los de los competidores.

Actualmente la competencia entre empresas es cada vez mayor, de igual forma, los factores externos que afectan a las mismas no se pueden controlar ni evitar. Es la parte interna de las organizaciones la que no solamente se puede controlar, sino que también puede contribuir a la permanencia en el mercado y el posicionamiento sobre sus competidores. Para esto, las empresas buscan construir organizaciones inteligentes basadas en una cultura de aprendizaje organizacional, la cual es definida por Argyris (1977) como: detección y corrección de errores; consta de cuatro etapas: primera, la organización se enfoca en información nueva o futurista para su mejora; segunda, los empleados intercambian información para la mejora entre ellos; tercera, la información se interpreta y se transmite de manera clara; y cuarta, el conocimiento de la organización es memorizado para uso futuro.

Desarrollar el capital intelectual debe ser un proceso integral que permita generar

estrategias y métodos, a corto y largo plazo, los cuales involucren a todos los trabajadores y permitan tomar en cuenta las capacidades y el *know-how* de cada uno de ellos. Esto, por otra parte, debe de ir acompañado de medidas que permitan el desarrollo pleno del trabajador, lo cual tendrá como consecuencia el crecimiento de la organización y mayor productividad.

Se podría pensar que el trabajo intelectual solo puede ser medido por los resultados de la organización y su efectividad en medida del funcionamiento del trabajador, pero esta podría no ser la mejor opción, debido a que un empleado puede realizar actividades que beneficien a la compañía y al mismo tiempo estar generando un ambiente laboral de estrés y de conflicto entre compañeros; asimismo, también se puede presentar que este tipo de trabajador realice bien sus funciones, pero no esté realmente comprometido con la empresa y con los objetivos por alcanzar y sea un trabajador celoso con su conocimiento y esté en contra de compartir.

La importancia de lograr posicionar una marca en el mercado es crucial para toda empresa; marcas como Coca-Cola, Apple, Nike, son claros ejemplos de la importancia del nombre de la empresa para lograr obtener una ventaja competitiva sobre los rivales, sin mencionar que esto, a su vez, denota propiedad e identidad de los productos y servicios (El Economista,

2012). Asimismo, lograr clientes leales a la marca es de los activos más importantes y difíciles de conseguir en la actualidad, sobre todo por la gran oferta y la saturación de productos y servicios que existen en el mercado; la lealtad de la clientela asegura la repetición en las ventas y esto viene acompañado de otros activos, como lo son los canales de distribución, pues algo muy importante para toda empresa no es solo vender una marca y tener clientes, sino llegar a un mercado de clientes potenciales; por esto, un buen canal de distribución garantiza y cubre las expectativas empresariales (Brooking, 1997).

Michael E. Porter (1985) denomina ventaja competitiva al valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores, para beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costos.

Por esto mismo, las compañías deben definir estrategias de posicionamiento eficaces para que cuando un cliente escuche el nombre de su empresa, automáticamente la tenga bien identificada y sepa qué producto ofrece. Así pues, empresas como Trident, Corona, entre otras, están apostando por invertir en campañas publicitarias que acerquen más al cliente a la marca, esto se da porque en la actualidad se realizan investigaciones acerca del

comportamiento humano y se empiezan a escuchar los primeros resultados acerca del *neuromarketing*. (CNN Expansión, 2015).

## Conclusiones

A manera de conclusión, se observa que el capital intelectual atraviesa una coyuntura importante en esta era del conocimiento. Por otra parte, se considera que, mediante su medición, se conozca el verdadero valor de la entidad, ya que contribuye con aspectos estructurales, relacionales y humanos que contemplan entender la eficiencia con la que están operando las organizaciones.

Con base en esta postura, existe la manera de conocer qué aspectos deben ser cambiados o reestructurados para lograr una competitividad de mercado. Por lo anterior, queda demostrada la teoría de la competitividad, misma que establece que la empresa es única puesto que posee características diferentes de las demás que la posicionan en un plano superior.

Conforme a lo previo, el capital intelectual ya no debe ser considerado como una herramienta tradicional; de acuerdo con la globalización y competitividad de las empresas, puede contemplarse la regulación correspondiente dentro de las disciplinas contables de tal forma que se refleje en la información financiera: “el verdadero valor de las organizaciones.”

## Bibliografía

- Alarcón, M., *et al.* (2012). “Estudio y análisis del capital intelectual como herramienta de gestión para la toma de decisiones”, *Revista del Instituto Internacional de Costos*, ISSN 1646-6896, núm. 10, diciembre 2012.
- Argyris, C. (1977). “Double loop learning in organizations”, *Harvard Business Review*, septiembre-octubre, pp. 115-125.
- Brooking, A. (1997). *Intellectual Capital*, International Thomson Business Press, Gran Bretaña.
- CNN Expansión (17 de noviembre de 2015). “Los monstruos de la Mercadotecnia”. Recuperado de <http://expansion.mx/negocios/2015/11/17/monstruos-de-la-mercadotecnia-2015> (documento consultado el 24 de noviembre del 2016).
- Drucker, P. (1998). *El Ejecutivo Eficaz*, Editorial Sudamericana, S. A.
- El Economista. (28 de febrero de 2012). “La importancia de elegir un buen nombre”. Recuperado de <http://www.economista.es/seleccion-ee/noticias/3780898/02/12/La-importancia-de-elegir-un-buen-nombre.html>.
- Great Place to Work (2011). “Las Organizaciones Inteligentes son las que aprenden: una de las principales vías para lograr la sustentabilidad”. Recuperado

de <http://www.greatplacetowork.com.mx/publicaciones-y-eventos/publicaciones/740-las-organizaciones-inteligentes-son-las-que-aprenden-una-de-las-principales-vias-para-lograr-la-sustentabilidad>.

—— (2014). “El desarrollo como inversión”. Recuperado de [http://www.greatplacetowork.com.mx/storage/NewsLetterMEXICO/DESARROLLO\\_ARTICULO\\_2014.pdf](http://www.greatplacetowork.com.mx/storage/NewsLetterMEXICO/DESARROLLO_ARTICULO_2014.pdf) (documento consultado el 13 diciembre de 2016).

Goldfinger (2007). “Intangible Economy and its Implications for Statistics and Statisticians”, *International Statistical Review* Volume 65, Issue 2, p 191-220.

Hellriegel, D., Jackson, S. & Slocum, J. (2011). *Administración: un enfoque basado en competencias*, onceava edición, Cengage Learning Editors, S. A. de C. V., México.

Porter, M. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*, Free Press, New York.

Roos, J., *et al.* (2001). *Capital intelectual*, Paidós, Buenos Aires.

Vizcaíno, F. (2011). “Diseño y construcción de organizaciones inteligentes”. Recuperado de <http://www.otr.com.mx/compartidos/Org%20Int.pdf> (documento consultado el 8 enero de 2017).

# EL EMPRENDIMIENTO COMO FASE INICIAL DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA PARA LAS MIPYMES MEXICANAS

---

*Patricia Elena Hernández Valdés  
Adrián González Romo  
Yolanda Sánchez Torres*

## **Introducción**

Dado que la actividad económica de la gran mayoría de los países del mundo es generada por la operación de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), es importante identificar que los gobiernos de economías desarrolladas y emergentes han apostado por el emprendimiento sostenible como una estrategia virtuosa para generar fuentes de empleo y bienestar social.

Siendo el emprendimiento una tendencia global, resulta interesante analizar lo que acontece con las micro, pequeñas y medianas empresas que, implementando buenas prácticas, se consolidan en el mercado local y vislumbran en los mercados internacionales

una oportunidad de crecimiento y desarrollo sustentables. Por lo que, en México, el Estado permite la operación de organizaciones internacionales y nacionales que apoyan el movimiento emprendedor brindando a los interesados soporte técnico, capacitación empresarial y conductual y apoyo financiero con visión empresarial de largo plazo para ayudarles a integrar la propuesta de proyecto productivo que concurse para obtener los recursos necesarios a fin de poner en marcha o fortalecer una empresa productora o comercializadora que satisfará una demanda real de un mercado y coadyuvará a transformar positivamente el entorno económico y social de los habitantes de la localidad en donde se establece.

Para atender la situación descrita anteriormente, en México operan múltiples organizaciones internacionales y nacionales, privadas y públicas, tal es el caso de Endeavor Global, Inc. (2017), del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) (2017), del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2016), de Endeavor México, A. C. (2016), de los Ángeles Inversionistas (2017), del Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) —adscrito a la Secretaría de Desarrollo Social—, del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) (2017) y de ProMéxico (2017) —estos dos últimos dependientes de la Secretaría de Economía—. Todos estos organismos han desarrollado programas específicos para propiciar la generación de riqueza y de bienestar social, fomentando la actividad emprendedora de personas físicas y morales que diseñen y presenten proyectos sostenibles; preferentemente incorporando buenas prácticas en innovación tecnológica, responsabilidad social empresarial y mejora continua para la creación y el desarrollo de empresas comprometidas con la sociedad y su entorno en un horizonte de largo plazo, visualizando también la internacionalización en una etapa generalmente posterior a su consolidación en el mercado local.

## Desarrollo

El contar con un sector empresarial emprendedor fuerte y pujante, que ponga en marcha proyectos innovadores, es

determinante para contribuir al desarrollo económico de una nación. Por lo tanto, el estudio del emprendimiento ha cobrado una inusitada fuerza en México debido al dinamismo y transformación que genera la puesta en marcha de proyectos productivos de emprendedores que aportan capital propio o que resultan beneficiarios de fondos públicos o privados disponibles para tal menester.

Este análisis se basa en la revisión de textos de actualidad, escritos por académicos y expertos, que han abordado conceptos básicos e importantes sobre la actividad emprendedora. Asimismo, contempla los nuevos modelos o esquemas de desarrollo económico aplicados al emprendimiento por organizaciones tales como Endeavor Global, Inc. y Endeavor México, A. C., Ángeles Inversionistas, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

De la misma forma, considera el acompañamiento institucional que se tiene disponible en México a través de programas gubernamentales administrados por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) y ProMéxico, este último como organismo descentralizado del Gobierno federal que se especializa en procesos de internacionalización empresarial con la intención de dar apoyo a los sectores sociales susceptibles de recibirlo.

Todas estas acciones van encaminadas a incluir a los emprendedores en esquemas de capacitación técnica, empresarial y conductual y a atender problemáticas socioeconómicas para propiciar la generación de nuevas fuentes de empleo, elevar la tasa de ocupación, redireccionar la actividad económica y dar un nuevo sentido a la vida y al trabajo de los pobladores mediante la atracción e inversión de fondos, en gran medida públicos, en proyectos de emprendimiento empresarial.

### 3.1 Análisis del emprendimiento sostenible

#### 3.1.1 Clasificación de empresas por su tamaño

Los criterios para clasificar a las empresas por su tamaño, en micro, pequeñas, medianas y grandes, radican principalmente en el número de trabajadores, seguido por su volumen anual de ventas, ingresos y activos fijos (INEGI, 2009).

**Tabla 1. Clasificación de las empresas**

Clasificación	Clasificación según el número de empleados por sector		
	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: INEGI, 2009.

El 30 de diciembre de 2002, la Secretaría de Economía publicó en el Diario Oficial de la Federación la clasificación que se muestra en la tabla 1.

Estos criterios son sumamente importantes, ya que permiten identificar que, en el año 2008, el 95.9% de las empresas eran micro, el 3.2% pequeñas, el 0.7% medianas y el 0.2% grandes, tendencia que se considera vigente en la actualidad y la cual revela que las mipymes siguen siendo el motor de la economía. En relación con este tipo de empresas, sus características de organización y estructura demandan más apoyo de los organismos que han sido creados para incentivar el desarrollo de la base productiva empresarial mexicana.

Otra fuente de información válida, para poner las cifras en perspectiva, es el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) (2017), que en mayo de 2017 tiene registradas un total de 696,343 empresas, de las cuales 191,513 (27.5%) operan en el sector servicios; 451,253 (64.8%) en el comercio y 53,577 (7.7%) en la industria.

Otro dato interesante de esta misma fuente permite ubicar que, del gran universo de 696,343 empresas registradas en el SIEM en 2017, solo 4,486 (0.6%) exportan y 8,879 (1.3%) importan, situación que representa una gran ventana de oportunidad para procesos de expansión empresarial e incursión en mercados más allá de las fronteras.

### 3.1.2 Conceptualizaciones de emprendimiento, emprendimiento social y emprendimiento sostenible

Es indudable que la economía de un país guarda una estrecha relación con la actividad empresarial y esta, a su vez, con las iniciativas de los individuos que conforman, crean y ponen empresas en marcha.

Desde la perspectiva de Bucardo, Saavedra y Camarena (2015), el análisis de los temas que abordan la creación de empresas, el emprendimiento, el desarrollo sostenible, la responsabilidad social empresarial y su interrelación con la generación de indicadores de bienestar social, ha cobrado fuerza y relevancia en los últimos años, más aún en economías emergentes como la de México. En este tipo de economías, el Estado ha favorecido el desarrollo y la aprobación de una legislación específica, así como la creación de instituciones especializadas, por lo que el campo de estudio se ha ampliado y diversificado enormemente, cobrando sentido y relevancia el analizar los conceptos básicos que sustentan la actividad empresarial emprendedora.

A la actividad de crear empresas se le conoce como emprendimiento, a la persona que realiza la actividad se le llama emprendedor, a quien Bucardo *et al.* (2015) definen con cualidades y adjetivos tales como iniciativa, decisión, valentía y arrojo, moviéndose en entornos inciertos y, en

algunos momentos, hasta desfavorables o críticos. Aunado a los conceptos anteriores, cabe contemplar que, para Fernández-Salineró y de la Riva (2014), el emprendimiento implica que un individuo tenga la capacidad de crear una empresa, de innovar o mejorar una ya existente.

En cuanto al emprendimiento social, la perspectiva de Bargsted (2013) considera que este va más allá de crear una empresa rentable para satisfacer la demanda de un mercado por un producto o servicio específico. El autor indica que el término ya involucra el desarrollo de todo un proyecto orientado a atender y mitigar una problemática social, desfavorable o adversa, con la finalidad de beneficiar a un colectivo humano. Estas acciones se efectúan mediante la implementación de actividades empresariales, llevadas a cabo por emprendedores pertenecientes a esa comunidad, para generar un cambio positivo en la calidad de vida de las personas.

Adicionalmente al concepto descrito, es importante considerar la perspectiva del INAES y de la Ley de la Economía Social y Solidaria (2015), la cual en el artículo 6.º enuncia que: “El Estado apoyará e impulsará a los Organismos del Sector bajo criterios de equidad social y productividad, sujetándolos a las modalidades que dicte el interés público, y conforme al uso, en beneficio general, de los recursos productivos que tendrán la obligación de

proteger y conservar, preservando el medio ambiente”, y en el artículo 8.º, fracción III, que “son fines del Sector Social de la Economía: fomentar la educación y formación impulsando prácticas que consoliden una cultura solidaria, creativa y emprendedora”.

Asimismo, Guo y Bielefeld (2014) mencionan que el emprendimiento social es un término que emergió alrededor de los años ochenta para hacer referencia a la creación y desarrollo de programas públicos, nuevos, innovadores y sin fines de lucro, que atendían y ayudaban a resolver problemáticas sociales específicas al ser implementados por un grupo, una red, una organización o una alianza de personas de la sociedad.

En cuanto al emprendimiento sostenible, Escudero y García (2014) consideran que es una práctica del gobierno corporativo de las empresas socialmente responsables para disminuir los riesgos sociales y medioambientales derivados de su operación, combinada con “estrategias proactivas y positivas que se dirigen a la «Creación de Valor Compartido» que benefician a la empresa y, al mismo tiempo, tienen un impacto positivo en las sociedades en las que opera y en el medio ambiente”.

### **3.1.3 Evolución de la actividad emprendedora**

La Social Enterprise Knowledge Network (SEKN, 2006), mediante el análisis de casos reales de Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), se ha podido percatar de la evolución que ha tenido el emprendimiento en diferentes economías del mundo y del cambio de mentalidad y forma de pensar sobre la propia actividad de emprender: como una fórmula para generar sinergias que fortalecen la actividad empresarial sostenible e innovadora y mejoran el nivel de bienestar social.

De igual modo, Forbes (2015) ha documentado y publicado infinidad de casos de éxito de emprendimiento social sostenible. Esto lo ha llevado a cabo durante más de dos décadas, relatando las estrategias que han implementado líderes emprendedores y visionarios. Lo anterior con la finalidad de guiar a sus colaboradores y convertir a las micro o pequeñas organizaciones en grandes y reconocidas corporaciones globales, mismas que han posicionado sus marcas y productos y que además cotizan en la bolsa.

La transformación de la economía de los Estados está siendo fuertemente impactada por las iniciativas emprendedoras de las organizaciones que, al implementar estrategias de responsabilidad social e innovación, van dinamizando también al sector público gubernamental con la

creación de infraestructura adecuada y el marco regulatorio y la normatividad que ameritan esas prácticas (Sekliuckiene & Kisielius, 2015).

## **3.2 Análisis de la innovación tecnológica**

---

### **3.2.1 Conceptualización de la innovación tecnológica**

Mathison, Gándara, Primera y García (2007) consideran que el “factor clave para afrontar con éxito estos tiempos reside en acentuar la innovación de las empresas, entendiendo por innovación la capacidad para transformar los procesos empresariales y crear organizaciones más competitivas, ágiles y eficaces”. En este sentido, la definición de la misión, la visión y los valores declarados por las organizaciones debe estar bajo revisión permanente para ser congruente e incorporar las innovaciones y desarrollos tecnológicos de frontera en sus políticas, procedimientos y prácticas a fin de crear diferenciación y añadir valor a sus marcas. Siendo así, las compañías crearán también ventajas competitivas únicas y asegurarán que sus productos o servicios satisfagan los requerimientos de un mercado compuesto por consumidores con necesidades y preferencias también cambiantes.

Para Hidalgo, Idoipe y Torres (2008), la innovación tecnológica “se trata de un proceso orientado a la resolución

de problemas, que tiene su ocurrencia primaria en el mercado, que implica relaciones formales e informales entre diferentes agentes, además del intercambio de conocimiento tácito y explícito”.

Ya que la innovación tecnológica es un factor esencial para el desarrollo de un país, el Gobierno de México ha creado los organismos y generado los lineamientos, generales y específicos, y normatividad para regular los procesos de innovación tecnológica; tal es el caso del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), el Fondo Sectorial de Innovación Secretaría de Economía-CONACYT (FINNOVA) (2014) y la Ley de Ciencia y Tecnología (2015), por mencionar algunos.

### **3.2.2 Evolución de la innovación tecnológica, su aplicación y trascendencia en el emprendimiento empresarial**

Sánchez, García y Mendoza (2015), Benavides (2004) y Nieto (2003) coinciden al describir que la innovación tecnológica es un proceso continuo de aprendizaje cambiante, evolutivo e irreversible, que, al aplicarse en las organizaciones y empresas, implica cambios y actualización permanente, lo cual se refleja en una mejora en sus procesos, estándares, infraestructura, productos y servicios.

En otra perspectiva, Escudero y García (2014) consideran que la innovación tecnológica es un factor fundamental para el desarrollo sostenible de los emprendimientos y que es responsabilidad del Estado el instrumentar políticas públicas de alto impacto, las cuales son necesarias para atender los desafíos sociales imperantes.

Retomando a estos autores, y con fuerte propósito, el Gobierno de la República ha creado en México el Programa Nacional de Innovación (2011), en el seno del Comité Intersectorial para la Innovación; y considerado dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 un eje específico denominado México Próspero con la intención de proveer las condiciones necesarias y fortalecer la actividad económica de sectores estratégicos mediante la innovación tecnológica.

### **3.3 Organismos públicos con financiamiento para emprender**

---

#### **3.3.1 Conceptualización de los fondos públicos disponibles en México para apoyar proyectos empresariales**

A nivel global, existen diversos modelos, convocatorias, bolsas de fondos y recursos concursables disponibles provenientes de organismos internacionales, públicos y privados que tienen la finalidad de apoyar la actividad emprendedora con enfoque

sostenible y de innovación; sirven de ejemplo, enunciativo más no limitativo, los programas del FOMIN, del BID y de las organizaciones globales Endeavor y Ángeles Inversionistas.

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), por lo tanto, es:

[...] el laboratorio de innovación para el Grupo Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Realiza experimentos de alto riesgo para probar nuevos modelos para atraer e inspirar al sector privado a resolver problemas de desarrollo económico en América Latina y el Caribe. El FOMIN atiende la pobreza y la vulnerabilidad centrándose en las empresas emergentes y los pequeños productores agrícolas que tienen la capacidad de crecer y crear oportunidades económicas.

Por otra parte, Endeavor y Ángeles Inversionistas son grupos o asociaciones de inversionistas privados a nivel internacional que financian proyectos emprendedores de alto impacto, invirtiendo capital semilla para el surgimiento y fortalecimiento de nuevas empresas alrededor del mundo. Un grupo de expertos pertenecientes a cada organismo evalúa los proyectos empresariales y les brinda acompañamiento para asegurar su puesta en marcha y rentabilidad (Endeavor Global, Inc., 2017; Endeavor México, A. C., 2016).

En México operan el INADEM, (2013), dependiente de la Secretaría de Economía, y el INAES, (2015), adscrito a la Secretaría de Desarrollo Social; organismos públicos creados para desarrollar y administrar programas específicos que propician la generación de riqueza y de bienestar social. Estas instancias fomentan la actividad emprendedora de personas físicas y morales que diseñen y presenten proyectos sostenibles que, preferentemente, incorporen mejores prácticas de innovación tecnológica y responsabilidad social para la creación y el desarrollo de empresas comprometidas con la sociedad y su entorno en un horizonte de largo plazo.

Ambos organismos publican convocatorias con reglas de operación estrictas que deben cumplirse para ser candidatos y receptores de fondos destinados a crear la infraestructura necesaria a fin de que las empresas de nueva creación vean la luz o se fortalezcan las que ya están operando.

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 del Gobierno de la República incluye la estrategia “Desarrollar los sectores estratégicos del país”, que contempla entre sus prioridades el “Impulsar a los emprendedores y fortalecer a las micro, pequeñas y medianas empresas” y “Fomentar la economía social”.

El “Impulsar a los emprendedores y fortalecer a las micro, pequeñas y medianas

empresas” vislumbra varias líneas de acción enfocadas al tema de esta comunicación, tales como:

- a) Apoyar la inserción exitosa de las micro, pequeñas y medianas empresas a las cadenas de valor de los sectores estratégicos de mayor dinamismo, con más potencial de crecimiento y generación de empleo, de común acuerdo con los Gobiernos de las entidades federativas del país.
- b) Impulsar la actividad emprendedora mediante la generación de adecuados entornos educativos, de financiamiento, de protección legal y de competencia.
- c) Diseñar e implementar un sistema de información, seguimiento, evaluación y difusión del impacto de emprendedores y micro, pequeñas y medianas empresas.
- d) Impulsar programas que desarrollen capacidades intensivas en tecnologías de la información y la comunicación, así como la innovación para promover la creación de ecosistemas de alto valor agregado de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- e) Mejorar los servicios de asesoría técnica para generar una cultura empresarial.

- f) Facilitar el acceso a financiamiento y capital para emprendedores y micro, pequeñas y medianas empresas.
- g) Crear vocaciones emprendedoras desde temprana edad para aumentar la masa crítica de emprendedores.
- h) Apoyar el escalamiento empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas.
- i) Incrementar la participación de micro, pequeñas y medianas empresas en encadenamientos productivos, así como su capacidad exportadora.
- j) Fomentar los proyectos de los emprendedores sociales, verdes y de alto impacto.
- k) Impulsar la creación de ocupaciones a través del desarrollo de proyectos de emprendedores.
- l) Fomentar la creación y sostenibilidad de las empresas pequeñas formales.

Y las líneas de acción citadas para la estrategia “Fomentar la economía social” son:

- a) Realizar la promoción, visibilización, desarrollo y cooperación regional e intersectorial de las empresas de la economía social para mitigar las diferentes formas de exclusión económica y productiva.
- b) Fortalecer las capacidades técnicas, administrativas, financieras y gerenciales de las empresas de la economía social.

En congruencia con el planteamiento del PND 2013-2018, el Gobierno federal constituyó el INADEM e INAES en 2013, los cuales son los organismos nacionales más importantes que disponen de recursos públicos para ser destinados a la creación de nuevas empresas o a reforzar las actividades de empresas ya existentes.

Particularmente, el INADEM (2017) es:

[...] un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, que tiene por objeto instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como coadyuvar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial.

Como organismo público especializado de vanguardia, fomentará e impulsará la cultura emprendedora; apoyará la creación y consolidación de más micro, pequeñas y medianas empresas; facilitará que más empresas crezcan de micro a pequeñas, de pequeñas a medianas y de medianas a grandes; y potenciará su inserción exitosa y competitiva en los mercados

internacionales. Sobre todo, acercará los esquemas de financiamiento a la actividad productiva para que verdaderamente llegue a quienes lo requieran.

En cuanto al INAES, en su misión declara: “Fomentar el sector social de la economía a través de desarrollar y fortalecer las capacidades técnicas, administrativas, financieras, de gestión, así como la conformación de capital y comercialización de los organismos del sector social de la economía, para contribuir a consolidar y visibilizar el sector como opción viable de inclusión productiva, laboral y financiera”, rigiendo su actuación con la Ley de la Economía Social y Solidaria (2015).

### **3.3.2 Análisis de la normatividad para ejercer fondos públicos destinados a proyectos emprendedores**

Tanto el INADEM (2016) como el INAES (2015) rigen su operación mediante la emisión y publicación de convocatorias, reglas de operación y manuales de procedimientos. En estos documentos se estipulan y determinan las bases, tiempos, características de los fondos y el perfil que deben cumplir los emprendedores aspirantes, quienes someterán sus proyectos productivos a evaluación. Mediante este proceso, los emprendedores concursan para la obtención de fondos públicos destinados

a apoyar la actividad emprendedora sostenible e innovadora generadora de estabilidad, bienestar y paz social. Con esta normatividad, las instituciones garantizan la igualdad, inclusión y transparencia en la asignación de los recursos disponibles para tal efecto.

Las convocatorias y las reglas de operación se emiten con una base anual, siendo revisadas y actualizadas para asegurar su idoneidad y pertinencia. En el caso del INAES, dependiente de la Secretaría de Desarrollo Social, este se rige bajo los lineamientos de la Ley de la Economía Social y Solidaria, publicada en el año 2015 en el Diario Oficial de la Federación.

### **3.4 El proceso de internacionalización**

Czinkota (2013) afirma que la internacionalización responde a varios factores internos y externos a la organización, por lo que es recomendable realizar un análisis previo de las variables controlables y no controlables y de las fortalezas y debilidades de la empresa para determinar la conveniencia e identificar el momento correcto para concretar la entrada y operación en otros mercados.

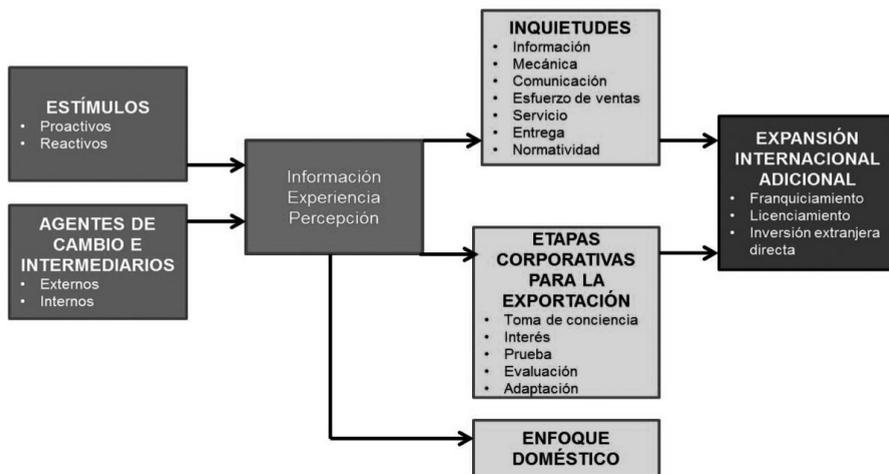
Los análisis del microentorno (Análisis FODA “Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas”) y del macroentorno (Análisis PESTEL “Político,

Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal”) son herramientas administrativas prácticas que los directivos interesados en la internacionalización deben utilizar para vislumbrar más claramente el panorama de su mercado local y las tendencias y necesidades de los mercados internacionales, a fin de tomar decisiones más informadas y sustentadas en escenarios realistas, caracterizados por cambios vertiginosos e incertidumbre.

Una vez que la empresa y sus directivos determinen que la internacionalización de

la organización es una prioridad estratégica, entonces, el proceso de planeación deberá incorporar los objetivos y actividades necesarias y las personas que serán responsables de concretarlo. El modelo de entrada y expansión internacional que se presenta en la figura 1 permite identificar en una forma clara y precisa los pasos a seguir, de tal modo que la organización se enfoque en ellos y asegure a largo plazo su participación internacional y entrada a nuevos mercados.

**Figura 1. Modelo de entrada y expansión internacional.**



Fuente: Czinkota, M. & Ronkainen, I. (2013). Marketing Internacional.

Czinkota explica que la actividad internacional de las empresas es propiciada por estímulos proactivos y reactivos. Los estímulos proactivos implican que los directivos y personal de la empresa toman la iniciativa de exportar al detectar oportunidades interesantes en otros mercados, representadas por el deseo de obtener utilidades adicionales, tener productos únicos, contar con ventajas tecnológicas, información exclusiva y oportuna de clientes y mercados y por alcanzar economías de escala derivadas del tamaño del mercado al que han decidido entrar.

Por otro lado, los estímulos reactivos se caracterizan porque son situaciones externas las que determinan la apertura al exterior, tales como la presión de los competidores locales, la sobreproducción, la disminución en ventas nacionales, el exceso de capacidad instalada, los mercados domésticos saturados o bien, la proximidad y cercanía geográfica a los clientes y puertos o fronteras.

En cuanto a los agentes de cambio, el autor se refiere a las personas o situaciones que inician la transición y enfoque de la empresa hacia el mercado exterior y los clasifica en internos y externos. Los agentes de cambio internos son los propios directivos interesados y bien informados, la incorporación de nuevo personal con experiencia previa en estos procesos o

algún acontecimiento interno significativo —como el desarrollo de un nuevo producto que puede ser bien recibido en otros países o la detección de usuarios actuales ubicados en un país distinto—.

Los agentes de cambio externo son liderados por la detección de demanda externa por el producto o servicio de la empresa, aunque también la competencia, la red de distribución doméstica, las asociaciones y cámaras industriales y las actividades gubernamentales que propician, favorecen y apoyan la actividad internacional, son factores clave que despiertan el interés de los directivos por iniciar la internacionalización de sus empresas.

Resulta de vital importancia que exista un alto sentido de responsabilidad y compromiso de los directivos y del personal que colabora en la empresa para que la inquietud y deseo de incursionar en mercados internacionales se concrete en una visión a largo plazo, comunicada y compartida a todos los niveles de la organización, de tal modo que los colaboradores conozcan que la información, la mecánica, el esfuerzo en ventas, el servicio a clientes, la entrega a tiempo y la normatividad inherente, son esfuerzos que deben realizarse con constancia y en forma permanente a través del tiempo para el beneficio de todos los involucrados en el proceso de exportar.

Respecto a las etapas corporativas para exportar, en la actualidad, la mayor parte de las empresas inician con una operación doméstica y, poco a poco, van abriendo su enfoque hacia los mercados internacionales y las actividades de exportación, las cuales implican un proceso de transición paulatino pero constante, firme, permanente, sistemático y riguroso. Este proceso pasa por las etapas de conciencia, interés, prueba, evaluación, demanda y adaptación, en una curva de aprendizaje que implica tiempo y esfuerzos renovados para ser exitoso y de largo alcance.

Las empresas pueden exportar en forma directa o indirecta utilizando los servicios de empresas comercializadoras que llevan el producto a mercados internacionales, ya sea adquiriendo la propiedad de los productos o fungiendo como agente de ventas en un esquema basado en comisiones sobre las ventas realizadas. Asimismo, el comercio electrónico se ha convertido rápidamente en un canal de ventas que ha propiciado la internacionalización de las empresas, por lo que es relevante que la organización desarrolle su página web en internet, conozca la normatividad, procedimientos locales y del país de destino para realizar transacciones de compraventa seguras y exitosas que le den presencia y prestigio internacional.

De la misma manera, existen otros esquemas para la expansión internacional de

las empresas, tales como el licenciamiento, las franquicias y la Inversión Extranjera Directa, que son alternativas flexibles las cuales dan acceso a nuevos mercados y permiten que la organización y sus productos, servicios y marcas tengan presencia internacional.

## **Discusión de resultados**

Durante el desarrollo de este trabajo se ha identificado que los autores de conceptos y modelos de emprendimiento e internacionalización de empresas, desde un punto de vista teórico actualizado, coinciden en que la actitud proactiva y visión empresarial de las personas determina en gran medida el éxito a largo plazo de la actividad emprendedora.

Asimismo, la identificación de las organizaciones existentes que propician la actividad emprendedora ha sido fundamental para contar con elementos contundentes que permiten afirmar que el mayor número de las mipymes establecidas en México consolidan su operación y el posicionamiento de sus marcas en el mercado local y, posteriormente, se fijan objetivos estratégicos de crecimiento en mercados internacionales.

## Conclusiones y recomendaciones

Indudablemente, la puesta en marcha y desarrollo de una empresa depende en gran medida de que las condiciones del entorno sean favorables, sobre todo cuando el emprendimiento se hace en pequeño, tal y como sucede en el entorno mexicano, en donde 95.9% de las empresas son mipymes con diez o menos empleados conformando la organización.

También es importante que el emprendedor, entendido como la persona que toma la iniciativa y crea esas empresas, allegue información actualizada de todos aquellos organismos públicos y privados, locales e internacionales, que existen y apoyan el movimiento emprendedor, de tal modo que cuente con acompañamiento empresarial y asesoría de expertos para que su proceso de adaptación al entorno sea favorable y no en solitario. De esta manera, su curva de aprendizaje será más corta y sus errores menos graves, teniendo la seguridad de que el acceso a financiamiento y capital de trabajo es real y posible y ya no una limitante.

Por otro lado, es menester mencionar que la capacitación empresarial en buenas prácticas —tales como la innovación, la responsabilidad social, la sustentabilidad y la adopción de procesos de certificación, calidad y mejora continua— es un factor de competitividad, diferenciación y

adaptación al medio, aspectos que harán, a su vez, más competitiva a la empresa, sus colaboradores y su oferta de productos, servicios y marcas, en un mercado en vertiginosa y constante transformación.

## Bibliografía

- Ángeles Inversionistas. Red Mexicana de Inversiones (2017). *¿Cómo funciona?*. Recuperado el 11 de enero de 2017, de <https://www.angelesinversionistas.com.mx/>.
- Banco Interamericano de Desarrollo, BID (2016). *Acerca del BID*. Recuperado el 11 de enero de 2017, de <http://www.iadb.org/es/acerca-de-nosotros/acerca-del-banco-interamericano-de-desarrollo,5995.html>.
- Bargsted, A. (2013). “El emprendimiento social desde una mirada psicosocial”, *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, julio-diciembre, 13 (25), pp. 121-132.
- Benavides, O. (2004). “La innovación tecnológica desde una perspectiva evolutiva”, *Cuadernos de Economía*, julio-diciembre, 23 (41).
- Bucardo, A., Saavedra, M. & Camarena, M. (2015). “Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios” en Duque, E. (editor) *Suma de Negocios*, enero-junio, 6 (13), pp. 98-107.

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (8 de diciembre de 2015). *Ley de Ciencia y Tecnología*, Diario Oficial de la Federación (editor). Recuperado el 11 de enero de 2017, de [www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/242\\_081215.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/242_081215.pdf).
- (30 de diciembre de 2015). *Ley de la Economía Social y Solidaria*, Diario Oficial de la Federación, (editor). Recuperado el 11 de enero de 2017, de [www.inaes.gob.mx/doctos/pdf/DOF\\_LESS.pdf](http://www.inaes.gob.mx/doctos/pdf/DOF_LESS.pdf).
- Comité Intersectorial para la Innovación (2011). Programa Nacional de Innovación. Recuperado el 11 de enero de 2017, de [http://www.economia.gob.mx/files/comunidad\\_negocios/innovacion/Programa\\_Nacional\\_de\\_Innovacion.pdf](http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/innovacion/Programa_Nacional_de_Innovacion.pdf).
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Conacyt (2014). Fondo Sectorial de Innovación Secretaría de Economía - CONACYT (FINNOVA). Recuperado el 11 de enero de 2017, de <http://www.conacyt.mx/index.php/fondos-sectoriales-constituidos2/item/economia-conacyt-2>.
- Czinkota, M. & Ronkainen, I. (2013). *Marketing Internacional*, CENCAGE Learning, México, Distrito Federal.
- Endeavor Global, Inc. (2017). Recuperado el 11 de enero de 2017, de <http://endeavor.org/>.
- Endeavor México, A.C. (2016). *Emprendedores*. Recuperado el 11 de enero de 2017, de <http://www.endeavor.org.mx/emprendedores/#?industria=&year=>.
- Escudero, M. & García, J. (2014). *La responsabilidad social empresarial y la creación de valor en América Latina*, Universidad de Deusto, España, Bilbao.
- Fernández-Salineró, C. & de la Riva, B. (22 de agosto de 2014). “Mentalidad emprendedora y cultura del emprendimiento” en Kapounek, S. & Krútilová, V. (editores) *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139, pp. 137-143.
- Fondo Multilateral de Inversiones, FOMIN (s.f.). Recuperado el 11 de enero de 2017, de [www.fomin.org/es-es/](http://www.fomin.org/es-es/).
- Forbes Staff (20 de febrero de 2015). *Revista Forbes*. Recuperado el 8 de junio de 2016, de [www.forbes.com.mx/30-promesas-de-negocios-emprendedores-sociales/](http://www.forbes.com.mx/30-promesas-de-negocios-emprendedores-sociales/).
- Gobierno de la República (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. Recuperado el 30 de junio de 2016, de [pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf](http://pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf).
- Guo, C. & Bielefeld, W. (2014). *Social Entrepreneurship. An Evidence-Based to Approach to Creating Social Value*, Jossey-Bass, San Francisco, California, EUA.
- Hidalgo, A., Idoipe, A. & Torres, M. (2008). “Los factores clave de la innovación tecnológica: claves de la competitividad empresarial”, *Organización y Dirección*.

- Revista de Ingeniería de Organización*, (36), pp. 5-22.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2009). “Micro, pequeña, mediana y gran empresa”, *Censos Económicos 2009*. Recuperado el 22 de mayo de 2017, de [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M\\_PYMES.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M_PYMES.pdf).
- Instituto Nacional de la Economía Social, INAES (2017). “¿Qué hacemos?”, *Instituto Nacional de la Economía Social*. Recuperado el 23 de marzo de 2017, de <http://www.gob.mx/inaes/que-hacemos>.
- (2015). *Reglas de Operación del Programa de Fomento a la Economía Social para el ejercicio fiscal 2016*. Diario Oficial de la Federación (editor). Recuperado el 11 de enero de 2017, de [www.inaes.gob.mx/doctos/RO/Reglas%20de%20operacion%20INAES.pdf](http://www.inaes.gob.mx/doctos/RO/Reglas%20de%20operacion%20INAES.pdf).
- (2014). *ABC de la Economía Social e INAES*, Sistema Nacional de Capacitación y Asistencia Técnica Especializada (SINCA). Recuperado el 11 de enero de 2017, de [www.inaes.gob.mx/doctos/PresentacionABC.swf](http://www.inaes.gob.mx/doctos/PresentacionABC.swf).
- (s.f.). *Nociones Básicas de Economía Social*, Sistema Nacional de Capacitación y Asistencia Técnica Especializada (SINCA). Recuperado el 11 de enero de 2017, de [www.inaes.gob.mx/doctos/Nociones1%20x%20web/index.html](http://www.inaes.gob.mx/doctos/Nociones1%20x%20web/index.html).
- Instituto Nacional del Emprendedor, INADEM (2016). *Manual de Procedimientos del Fondo Nacional Emprendedor*. Recuperado el 11 de enero de 2017, de [https://inadem-ntfg9dkg301jobi1zkue.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2016/10/MANUAL-DE-PROCEDIMIENTOS\\_FINAL\\_28OCT.pdf](https://inadem-ntfg9dkg301jobi1zkue.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2016/10/MANUAL-DE-PROCEDIMIENTOS_FINAL_28OCT.pdf).
- (2017). *Institucional. ¿Qué es INADEM?* Recuperado el 11 de enero de 2017, de <https://www.inadem.gob.mx/institucional/>.
- Mathison, L., et al. (2007). “Innovación: factor clave para lograr ventajas competitivas”, *Revista Negotium*, 3 (7), pp. 46-83.
- Minervini, N. (2014). *Ingeniera de la exportación. Cómo elaborar planes innovadores de exportación*, CENCAGE Learning, México, Distrito Federal.
- Nieto, M. (2003). “Características dinámicas del proceso de innovación tecnológica en la empresa”, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 9 (3), pp. 111-128.
- ProMéxico (diciembre de 2015). “7 acciones para el exportador”, *Decídete a Exportar. Guía Básica*. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de <http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/guia-basica-del-exportador-promexico.pdf>.
- (2017). “¿Qué es la internacionalización?”,

- Internacionalización*. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de <http://www.promexico.mx/es/mx/definicion-de-internacionalizacion>.
- (2017). “Pasos para internacionalizarse”, *Internacionalización*. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de <http://www.promexico.mx/es/mx/pasos-para-internacionalizarse>.
- Sánchez, Y., García, F. & Mendoza, J. (2015). “La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México”, en Ochoa, H. (editor) *Estudios Gerenciales*, 31 (136), pp. 243-252.
- Secretaría de Economía (21 de junio de 2013). *Acuerdo de organización y funcionamiento del Instituto Nacional de la Economía Social*. Recuperado el 11 de enero de 2017, de <http://www.inaes.gob.mx/doctos/pdf/acuerdoDOF22072013.pdf>.
- (3 de abril de 2013). *Acuerdo que regula la organización y funcionamiento interno del Instituto Nacional del Emprendedor*, Diario Oficial de la Federación (editor). Recuperado el 11 de enero de 2017, de [https://inadem-ntfg9dkg301jobi1zkue.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2016/08/secretaria\\_economia.pdf](https://inadem-ntfg9dkg301jobi1zkue.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2016/08/secretaria_economia.pdf).
- (30 de diciembre de 2016). *Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2017*, Diario Oficial de la Federación (editor). Recuperado el 11 de enero de 2017, de [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5468221&fecha=30/12/2016](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5468221&fecha=30/12/2016).
- Sekliuckiene, J. & Kisielius, E. (1 de diciembre de 2015). “Development of Social Entrepreneurship Initiatives: A Theoretical Framework” en Gimzauskiene, E. et al. (editores) *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, pp. 1015-1019.
- Sistema de Información Empresarial Mexicano, SIEM (22 de mayo de 2017). *Estadísticas*. Recuperado el 22 de mayo de 2017, de <https://www.siem.gob.mx/siem/estadisticas/EstadoTamanoPublico.asp?p=1>.
- Social Enterprise Knowledge Network, SEKN (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales: lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la organización civil en Iberoamérica*, Banco Interamericano de Desarrollo, Planeta, David Rockefeller Center for Latin American Studies, Harvard University; Washington, Estados Unidos de América.



# LO LOCAL COMO EJE DEL DESARROLLO E IMPULSOR DEL COMERCIO INTERNACIONAL

---

*Adrián González Romo*

## Introducción

El comercio internacional, en lo referente a las exportaciones, requiere de un mercado interno consolidado, con niveles productivos adecuados que muestren la ventaja comparativa que el mercado exige. Los niveles productivos pretendidos tienen que estar a la par de un proceso que mantenga los costos competitivos.

El impulso al mercado interno es determinante en la búsqueda de consolidar un adecuado progreso regional que muestre el aprovechamiento de los recursos, los cuales son característicos y adaptados a cada una de las regiones del país. Partir de la vocación productiva de las regiones es un factor importante para el desarrollo de los

potenciales locales, sin embargo, debe de replantearse el problema de la desigualdad social y la pobreza existente, el cual se muestra como un verdadero inconveniente para un idóneo crecimiento. Así lo señaló claramente la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2002) al afirmar que: *“A la lumière de cet héritage, la gageure principale pour la région, est d’incorporer l’équité en tant qu’objectif fondamental du développement, de consolider les progrès accomplis en termes d’équilibres macro-économiques, d’accélérer le rythme de la croissance économique, d’avancer dans la prise en compte d’un agenda du développement durable et d’aborder les problèmes croissants de cohésion sociale.”*<sup>6</sup>

---

6 La traducción al español de la cita en francés es: “A la luz de este legado, el principal desafío para la región es el de incorporar la equidad como un objetivo fundamental de desarrollo, de consolidar los avances logrados en términos de equilibrios macroeconómicos, para acelerar el ritmo del crecimiento económico, para avanzar en la consideración de una agenda de desarrollo sostenible y para hacer frente a los crecientes problemas de cohesión social.”

El objetivo pretendido con este ensayo es mostrar la importancia del desarrollo local como un mecanismo que permita incrementar los potenciales productivos que conlleven a un aumento de los niveles de exportación de los diferentes sectores de la economía. No se trata de crecer por crecer, ocasionando mayores disparidades regionales e incrementando las desigualdades sociales, se trata de ofrecer cambios que modifiquen la base productiva y transformen el territorio.

## Desarrollo

### 4.1 El impulso del desarrollo local, argumentos teóricos

---

¿Cuáles son los mecanismos más adecuados para aprovechar los recursos existentes en los espacios regionales que permitan incrementar el ingreso, transformar la pobreza existente<sup>7</sup> y mejorar las condiciones de vida de una sociedad concreta? Interrogante que debe contar con estrategias definidas para los planeadores

---

7 El CONEVAL y el INEGI realizaron cambios en la metodología en la captación del ingreso de las familias para la evaluación de la pobreza durante 2015, mecanismo que puso en duda la comparabilidad con años anteriores; este ejercicio se realizó sin ponerlo a consideración de ninguna institución, de tal manera que las cifras ofrecidas fueron totalmente cuestionadas y desde ese momento ya no han dado ninguna cifra oficial.

del Estado, que vislumbre los objetivos claros hacia donde se quiere llegar.

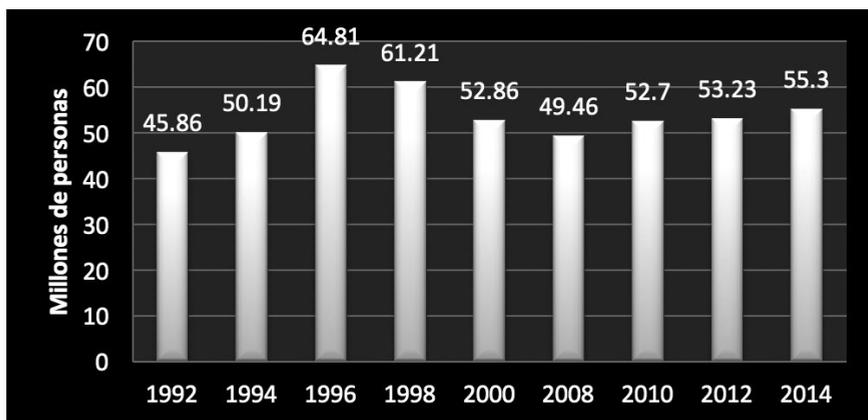
Los problemas estructurales existentes en los diversos territorios de nuestro país nos conducen a repensar las estrategias diferenciadas de desarrollo que deben proponer las instituciones del Estado mexicano. La adecuada vinculación de la relación del espacio global con el local sin lugar a duda es algo vigente, donde el eje central debe estar orientado a un crecimiento del producto que conlleve al desarrollo interno.

La pobreza es, sin lugar a duda, uno de los lastres más importantes que existen en el territorio nacional. Desde el cambio de paradigma (posterior al año 1983) se han realizado ensayos para combatir la pobreza: Solidaridad con Miguel de la Madrid, Progresá con Salinas de Gortari, Oportunidades con Fox y Calderón. Desde el inicio del gobierno de Enrique Peña Nieto se anunció una nueva estrategia del Gobierno federal para combatir la pobreza en México, programa que se denominó Coordinación Nacional de PROSPERA; se señala que seguirá apoyando a las familias inscritas en el programa anterior y se anunciaron nuevos beneficios como las becas universitarias, créditos, acceso a programas emprendedores a través de créditos a mujeres y apoyos para los hijos a través de ofrecer preferencias en el Servicio Nacional de Empleo y en Bécate ([www.gob.mx](http://www.gob.mx)).

mx/prospera). Paralelo a este programa, y dependiendo de la misma SEDESOL, se puso en marcha el programa denominado SinHambre (Sistema Nacional para la

Cruzada contra el Hambre) - Cruzada Nacional Contra el Hambre en enero de 2013.

Figura 1. Evolución de la pobreza en México, 1992-2014.

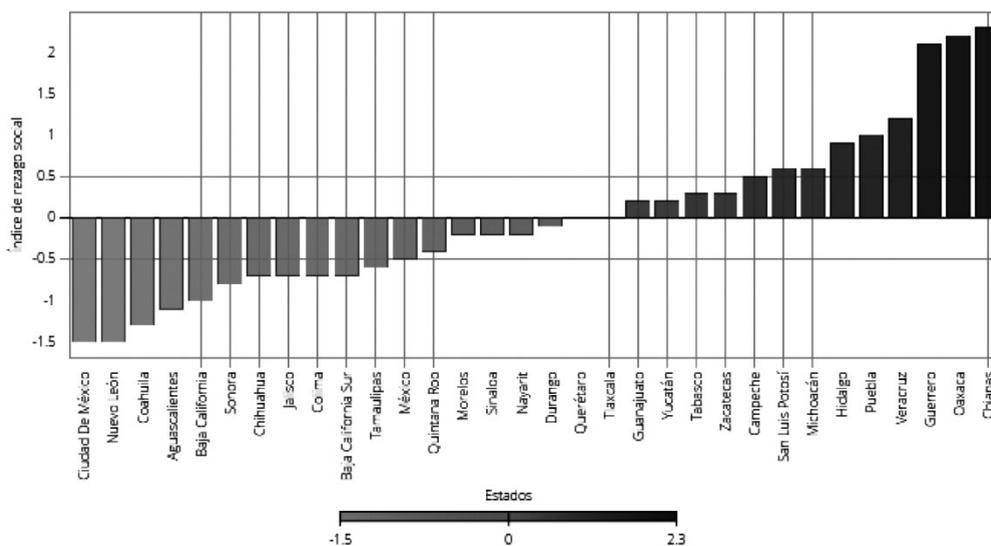


Fuente: elaboración propia con base en datos de 1992 al 2000 (SEDESOL, 2002) y del 2008 al 2014, CONEVAL.

La crítica situación que prevalece en los espacios regionales nos conduce a pensar en la necesidad de búsqueda de alternativas desde la perspectiva local, es decir, buscar la manera de articular la visión de apertura de mercados con una visión que conduzca a transformar la realidad de un amplio porcentaje de la población que vive en condiciones marginales y de pobreza (tal como se muestra en la figura 1).

En la figura 2 observamos que 19 estados de la República Mexicana están por debajo del índice de rezago social y 13 se encuentran con índices importantes de rezago, principalmente los estados del centro y sur del país, y dentro ellos el estado de Hidalgo.

**Figura 2. Índice de rezago social de acuerdo con los estados de la República Mexicana.**



Fuente: Gobierno federal en <https://datos.gob.mx/>.

Es claro que el mercado está ligado a un proceso de globalización, esta fase de apertura está íntimamente vinculada a la nueva tecnología que ofrecen los sistemas de telecomunicaciones, telefonía y la evolución del internet. El comercio electrónico forma parte del nuevo paradigma comercial que está articulado al sistema de pagos electrónicos, donde dicho sistema está evolucionando constantemente, tanto en la búsqueda de confiabilidad de los compradores como de los vendedores, entre el surgimiento de instituciones y mecanismos de regulación capaces de lograr un mercado seguro y confiable.

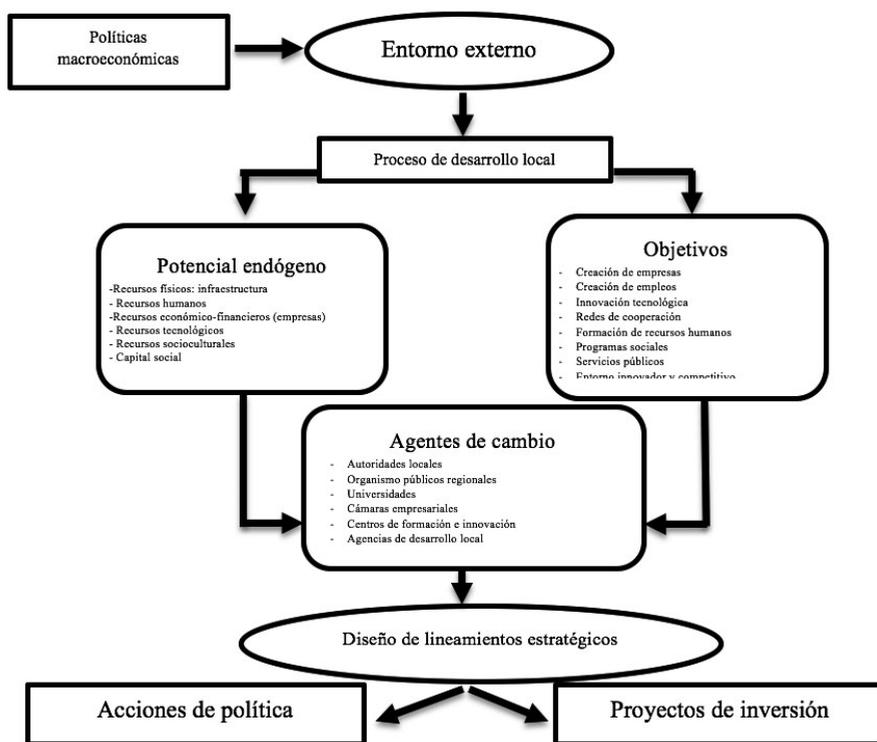
Por otro lado, cada vez son más frecuentes los acuerdos y tratados comerciales que abren las fronteras a productos libres de aranceles. Política que, sin duda, está marcada desde las propuestas de los clásicos de la economía, como Smith y Ricardo en el siglo XIX. Estos cambios paradigmáticos en la evolución del comercio físico al electrónico conducen a repensar las exigencias del mercado, donde la competencia se hace más visible dada la publicidad y la mercadotecnia que se realiza por los diferentes medios.

Desde luego, hay posiciones encontradas entre quienes sostienen que la globalización devalúa el territorio y los que sostienen que,

por el contrario, lleva a una “revalorización territorial”. Los “globalizadores” se apoyan en el hecho evidente de que una fracción importante del capital se está concentrando y centralizando a nivel de la economía internacional. Se argumenta que las localidades, regiones e incluso países, están siendo rediseñados de acuerdo con la economía global y sus principales actores: las empresas transnacionales.

Los “localistas” se apoyan en una supuesta reacción del consumo frente a la homogeneización de los bienes y servicios transados y a la respuesta de una parte de las empresas que se insertan dentro lo que se denomina la “especialización flexible”, escalas pequeñas de producción, bajo lo que se denomina “aprendizaje colectivo”, fuertemente facilitado por la cercanía geográfica (Boisier, 2005).

**Figura 3. Esquema sobre la estrategia del desarrollo local y programa de inversiones.**



Fuente: Silva, I., y Sandoval, C. (2013). CEPAL-ILPES-Naciones Unidas (mejorada la calidad de presentación por el autor).

Silva (2013) nos señala que las posibilidades del desarrollo local están radicadas en la factibilidad de explotación del potencial de recursos endógenos de un determinado espacio territorial. El esquema que utiliza el autor para dar relevancia a dicho proceso se muestra claramente en figura 3, donde se vislumbra la manera de cómo detectar, utilizar y activar los recursos territoriales por parte de un conjunto de agentes de cambio locales que se proponen alcanzar determinados objetivos de desarrollo que, genéricamente expresados, se pueden resumir, entre otros, en creación de empresas y empleos, innovación tecnológica, redes de cooperación, formación de recursos humanos y desarrollo social. Esquema que hace relevancia del entorno, los agentes y las acciones de política e inversión necesarias para inducir el adecuado desarrollo local.

Aunque la estrategia del desarrollo local y las políticas estructurales de corte más amplio comparten los mismos objetivos, abordan de forma diferente el tratamiento de los problemas de la crisis y de las limitaciones estructurales del desarrollo. Mientras que las políticas estructurales adoptan una aproximación funcional, las políticas de desarrollo local definen sus acciones con un enfoque territorial; para actuar sobre el sistema productivo conviene hacerlo teniendo en cuenta que las acciones se realizan en territorios caracterizados por

un sistema social, institucional y cultural con el que interactúan. Por ello, las medidas son más eficaces cuando utilizan los recursos locales y se articulan con las decisiones de inversión de los actores locales (Vázquez, 2009).

Para Blanco (2003) los procesos de desarrollo local deben de tender a:

1. La apropiación territorial: el desarrollo local debe surgir a partir de la participación de todos los actores en el territorio, a través del aprovechamiento de los recursos humanos, materiales y naturales y de las potencialidades que la comunidad tiene para alcanzar una mejor calidad de vida y la realización de los intereses de cada uno de los habitantes.
2. Afirmar la identidad cultural: el desarrollo local debe aprovechar y fortalecer la identidad cultural de la comunidad —en un mundo donde esta tiende a ser subsumida por los procesos de globalización— que permita la mejor apropiación de la realidad local y que facilite enfrentar los desafíos que el desarrollo plantea.
3. Articular/coordinar: el desarrollo local debe responder a una voluntad de gestión asociativa entre los representantes públicos y privados para recoger y estimular todos los elementos propios, y también los externos, y

generar nuevos proyectos de desarrollo que tengan una identidad propia.

4. Planificar: se trata de proyectar las capacidades locales con la participación más estrecha de los diferentes actores de la comunidad y empresas que operan en el territorio, en conjunto con las entidades gubernamentales y no gubernamentales, y considerando el contexto económico nacional, regional y global.

## **4.2 La política industrial con base en la maquila y empresas transnacionales**

---

La crisis ocurrida en México en el año de 1982 fue el parteaguas que propició un cambio radical en la implementación de la política de Estado, donde se modificaron los esquemas de desarrollo del país con la idea de solucionar los problemas inmediatos y, fundamentalmente, con el objetivo de generar empleos los cuales permitieran obtener el ingreso a las familias y que, a su vez, se promoviera el consumo. La apertura de la frontera para la entrada de capitales a través de la instalación de la industria maquiladora, sobre todo en la zona fronteriza de México, permitió cumplir el cometido, pero dio pauta a irregularidades en torno a los derechos de los trabajadores. Posteriormente, se dio un impulso a la Inversión Extranjera Directa

a través de empresas transnacionales de renombre, como la industria automotriz, que estableció empresas que han servido como trampolín de ensamblaje de sus productos, abaratando costos y contemplando la posibilidad de estar cerca del mercado norteamericano, pero han logrado el objetivo de generar el empleo necesario para nuestra economía.

La industria maquiladora ha basado su crecimiento en bajos salarios y jornadas extenuantes bajo el precepto de intensificación del trabajo. Las leyes se fueron ajustando a favor de las empresas, contra los trabajadores. Se realizaban contrataciones por cortas temporadas, sin prestaciones, sin seguridad social y descuidando, desde luego, la industria nacional.

Indudablemente, la estrategia de las exportaciones funcionó de manera fructífera hasta ocupar un porcentaje importante en el PIB nacional.

**Figura 4. Tendencia de las exportaciones de bienes y servicios como % del PIB en México.**



Fuente: Banco Mundial en <http://datos.bancomundial.org>.

La venta gradual de las empresas paraestatales, como parte de los compromisos firmados en la carta de intención de 1983 con los organismos internacionales, FMI y Banco Mundial, se conjuntó con el abandono de sectores productivos que no encajaban con las propuestas de estos organismos y pretendían que fueran autosuficientes.

### **4.3 El impulso al sector agroexportador**

La política seguida a partir de adoptar las reglas impuestas por estos organismos internacionales fue la de abandonar una política de desarrollo basada en la búsqueda de la autosuficiencia alimentaria por medio

de créditos, seguros, asistencia técnica, insumos y maquinaria. Se dio un retiro de los apoyos que estaba brindando el Estado, a través de las instituciones que trabajaban a favor de los sectores más necesitados, y fueron sustituidos por una política social con programas asistencialistas y privatizadores, provocando una gradual descapitalización del campo.

Estos programas pasaron de la participación de lo que se denominó estado de bienestar, bajo una estrategia universal, a una política focalizada cuya población objetivo son los pobres extremos y de una política de estímulos a la productividad a una de dinero en efectivo. Mucho se ha dicho, criticado y, algunas veces, alabado, pero lo claro es que la pobreza, por el

contario de disminuir, se ha incrementado y muchos de los pobres sobreviven por el esfuerzo que hacen los migrantes al enviar sus remesas.

El impulso más importante lo ha significado el Programa de Apoyos Directos al Campo (PROCAMPO) y el Programa

de Estímulos a la Productividad Ganadera (PROGAN).

Los diez principales productos de exportación aportan 49% del total de las exportaciones agroalimentarias, mientras que, en el mismo rubro, en las importaciones se aporta 46% del total (cuadro 1).

**Cuadro 1. Principales exportaciones e importaciones durante 2016 en México**

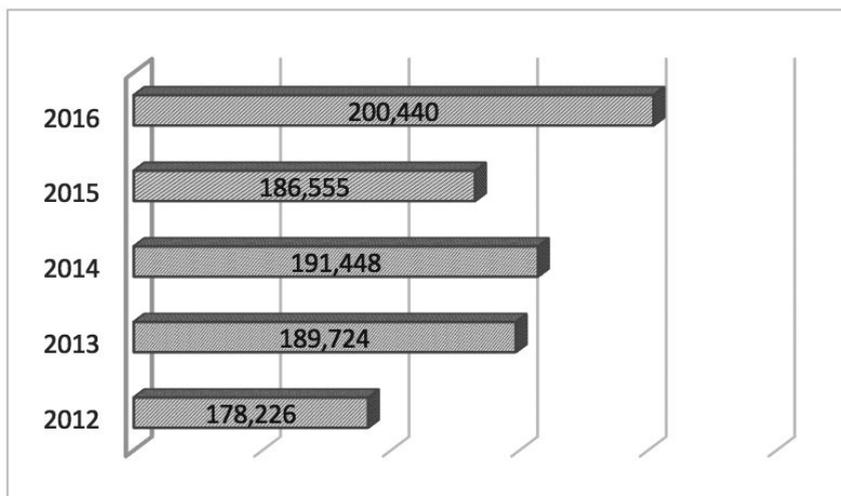
Principales productos de exportación	Valor ene-jun 2016 (miles de USD)	Principales productos de importación	Valor ene-jun 2016 (miles de USD)
Cerveza	1'684,660	Maíz	1'362,749
Tomate	1'193,923	Soya	667,748
Aguacate	725,094	Residuos de soya	358,473
Pimiento		Trigo	
Tequila	720,583	Jamón de cerdo	281,986
Frambuesa y mora		Las demás preparaciones alimenticias	267,394
Uva	566,296	Carne de res deshuesada	
Fresa		Leche en polvo y natas	252,705
Ganado bovino	529,304	Las demás fructuosas >50%	225,705
Carne de res (deshuesada)	395,322	Desechos de almidón	216,151
	384,510		187,911
	340,946		174,263
	313,972		
<b>Total</b>	<b>6'854,610</b>	<b>Total</b>	<b>4'005,351</b>

Fuente: SAGARPA 2016, en <http://www.sagarpa.gob.mx>.

Con la política actual hacia el sector agropecuario se ha dado impulso a los productores con potenciales establecidos, mientras que los productores campesinos

no logran beneficiarse. No hay una política diferenciada que regule los beneficios de los programas, ocasionando que se amplíen las desigualdades sociales.

**Figura 5. Producción agrícola nacional de 2012-2016 (miles de toneladas).**



Nota: las cifras de producción del año 2016 fueron estimadas de acuerdo con los avances observados de enero a junio 2016.

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, 2016.

La producción registrada en el cuadro 2 se refiere a los 52 principales granos, oleaginosas, entre otros, que contribuyen con alrededor de 90% del valor de la producción nacional. Así lo confirmó el informe, al señalar que:

Para el año agrícola de 2016, la producción al mes de julio muestra un volumen 3% superior al obtenido en el mismo mes del año previo. Se

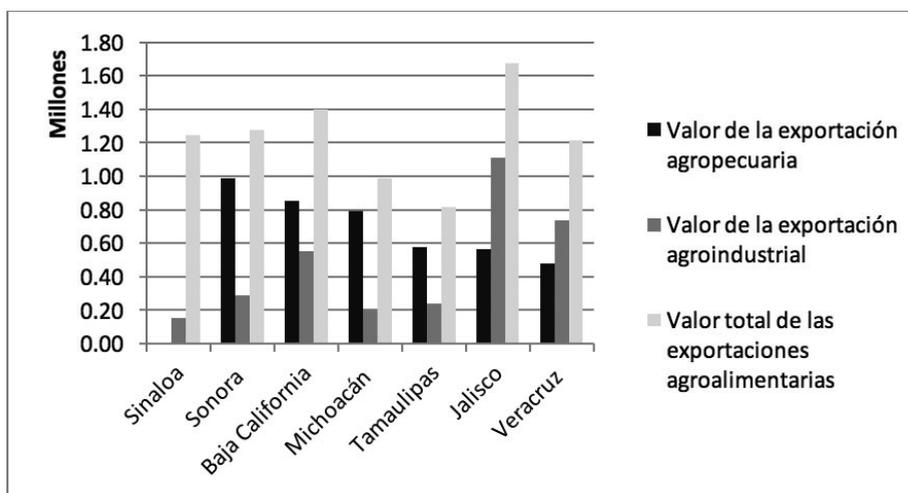
espera que al término del año agrícola, la producción de los 52 cultivos sea 7.4% mayor a lo cosechado en 2015, lo que implicaría obtener 13.8 millones de toneladas adicionales, para superar las 200 millones de toneladas. En ornamentales, principalmente la producción de crisantemo, gladiola y rosa, se prevé que crezca 14.5%, lo que representaría un incremento de 2.9 millones de gruesas (SAGARPA, 2016).

Las exportaciones agroalimentarias (integradas por el sector agropecuario y agroindustrial) registraron un crecimiento en 2016 de 8.7%, en relación con lo obtenido el año previo cuando se ubicaron en 26,713 millones de USD. Esto representa un crecimiento en ventas internacionales por 2,331 millones de USD. En el rubro agropecuario, las exportaciones de este sector totalizaron en 2016 los 14,742.9 millones de USD, un incremento a tasa

anual de 13.7%; es decir que las ventas de este tipo de productos se incrementaron en 1,773 millones de USD (SAGARPA, 2016 a).

A manera de ejemplo, podemos observar que el primer lugar de los estados exportadores de productos agropecuarios para el año 2011 lo ocupó Sinaloa, sin embargo, el primer lugar en exportaciones agroindustriales lo ocupa Jalisco, seguido por Baja California.

**Figura 6. Valor de las exportaciones de acuerdo con los principales estados durante el año 2011 (en millones de USD).**



Fuente: elaboración propia con datos de SAGARPA-Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios, enero-septiembre 2011 en [www.sagarpa.com.mx](http://www.sagarpa.com.mx).

Los apoyos que se otorgaron de enero a julio del 2016 nos dan una idea de la inequitativa distribución realizada de acuerdo con los estados, siendo que tan

solo dos (Sinaloa y Sonora) obtuvieron 75% del monto nacional ejercido por SAGARPA, mientras que en los cinco más importantes se ejerció un monto de 1,505

de un total de 1,802 millones de pesos (83.5%) para atender cultivos como maíz, trigo, cártamo, sorgo, avena y cebada.

La producción contabilizada en el cuadro 3 se refiere a carnes de bovino, porcino, caprino, ovino y aves. Durante 2015 se

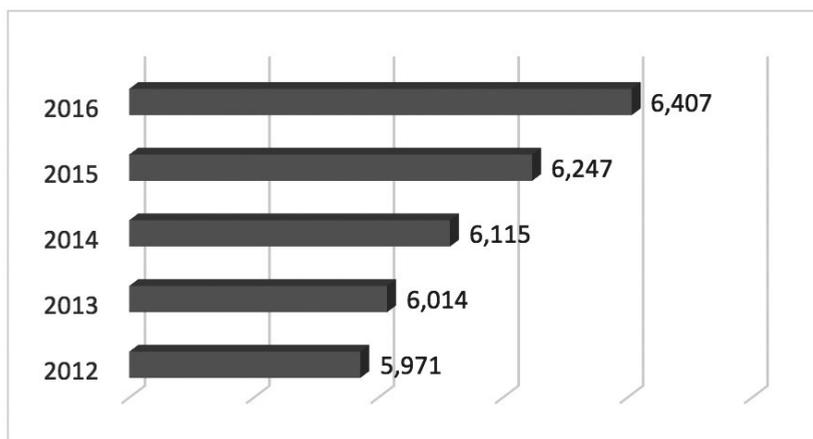
logró una producción récord de carne en canal con 6.2 millones de toneladas, lo que significa 276,000 toneladas más (4.6%) que las obtenidas en 2012, como resultado de los aumentos en carne de porcino (6,8%), ave (6%) y bovino (1.3%).

**Cuadro 2. Superficie y montos de apoyo de SAGARPA a los estados de la República, 2016**

	Cultivo	Superficie	Presupuesto
Monto nacional		1'385,807	1,802
Sinaloa	Maíz	527,188	685
Sonora	Trigo y cártamo	511,939	666
Tamaulipas	Sorgo	42,077	55
Durango	Trigo, avena y cebada	39,615	52
Nayarit	Sorgo	36,489	47

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, 2016.

**Cuadro 3. Producción de carne en canal (miles de toneladas)**



Nota: las cifras de producción del año 2016 fueron estimadas de acuerdo con los avances de enero a junio 2016.

Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, 2016.

La producción de huevo, leche y miel presentó comportamientos favorables (14.5%, 4.7% y 5.1% más, respectivamente). Respecto a 2016, en los primeros siete meses del año la producción de carne en canal fue de casi 3.7 millones de toneladas, un incremento de 2.4% en relación con lo obtenido el mismo mes del año anterior, en la producción de leche se alcanzaron 6,694 millones de litros, que representan 1.8% adicional a lo obtenido en igual lapso del año previo. De huevo para consumo doméstico se produjeron 1.5 millones de toneladas, 3.1% más (SAGARPA, 2016 a).

## Conclusiones

La política seguida por el Estado mexicano de impulsar los sectores potenciales de exportación ha traído consigo una mayor desigualdad social y un fracaso en la estabilización social del país. El desempleo existente y los bajos niveles salariales han propiciado un Estado en plena descomposición donde hay un incremento importante de la delincuencia organizada (robos, secuestros, asesinatos, narcotráfico, etcétera).

El problema del Estado mexicano es que ha querido copiar el modelo de desarrollo de nuestro vecino norteamericano, a sabiendas de las diferencias estructurales existentes, poniendo a todos a competir en desiguales oportunidades, beneficiando a unos cuantos y perjudicando a todos

aquellos productores campesinos, minifundistas que no reciben el mismo volumen de ingresos.

Mantenemos un crecimiento de las exportaciones en sectores de la economía que están controlados por empresas trasnacionales, como el caso de la industria automotriz que está integrada por marcas internacionales de inversionistas extranjeros y que se ha convertido en un alarde de nuestros funcionarios mexicanos. No podemos dejar de señalar que esta industria, internamente, ha contribuido de manera importante con la generación de empleo, lo cual es una deuda histórica para los trabajadores de este país, pues es mayor la cantidad de población que se incorpora al mercado laboral año con año que la generación de empleos; esto representa resabios difíciles de eliminar.

Los programas de atención al sector agropecuario han sido estructurados para impulsar las exportaciones en productores consolidados, ocasionando desigualdades sociales aún mayores a las existentes. Los apoyos para aumentar la oferta han sido para los grandes productores de estados como Sinaloa y Sonora, los cuales se benefician con la mayoría de los recursos asignados por SAGARPA.

El desarrollo local debe ser el eje que articule el crecimiento del país, como un mecanismo articulador que ayude a mejorar las condiciones de vida de los

habitantes, que propicie el desarrollo y evite las desigualdades. El adecuado aprovechamiento de los recursos en las comunidades debe estar sustentado en el consenso comunitario. Este sistema puede ayudar a plantear propuestas de desarrollo en gran forma para ir mejorando las condiciones de vida de las familias.

## Bibliografía

Banco Mundial. Recuperado en mayo de 2017, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NE.EXP.GNFS.ZS?locations=MX>.

Blanco, H. (2003). “Planeamiento del desarrollo local”, *Recursos naturales e infraestructura*, Serie núm. 61, CEPAL-Naciones Unidas, Santiago de Chile.

Boisier, S. (2005). “¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?”, *Revista de la CEPAL*, 86, agosto, pp. 47-62.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL (2002). *L'équité, le développement et la citoyenneté Version condensée. Commission Économique pour l'Amérique Latine et les Caraïbes* (CEPALC), marzo, Santiago de Chile.

Página oficial de PROSPERA. Recuperado el 20 mayo de 2017, de [www.gob.mx/prospera](http://www.gob.mx/prospera).

Página oficial informativa del Gobierno federal. Recuperado el 23 de mayo de 2017, de <https://datos.gob.mx/>.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; SAGARPA (2011). Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios, enero-septiembre 2011. Recuperado de [www.sagarpa.com.mx](http://www.sagarpa.com.mx).

— (2016). *4to. Informe de Labores 2015-2016*. Recuperado de [www.sagarpa.gob.mx/](http://www.sagarpa.gob.mx/).

— (2016 a). *Alcanzan exportaciones agroalimentarias casi 30 mil millones de dólares en 2016*. Recuperado de <http://www.sagarpa.gob.mx/Delegaciones/nayarit/boletines/Paginas/BNSAGFEB122017.aspx>.

Silva, I. & Sandoval, C. (2013). *Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local*, serie de manuales, núm. 76, CEPAL-ILPES-Naciones Unidas.

Vázquez, A. (2009). “Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis”, *Universitas Forum*, vol. 1, núm. 2, mayo 2009.

# ESTRATEGIAS DE INSERCIÓN DE LAS PYMES MEXICANAS EN EL MERCADO INTERNACIONAL: UN ANÁLISIS DESDE LO GLOCAL

---

*Yolanda Sánchez Torres  
Aníbal Terrones Cordero  
Adrián González Romo*

## Introducción

El proceso de globalización de la economía mundial, que comienza en la década de los ochenta, consiste en un proceso de aceleración en la internacionalización del capital que se caracteriza por la constante innovación tecnológica, formación de bloques comerciales, cambios en las pautas de producción y consumo para el control de mercados, expansión del capital financiero, desequilibrios en las economías nacionales que agudizan las asimetrías entre los denominados países de primer mundo y aquellos en vías de desarrollo, así como el evidente soporte de las políticas públicas que dan lugar este proceso (OMC, 2013; Perales, 2012). Bajo este esquema, la

participación de las empresas en el mercado internacional se convierte en un indicador de competitividad de suma importancia, sin embargo, para las pequeñas y medianas empresas (pymes) no es una meta fácil de alcanzar por la complejidad en el proceso de producción y comercialización mundial frente a los corporativos multinacionales.

En carácter estricto, se puede señalar que no existe empresa alguna, desde la más pequeña hasta la más grande, que no tenga un vínculo global, sea de mercado o de proveeduría. El involucramiento global es una realidad para las empresas, estén o no de acuerdo. Por ello, se deben generar estrategias que les permitan incursionar en estos mercados de manera asertiva —a partir

de sus propias condicionantes técnicas, financieras, organizativas, institucionales, de recursos humanos, entre otras— con visión global desde lo local.

Históricamente, muchos de los esquemas adoptados por las empresas han tenido resultados poco favorables para la consolidación en mercados locales e incursión en mercados internacionales, atribuible a la reproducción de modelos empresariales disfuncionales con la estructura interna de las pymes de la mayoría de los países en desarrollo y particularmente para México, donde tres de cada diez empresas perecen en el primer año de vida (INEGI, 2016).

El presente estudio tiene como propósito analizar la problemática que enfrentan las pymes de México para su incursión en el mercado internacional, a través de la consulta de fuentes documentales teóricas y estadísticas y la experiencia propia del acercamiento con este tipo de empresas. Para ello, en primera instancia, se hace una revisión teórica sobre los conceptos de desarrollo y la competitividad de las empresas con una perspectiva desde lo local hacia lo global. Se continúa con un análisis estadístico de la posición particular de las empresas en México y la tipología de la incidencia de estas en los mercados internacionales. Finalmente, se presentan algunas propuestas para las pymes de México, con visión global, a fin de que

sean capaces de asimilar, adaptar y generar sus propias estrategias de inserción en el mercado internacional desde lo glocal.

## **5.1 Desarrollo y competitividad empresarial: de lo glocal a lo global**

---

El desarrollo es tratado como un concepto normativo, sinónimo de mejora, sin embargo, ha ido cambiando a través del tiempo en función de dos aspectos. El primero como parte de las condiciones preexistentes (históricas y espaciales) y el otro derivado de su relación con el sistema económico internacional. De aquí que existan condicionantes internas y externas, las cuales, conjugadas, determinan el desarrollo como una relación de poder y complementariedad a nivel internacional (Sunkel & Paz, 1970).

La connotación del desarrollo ha sido asociada a conceptos como el de la *riqueza* Hicksiana y la situación óptima de atesoramiento. También ha sido entendido como un proceso evolutivo de secuencia natural con cambio gradual y espontáneo. Sin embargo, con la transformación profunda y deliberada de los cambios estructurales e institucionales, del siglo XIX y la expansión mundial del capitalismo, se da un giro importante a este concepto, acotado como aquel *progreso*, resultado de la innovación tecnológica como fuerza

motriz para la reproducción del capital, evidenciada como contradictoria con la gran depresión de 1929, surgiendo el concepto de *crecimiento* como una forma de superar la crisis y el desempleo. Posteriormente, con la posguerra, el desarrollo se vincula al proceso de *industrialización* como una condicionante para alcanzar mejores niveles de vida. Lo cual no necesariamente ocurría, ya que, aunado a ello, se necesitaba de una profunda reorganización social que minimizara la contradicción funcional del capitalismo (Sunkel, 1977).

Actualmente, el concepto de desarrollo involucra una serie de indicadores de diferente índole, no solo de tipo económico, sino todo aquello que posibilite una mejor *calidad de vida* para los individuos de manera integral; lo cual es complicado ante el esquema contradictorio del capitalismo global, que lejos de eliminar las relaciones de contradicción de poder, las reproduce. Es un proceso de globalización cimentado en la revolución científico-técnica de la internacionalización del capitalismo transnacional, con un aceleramiento en el crecimiento de la economía mundial, pero también de grandes polarizaciones en las economías locales.

Como alternativa al proceso de globalización, para neutralizar los efectos negativos generados en aquellos países emergentes o de desarrollo tardío, surge la propuesta teórica localista del

desarrollo endógeno con formas flexibles de la organización territorial de redes de la producción y el reconocimiento de los componentes socioculturales e institucionales locales. Esta teoría se fundamenta en el desarrollo autocentrado, humano y participativo que integra la producción y la organización social e institucional del territorio a través de cuatro fuerzas<sup>8</sup> que actúan sinérgicamente y condicionan la dinámica económica desde una perspectiva de adopción del territorio (Nelson, 1999; Vázquez, 2007). En la actualidad se observa como estas posturas nacionalistas de proteccionismo comercial hacia las economías locales no solo son propias de los países menos desarrollados, sino también de aquellos con un posicionamiento mundial importante, como el caso de Estados Unidos con Donald Trump.

Al igual que el desarrollo, la competitividad puede ser analizada desde una perspectiva histórica (Scott, 1998; Waterman, 1998) o territorial (Ohmae, 1990;1995), puesto que se gestan las decisiones de inversión y localización de los actores económicos en el entramado de redes empresariales (empresas, proveedores, clientes). La competitividad tienen un carácter localizador, desde el punto de vista de la nueva geografía económica,

---

8 Flexibilización de la organización; conocimiento, cambio tecnológico e innovación; desarrollo urbano territorial y flexibilidad y transformación de las instituciones.

que responde a la causación circular de la acumulación de capital de aglomeración, donde confluyen dos fuerzas opuestas: las centrípetas, asociadas a los rendimientos crecientes a escala y encadenamientos productivos, y las centrífugas, explicadas por los precios de la tierra, costos de transporte y deseconomías externas que revierten el proceso de la aglomeración localizada de los grandes centros industriales de desarrollo (Moncayo, 2002).

Un concepto más acabado sobre el anclaje del desarrollo endógeno es la competitividad sistémica, vinculada originalmente a la ventaja competitiva de Porter (2007) y a la competitividad estructural de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2012). Esta competitividad sistémica consiste en el fortalecimiento competitivo de las empresas locales a través de la articulación, simbiosis y sinergia entre elementos innovadores económicos, tecnológicos, sociológicos y políticos que buscan incrementar la competitividad de las empresas industriales localizadas territorialmente; entrelazados estos elementos en cuatro niveles sistémicos (meta, macro, meso y micro). Esto se convierte en una necesidad central cuando dichas empresas deben competir frente a un mercado global, dentro o fuera de su territorio.

Livas y Krugman (1996), señalan que mientras mayor sea la apertura comercial

de un país, menor será su concentración productiva regional, puesto que la producción se vincula más al mercado internacional que al nacional, intensificando la polarización regional. Esto genera una dependencia espacial a través del capital, el comercio, la tecnología, las relaciones sociales y políticas, entre otros. Bajo este esquema, el capital multinacional establece las pautas de reproducción del capital institucionalmente fundamentado en un tratado. Cuanto más se internacionalizan las economías nacionales, menos se diferencian como regiones, alineándose al funcionamiento de la economía global. Así, los factores locales o endógenos son prioritariamente la gente de la región, los empresarios, los trabajadores y las administraciones y, en menor medida, los recursos naturales o incluso los costos diferenciales del transporte asociados con la localización. Por ello, es importante generar esquemas y estrategias de integración hacia nuevos mercados que permitan un mayor involucramiento de las estructuras empresariales locales.

Una vez más, el proceso de desarrollo asume el carácter determinístico de la organización del territorio como un tema de discusión central de las dos caras de la moneda, entre la globalización y la localización, como un neologismo de lo glocal, introducido por Robertson, R. (citado por Moncayo, 2002).

## 5.2 La estructura empresarial de México y su inserción en el mercado mundial

La diferenciación entre desarrollo y subdesarrollo de las regiones se vincula directamente con la capacidad y voluntad expansiva de los capitales, principalmente globales, así, a futuro, las fronteras estarán definidas por las redes y los clústeres empresariales, marcadas por la discrepancia del poder de la pequeña y mediana empresa frente a los grandes corporativos multinacionales (Basave, 2000).

En México, como en muchos otros países en vías de desarrollo, la prevalencia de micro, pequeñas y medianas empresas constituye el grosor de la estructura empresarial local. Según datos del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM, 2017), 92.1% pertenecen a microempresas, 6.02%

a pequeñas empresas, 1.3% a medianas y 0.58% a grandes empresas (cuadro 3). De estas, solo 0.64% exporta y 1.21% importa, correspondiendo principalmente a las grandes empresas.

El tamaño de empresa se clasifica con base en la ocupación del número de empleados y el nivel de ventas, además del giro empresarial, según el Poder Ejecutivo Federal (PEF, 2009). El cuadro 1 justamente muestra esta categorización para las empresas en México. Si bien es cierto que la aportación en términos de valor de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) representa 52% del PIB nacional, estas generan tres cuartas partes del empleo en el país. Por ello la importancia económica y social de saber su nivel de participación en el contexto nacional e internacional.

**Cuadro 1. Categorización de la tipología de empresas en México, 2009**

Tamaño de empresa	Sector	Rango de trabajadores	Rango de ventas
Micro	Todos	Hasta 10	Hasta \$4
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250

Fuente: elaboración propia con base en el Diario Oficial de la Federación, 30 de junio de 2009, en [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5173027&fecha=30/09/2009](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5173027&fecha=30/09/2009).

En el cuadro 2 se puede visualizar una problemática grave que enfrenta la mayoría de las empresas en el país: la vulnerabilidad de su periodo de vida. La empresa mantiene una relación inversa respecto a su tamaño y directa o positiva respecto a su esperanza de vida. A manera de ejemplo, 32% de aquellas microempresas que emplean entre tres y cinco personas perece en el primer año. Las que sobreviven tiene una esperanza de vida de 8.4 años y solo once de ellas rebasarán la edad madura de los 20 años. Lo contrario ocurre con las grandes empresas de entre 51 y 100 trabajadores: solo 11% desaparece en el primer año y 65% de ellas alcanza la edad madura. Lo anterior se complica cuando se visualiza como meta un mercado internacional, el cual reclama un

periodo considerable para la incursión de la empresa y, sobre todo, su permanencia. A pesar de ello, se tiene la experiencia de varias pequeñas y medianas empresas que han incursionado, casi de manera directa desde su surgimiento focalizado, en nichos de mercados especializados y de productos nostálgicos; nada despreciable, considerando la escala de producción de estas empresas.

Con base en la información reportada por el SIEM (2017), existen actualmente en México 696,343 empresas, concentradas principalmente en la capital del país (12.1%), Estado de México (7.9%) y Jalisco (7.2%), mientras que Hidalgo participa con 1.48%. La mayoría de ellas se concentran en comercio, con el 64.9%, seguidas de servicios (27.6%) e industria con 7.5% (cuadro 3).

**Cuadro 2. Esperanza de vida de las mipymes en México, 2017**

Tamaño de negocio (personas ocupadas)	Desaparición Primer año (%)	Esperanza de vida (años vida futura)	Porcentaje que sobrevive hasta edad madura (20 años)
0-2	38	6.9	11
3-5	32	8.4	11
6-10	17	15	25
11-15	18	20.7	25
16-20	15	23.3	43
21-30	12	22	43
31-50	9	22	65
51-100	7	22	65

Fuente: tomado de Sánchez *et al.*, 2015, con base en datos de INEGI, 2016. En <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/Experimentales/Esperanza/default.aspx>.

Según información de los cuadros 1 y 3, la mayor parte de las microempresas se concentra en comercio, con el 67.3%, la pequeña empresa en servicios, con el 45.1%, la mediana empresa en comercio (44.8%) e industria (36.2%) y la gran empresa, casi de manera proporcional con un 42.4%, en industria y servicios. Lo anterior muestra

cómo la microempresa se orienta a la parte de la comercialización bajo la modalidad de pequeñas misceláneas, muy comunes en México, por lo que pensar en la incursión de esta tipología de empresas en un mercado internacional es absurdo, pues la mayoría son de autoempleo y subsistencia.

**Cuadro 3. Composición y participación económica de la estructura empresarial en México, 2017 (unidades)**

	Industria	Comercio	Servicios	Total
Micro	40,207	431,872	169,378	641,457
Pequeñas	8,587	14,434	18,937	41,958
Medianas	3,326	4,113	1,739	9,178
Grandes	1,457	834	1,459	3,750
Total	53,577	452,253	192,513	696,343

Fuente: elaboración propia con base en información del SIEM. En <http://www.siem.gob.mx/siem/estadisticas/estadotamanoPublico.asp?tam=4&p=1>.

Lo contrario ocurre con las grandes empresas, asociadas generalmente a capitales externos que participan en un mercado internacional bajo la modalidad de corporativos o franquicias, porque tienen ya definidas sus estrategias de inserción y expansión en estos mercados. Así, entonces, el análisis se centra en las pequeñas y medianas empresas que están en posibilidades de participar en un mercado externo—debido a su esperanza de vida, nivel de integración y escala de producción—,

pero que, en su mayoría, no cuentan con una planeación estratégica para la incursión en estos mercados. Sin embargo, para que las pymes logren concretar su inserción en el mercado mundial, se requiere de un acompañamiento institucional dinámico y continuo que les apoye en esta tarea nada fácil frente a las grandes empresas posicionadas en estos mercados.

A pesar de que México cuenta con una serie de tratados comerciales, firmados con un sin número de países de los diferentes continentes,

su mercado principal sigue siendo el de los Estados Unidos, comercializando más de 80% de sus exportaciones e importaciones. Para ser precisos, 83.86% del comercio se genera dentro del marco del TLCAN, 4.8% con la Unión Europea y 3.96% con la ALADI (ProMéxico, 2016).

La participación de las empresas mexicanas en el mercado mundial sigue siendo muy discreta y concentrada. Del total de empresas solo 4,486 exportan (0.64% del total), de las cuales 82.7% se concentra en diez estados, como se observa en el cuadro

4. Por el lado de las importaciones, son más las empresas que participan en la dirección de este flujo comercial, razón por la cual la balanza comercial es de manera recurrente deficitaria, atribuible a la gran cantidad de insumos y maquinaria importados por parte de las empresas mexicanas, sean del tamaño que sean, sin embargo, estas muestran una menor concentración estatal: 63.8% en diez estados. En términos de cantidad, las empresas importadoras duplican en número a las empresas exportadoras, siendo 1.28% del total (SIEM, 2017).

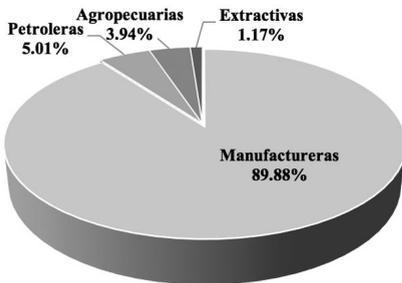
**Cuadro 4. Participación de las empresas mexicanas en el flujo comercial internacional, 2016**

Estado	Empresas exportadoras	Estado	Empresas importadoras
Baja California	607	Baja California	1,887
Coahuila	218	Coahuila	442
Chihuahua	547	Chihuahua	918
Ciudad de México	385	Ciudad de México	756
Guanajuato	472	Guanajuato	339
Jalisco	529	Jalisco	730
Estado de México	412	Estado de México	654
Nuevo León	182	Sinaloa	402
Querétaro	107	Tamaulipas	192
Tamaulipas	255	Veracruz	464
Subtotal	3,714	Subtotal	5,666
<i>Exportadoras totales</i>	<b>4,486</b>	<i>Importadoras totales</i>	<b>8,879</b>
<b>% Total</b>	<b>0,64</b>		<b>1,28</b>

Fuente: elaboración propia con base en información de [https://www.siem.gob.mx/siem/portal/estadisticas/Est\\_ExpImp\\_xEdo.asp](https://www.siem.gob.mx/siem/portal/estadisticas/Est_ExpImp_xEdo.asp).

Respecto a la composición de las exportaciones, en el gráfico 1 se puede observar cómo México, después de ser un gran exportador de productos primarios (materias primas, alimentos, petróleo) — que representaban tres cuartas partes de su comercio exterior hasta antes del proceso de apertura—, es hoy un exportador manufacturero con casi el 90% del total, siguiéndole las exportaciones petroleras y agropecuarias.

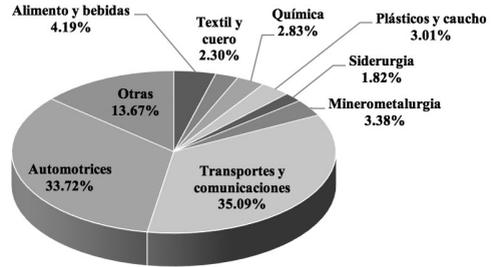
**Gráfico 1. Composición de las exportaciones de México, 2016.**



Fuente: elaboración propia con base en información del INEGI: BIE, en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/default.aspx>.

De las exportaciones manufactureras, cerca de 65% pertenece al sector metal mecánico de materiales y equipo destinado a las comunicaciones y transporte y a la industria automotriz de autopartes (gráfico 2); porcentaje que sin duda corresponde a la presencia de aquellas empresas automotrices transnacionales como General Motors, Nissan, Volkswagen, entre otras.

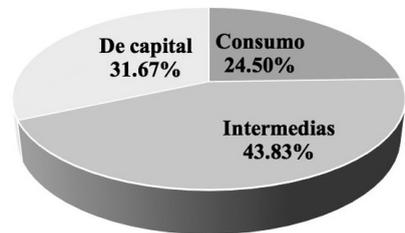
**Gráfico 2. Composición de las exportaciones manufactureras de México, 2016.**



Fuente: elaboración propia con base en información del INEGI: BIE, en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/default.aspx>.

Con el gráfico 3 se puede corroborar lo señalado anteriormente, donde las exportaciones por tipo de bien muestran que el grosor de estas se concentra en productos intermedios y de bienes de capital. En menor medida son los bienes de consumo que, sin duda, pertenecen a los productos concentradores de mano de obra y recursos naturales de las industrias agroalimentaria, textil y química.

**Gráfico 3. Exportaciones de México por tipo de bien, 2016.**



Fuente: elaboración propias con base en información del INEGI: BIE, en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/default.aspx>.

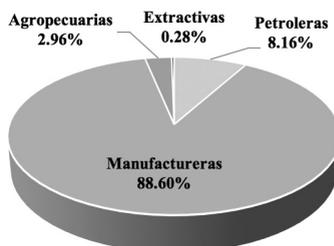
Con base en esta información, se puede señalar que la participación que han tenido las empresas estrictamente mexicanas ha sido poco significativa, pues el grosor de la actividad exportadora recae en grandes empresas transnacionales. En el plano nacional pueden destacar empresas como el Grupo Bimbo, el Grupo La Moderna y el Grupo Industrial Maseca (GIMSA), las cuales han implementado estrategias que combinan el uso de su poder sobre los segmentos del mercado interno en que operaban y sus relaciones con políticas públicas de apoyo, así como el establecimiento de alianzas estratégicas; empero, ello no ha contribuido a cambiar significativamente el equilibrio entre los mercados nacional y mundial, ni tampoco se ha podido transmitir el dinamismo de esas empresas al resto de la economía. Prevalen las corporaciones libres de la regulación estatal, sin obligaciones y desterritorializadas, con una integración vertical de concentración del poder económico (Chauvet y González, 2001).

También figuran algunas otras empresas de nichos de mercado en los que incursionan circunstancial o acertadamente. Sin embargo, se está lejos de hablar de un verdadero proceso de exportación de las pymes mexicanas, atribuible esto a la propia estructura empresarial que, bajo los esquemas tradicionales de competencia, no permite desarrollar estrategias

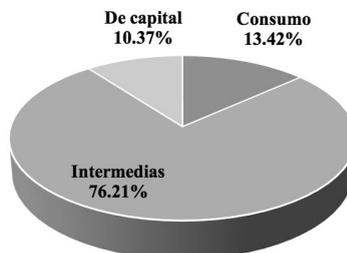
asertivas frente a los grandes consorcios empresariales.

Por el lado de las importaciones, figuran aquellas empresas canalizadas al sector manufacturero y, en menor grado, las requeridas en la industria petrolera, lo cual se identifica en el gráfico 4. Tres cuartas partes de estas importaciones se utilizan como insumos intermedios en aquellas industrias que, sin duda, están vinculadas a la exportación y, en menor medida, destacan las importaciones para consumo y como bienes de capital (gráfico 5).

**Gráfico 4. Composición sectorial de las importaciones de México, 2016.**



**Gráfico 4. Composición sectorial de las importaciones de México, 2016.**

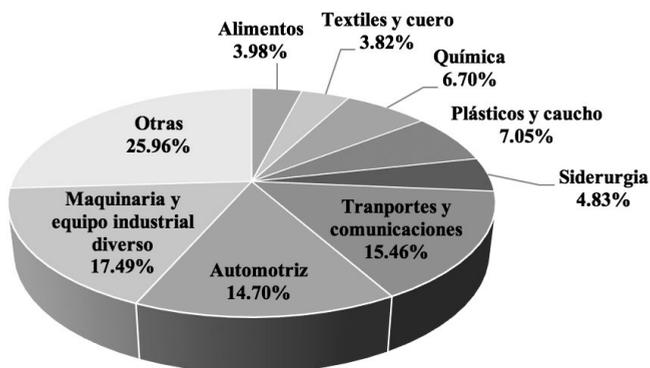


Fuente: elaboración propia con base en información del INEGI: BIE, en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/default.aspx>.

Analizando las importaciones manufactureras, se puede deducir una relación directa con las exportaciones del gráfico 2, donde las mismas actividades que figuran en la exportación —como la automotriz, de comunicaciones y transportes— destacan como empresas demandantes de insumos intermedios para la elaboración de productos como autopartes, electrónicos e industria pesada, lo que se muestra en el gráfico 6. Esta

situación es preocupante porque pareciera que el único valor que se agrega a los productos exportables en el territorio es la mano de obra. Se transfiere el valor vía importaciones a las mismas filiales de las empresas transnacionales al requerir, en su mayoría, insumos importados para ensamblar su producto semielaborado o final en México, con la facilitación del comercio intraindustrial en el marco de los tratados comerciales.

**Gráfico 6. Composición de las importaciones manufactureras de México, 2016**



Fuente: elaboración propia con base en información del INEGI: BIE, en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/default.aspx>.

A pesar del análisis controversial del desempeño de las pymes en el flujo comercial, el comercio exterior es un fenómeno indiscutible para el desarrollo de México y de sus empresas; presenta

también grandes ventajas para consolidar la posición de las compañías en el mercado internacional y contribuir así al crecimiento del país, ventajas señaladas por la Secretaría de Economía (SE, 2011):

- Contar con una plataforma logística de tres mil kilómetros de frontera terrestre con el principal consumidor mundial, como lo es Estados Unidos, así como once mil kilómetros de litorales hacia los mercados de Europa y Asia.
- Tener una red de tratados que posibilita el acceso a mil millones de consumidores.
- El fortalecimiento y modernidad de la red de infraestructura carretera, aérea y portuaria.
- La facilitación comercial a través de la simplificación arancelaria de ventanilla única.
- Impulso para la creación de valor agregado a través de la innovación y formación de capital humano.

Lo anterior representa una plataforma importante para potencializar la actividad exportadora del país, sin embargo, esta también debe diversificarse e impulsar aquellos sectores empresariales que sean generadores de mano de obra y valor agregado —como el textil, vestido, calzado, metalmecánico, agroindustrial, entre otros—, de donde dependen económicamente un número considerable de pymes y muchas familias. Para ello se requiere también del apoyo de las instituciones gubernamentales con el diseño e instrumentación de políticas públicas acorde a los requerimientos de

la estructura empresarial y perspectiva estratégica del comercio mundial, como ocurre solo para algunas empresas antes mencionadas. En caso contrario, las pymes seguirán teniendo un bajo desempeño en los mercados internacionales.

### **5.3 Una estrategia de inserción en el mercado internacional para las pymes mexicanas: de lo glocal o lo global**

La incorporación de México al GATT, el tipo de cambio sobrevaluado y la demanda de insumos de bajo costo, en la década de los ochenta, marcan el inicio de una etapa de gran competencia entre las empresas mexicanas por conservar el mercado interno y trascender en el internacional frente a los grandes oligopolios transnacionales que determinan la competencia en una lógica global de los procesos productivos, comerciales y financieros. Esta nueva competencia oligopólica transnacional aumenta la concentración del poder económico; las transnacionales operan externalizando actividades mediante la descentralización e internalizando con la generación de cuasintegraciones. Sus estrategias consisten en nuevas combinaciones de competencia y cooperación entre la defensa de sus mercados en el país y la conquista de posiciones en el exterior (Acosta & Fander, 2005).

Frente a este contexto, las pymes deben generar estrategias basadas en los flujos de información y personas, la utilización de infraestructuras y servicios comunes, la aplicación conjunta de nuevas tecnologías y la cooperación interempresarial. Esto puede ser posible a través de la creación de asociaciones, al tener estructuras internas fragmentadas y economías de escala muy pequeñas para los requerimientos y competencia de los mercados internacionales.

La creación de redes empresariales denominadas network es una alternativa de aglomeración para las pymes en México, en la modalidad más simple en la figura jurídica de las cooperativas. Un caso avante de este tipo de organización, con éxito de incursión en los mercados internacionales, sin duda ha sido Pascual Boing, quien tiene presencia en Norte y Sudamérica.

Como alternativa, la creación de redes empresariales parece muy sencillo, sin embargo, una de las grandes problemáticas de esta tipología de empresas en México tiene que ver justamente con cuestiones organizacionales y la estructuración sólida de estas. Lo cierto es que resulta más fácil generar este tipo de alianzas en los sistemas productivos locales, donde interactúa un colectivo de empresas en un ambiente social, cultural y geográfico común, basado en la confianza, desde lo local con perspectiva global, ya sea en la comercialización o

proveeduría, aprovechando la atmósfera empresarial como señalara Marshall.

La competencia mundial de acceso y restricción a los mercados opera a través de interacciones sistémicas entre la tecnología, oligopolios transnacionales, mercados, cooperación y Estado. Por lo que, para las pymes, acceder de forma individual a estos mercados resulta una meta muy complicada, aunque no imposible, cuando su preocupación prioritaria es alargar su esperanza de vida para mantenerse en el mercado. A pesar de ello, estas empresas también han encontrado un área de oportunidad muy importante en los mercados internacionales que demandan productos sanos (orgánicos) vinculados a una filosofía de producción muy arraigada en varios de los productores nacionales, lo cual representa una fortaleza muy importante a considerar dentro del presente análisis.

Las estrategias para las pymes de México deben estar basadas en el aprovechamiento de su entorno local más próximo, es decir, de la potencialidad de su frontera de posibilidades de producción basada no solo en la dotación de sus factores, sino en la estructuración sistémica de estos con el reconocimiento de agentes claves como lo proponen los Sistemas Regionales de Innovación Participativos (Sánchez *et al.*, 2016), los cuales, considerando la determinación territorial de la

sustentabilidad, podrían denominarse más bien como Sistemas Biorregionales de Innovación Participativos (SBIP).

## Conclusiones

No existe una propuesta única para atender las diferentes problemáticas que se gestan al interior de la interacción de un mundo tan complejo y contradictorio. Puesto que, cuando más cerca está de validarse un modelo económico en el plano mundial, siempre acontecen eventos que muestran las contrariedades del proceso de acumulación y reproducción del capital como sistema. Así, entonces, pensar que se puede tener una receta única y asequible para todos es prácticamente imposible. Sin embargo, hacer un planteamiento desde lo local debe sin duda tener un mayor beneficio que hacerlo desde una perspectiva global.

Como se ha visto con anterioridad, la estructura empresarial en México presenta grandes desventajas para su inserción en un mercado internacional y esto se complica aún más cuando se visualiza de afuera hacia adentro, de lo global a lo local. Por ello, la connotación correcta debe ser bajo una perspectiva de lo glocal, es decir, partiendo de la determinación localista de su funcionamiento interno con una visión global que le permita dimensionar su potencialidades y requerimientos para participar en este mercado mundial.

Bajo este tenor, se propone una estrategia de inserción en los mercados internacionales para las pymes de México a través de los SBIP, considerando elementos clave como la territorialidad, la innovación, la estructuración de redes —en este caso empresariales— y la sistematización del desarrollo en un marco de la sustentabilidad, con una perspectiva glocal.

## Bibliografía

- Acosta, A. & Fander, F. (2005). *Asedios a lo imposible. Propuestas económicas en construcción*, FLACSO, Friedrich, Quito.
- Basave, J. (2000). *Empresas mexicanas frente a la globalización*. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de <http://ru.iiec.unam.mx/1439/1/EmpresasMexAnteGlobal.pdf>.
- Chauvet, M. & González, R. (2001) “Globalización y estrategias de grupos empresariales agroalimentarios de México”, *Comercio Exterior*, diciembre, pp. 1079-1088.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2016). *Esperanza de vida de los negocios en México*. Recuperado el 18 de diciembre de 2016, de <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/Experimentales/Esperanza/default.aspx>.

- Livas-Elizondo, R. & Krugman, P. (1996). "Trade Policy and the Third-World Metropolis", *Journal of Development Economics*, núm. 49.
- Moncayo, E. (2002). "Glocalización: nuevos enfoques teóricos sobre el desarrollo regional (sub nacional) en el contexto de la integración económica y de la globalización", *Desafíos*, núm. 7, pp. 50-99. Recuperado el 27 octubre de 2016, de <http://www.revistas.uosario.edu.co>.
- Nelson, R. (1999). "How New is New Growth Theory?", *Challenge*, vol. 40, núm. 5, pp. 29-58.
- Ohmae, K. (1990). *The Borderless World. Power and Strategy in the Global Marketplace*, Harper Collins, London.
- (1995). *The End of the Nation State*, Free Press, New York.
- Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo Económicos, OCDE (2012). *La Estrategia de Innovación de la OCDE: empezar hoy el mañana*. Recuperado el 18 de marzo de 2016, de [http://www.foroconsultivo.org.mx/libros\\_editados/estrategia\\_innovacion\\_ocde.pdf](http://www.foroconsultivo.org.mx/libros_editados/estrategia_innovacion_ocde.pdf).
- Organización Mundial del Comercio, OMC (2013). *Informe sobre estadísticas del comercio internacional 2013*. Recuperado el 1 de mayo de 2017, de [http://www.wto.org/spanish/res\\_s/statis\\_s/its2013\\_s/its2013\\_s.pdf](http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2013_s/its2013_s.pdf).
- Perales, A. (2012). "Globalización, regionalismo y transnacionales" en Terrones, A. (coordinador). *Globalización, crisis y crecimiento económico en México*, Plaza y Valdés, México, pp. 19-46.
- Poder Ejecutivo Federal, PEF (30 de junio de 2009). *Diario Oficial de la Federación (DOF)*. Recuperado el 10 de mayo de 2016, de [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5173027&fecha=30/09/2009](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5173027&fecha=30/09/2009).
- Porter, M. (2007). "La ventaja competitiva de las naciones". Recuperado el 12 de noviembre de 2016, de <http://insight.ipae.edu.pe/media/contents/articulos/file/013866800%201334509161.pdf>.
- ProMéxico (2016). *Tratados comerciales*. Recuperado el 12 mayo de 2017, de <http://www.promexico.gob.mx/es/mx/tratados-comerciales>.
- Sánchez, Y., Terrones, A. & Cruz, M. (2016). *Sistemas regionales de innovación participativos: de la teoría a la práctica*, Plaza y Valdés-UAEH, México.
- Scott, A. (1998). *Regions and the World Economy: The Coming Shape of Global Production, Competition, and Political Order*, Oxford University Press, Reino Unido.
- Secretaría de Economía, SE (2011). *Desarrollo y oportunidades en el sector exportador mexicano*. Recuperado el 18 de julio de 2016, de <http://www.economia.gob.mx/files/potencial%20exportador.pdf>.

Sistema de Información Empresarial  
Mexicano,

SIEM (2017). *Estadísticas de empresas por municipio, actividad y número de empleados.*

Recuperado el 16 de abril de 2017, de <http://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/respuesta.asp?estado=13&actividades=31&consultaporliga=1>.

Sunkel, O. (1977). “El desarrollo de la teoría del desarrollo”, *Estudios Internacionales*, vol. 10 (40), pp. 33-46. doi:10.5354/0719-3769.1977.16547.

Sunkel, O. & Paz, P. (1970). *El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo*, Siglo XXI, México.

Vázquez, A. (2007). “Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial”, *Investigaciones Regionales*, vol. 11, pp. 183-210. Recuperado el 27 de abril de 2017, de <http://www.aecr.org/images/ImatgesArticles/2008/09b%20Vazquez.pdf>.

Waterman, P. (1998). *Globalization, Social Movement and the New Internationalism*, Massell/Castells, Londres.

# EL MERCADO ASIÁTICO, UNA OPORTUNIDAD COMERCIAL

---

*Cleotilde García González  
Amada Hidalgo Gallardo  
Sandra Luz Hernández Mendoza*

## **Introducción**

El comercio exterior mexicano ha tenido una evolución significativa en los últimos años, como consecuencia de su firma de tratados y acuerdos comerciales, los cuales le han permitido estar en las plataformas económicas mundiales, de aquí que surjan varias oportunidades para los productos mexicanos. En particular, tiene relevancia la evolución de las exportaciones mexicanas del sector agropecuario hacia el mercado nipón después de diez años de haberse firmado el Acuerdo de Asociación Económica (AAE) y de nueve años de estar en operación. Este se consideró el primer acuerdo de libre comercio de gran escala para Japón, promoviendo la liberalización del comercio

y la inversión con el territorio mexicano, mientras que para México representó una mejor apertura comercial de bienes, servicios y capitales a través de la reducción de aranceles aduaneros en los productos agropecuarios e industriales. No obstante, las exportaciones en los sectores anteriores son destinadas en su mayoría a EE. UU.

Este planteamiento es derivado de las necesidades que se han presentado por parte de empresas mexicanas para realizar exportaciones a un nuevo mercado con una mayor oportunidad y con la ventaja de estar bajo el amparo de un acuerdo comercial. Por lo que, es pertinente también analizar los beneficios que el AAE ha traído consigo a los productores y empresarios mexicanos,

contemplando un periodo de diez años de comercialización de bienes y servicios al Japón. Para efectuar el análisis correspondiente, es relevante identificar los sectores que han obtenido una mayor participación en las importaciones del mercado japonés. Con ello se busca beneficiar a los que estén interesados en conocer la situación de nuestro país con base en los niveles de comercio establecidos entre ambas naciones y, con esto, acceder a un mercado extranjero con un gran poder adquisitivo.

Para lograr el objetivo, se ha determinado utilizar un método de análisis de acuerdo con Hernández, R. (2006), quien comenta que “la formulación de una hipótesis depende del alcance inicial de estudio por lo cual la presente investigación es aplicada ya que intenta analizar un fenómeno de manera particular”. Asimismo, las investigaciones cuantitativas que están relacionadas con la hipótesis definen el alcance de este trabajo de manera correlacional, en virtud de que se pretende medir la relación entre la oferta y la demanda de productos, sobre todo del sector agropecuario, entre México y Japón; y de diseño longitudinal, ya que se examinan y comparan los datos recopilados en un rango de diez años que se ha mantenido la relación comercial entre ambas naciones. Se busca realizar, a través de un método teórico documental, un análisis histórico de la relación bilateral y los beneficios que esta ha generado para nuestro país.

Por lo tanto, el contenido de este documento contiene, primeramente, un análisis del AAE México-Japón, detectando los sectores favorecidos por la firma del citado acuerdo. Se describen acontecimientos que dieron origen a la relación comercial entre naciones tan alejadas geográfica y culturalmente hasta llegar al AAE MX-JP, identificando su relevancia frente a otros tratados y acuerdos comerciales; de igual manera, se abordan teorías como la regionalización y localización con la finalidad de fundamentar el presente trabajo. Asimismo, se plantea la importancia de la ubicación geográfica, principales puertos, actividades y balanza comercial, enfatizando en el sector agropecuario, de tal manera que se reconozca una oportunidad comercial con este mercado, certificaciones necesarias para ingresar al país y una breve mención de lo que nos brinda el AAE.

Finalmente, se aborda la participación de México en el mercado asiático, acentuando los años de mayor crecimiento durante el periodo 2005-2015. Con esto, se persigue contrastar la participación del sector agropecuario mexicano, sus beneficios, ratificación del acuerdo y resultados alcanzados por las transacciones comerciales efectuadas durante el periodo. En el mismo espacio se mencionan algunas ventajas y desventajas de este acuerdo, incluyendo nuevos términos de

negociación que se están implementando con la nación nipona. Una vez analizado todo lo anterior, se desea demostrar que el comercio bilateral entre México y Japón representa un beneficio para el comercio exterior de nuestro país, desde la entrada en vigor, siendo una oportunidad de incursionar en un nuevo mercado.

Este acuerdo permite el incremento del nivel de participación del sector agropecuario mexicano bajo el amparo de preferencias arancelarias otorgadas y creación de instituciones que fortalecen la actividad comercial de nuestros productores y empresarios para realizar negociaciones con este mercado.

## **6.1 Antecedentes: “México-Japón: surgimiento de la relación comercial”**

---

México se encuentra a una gran distancia de Japón, si nos vamos a las cifras, son más de 10,000 km los que separan a estas naciones. Actualmente las distancias ya no representan un problema, gracias a la tecnología moderna y a la celebración de numerosos tratados y acuerdos de integración; estos vínculos permiten un intercambio no solo cultural, sino también comercial, mediante el trato equitativo y respeto mutuo entre las naciones. A continuación se presenta una síntesis sobre aquellos acontecimientos relevantes que

dieron origen a la relación de amistad y comercio entre México y Japón.

En cuanto a la historia de Japón, en el año 1561 España realizaba todo tipo de intercambio con Oriente a través de nuestro territorio, en ese tiempo conocido como la Nueva España. Un hecho que marcó el acercamiento mexicano con la nación japonesa ocurrió en el año 1575, cuando españoles nacidos en México utilizaban las Filipinas como centro de actividad comercial. En esa época, el trueque era la forma de cubrir las necesidades, de tal forma que, por un lado, había productos europeos como seda, vino, espejos y piel de venado, mismos que se intercambiaban por trigo, carne salada, abanicos de papel y vasijas con dibujos de oro sobre laca originarios de Oriente. Las relaciones comerciales se mostraban complicadas, debido a su sujeción a las disposiciones del rey español, por lo que los primeros intentos terminaron en fracaso.

Sin embargo, para 1639, Japón prohibió el comercio con el extranjero, sus habitantes no podían salir del territorio y quienes se encontraran el extranjero no podían volver; su único acercamiento a la cultura occidental fue la comunidad holandesa. Pasando los años, ya en 1853, el comandante Matthew C. Perry de EUA entró a la bahía de Tokio con el propósito de convencer a los japoneses que cesaran su política de aislamiento, concretando un año después

un tratado de amistad, de esta manera se establecieron las relaciones diplomáticas entre México y Japón. Como muestra de amistad, Japón ofreció a México un espacio privilegiado en Tokio para la instalación de su representación diplomática en el año 1890, en la actualidad, la Embajada de México sigue ocupando el mismo sitio.

En 1897 llegó a Escuintla, Chiapas, la primera migración oficial japonesa, marcando esto el inicio de una serie de migraciones de ciudadanos japoneses a México para forjar un futuro y un desarrollo mutuo y en 1956, con el fin de crear un centro de reunión para los japoneses y un lugar de intercambio cultural, se fundó la Asociación México Japonesa, A. C. Como consecuencia de la buena relación entre ambas naciones, en 1969 se inicia la operación del programa de asistencia oficial para el desarrollo (AOD) de Japón para México (Embajada de Japón en México, 2016).

Como seguimiento a los lazos de negociaciones, en 1991 México establece relaciones con APEC (Foro para la Cooperación Económica Asia Pacífico, por sus siglas en inglés), formando parte de este hasta 1993, lo que permitió que, para el nuevo milenio, en 2002 México fuera sede de APEC, siendo una oportunidad para el acercamiento del continente asiático con México (Universidad Asia Pacífico, 2009).

Es en el año 2004 cuando México finca el Acuerdo de Asociación Económica México-Japón (AAE), entrando en vigor en 2005 y siendo este un logro importante en comercio internacional en virtud de que fue el primer acuerdo comercial celebrado entre países que no forman parte del mismo bloque comercial regional ni de la misma zona de libre comercio. El AAE ha dado un fuerte impulso a las relaciones comerciales, de inversión y cooperación, estableciendo con esto una base para México al considerar a Japón como parte fundamental de su política comercial internacional y como un contribuyente a la competitividad de nuestro país mediante cuatro líneas de acción: exportación, importación, cooperación e inversión.

Con la firma de este acuerdo se establecieron objetivos basados en aumentar las oportunidades de inversión, promover la cooperación y coordinación, así como establecer un marco para el fomento de la cooperación bilateral y la mejora de los negocios entre ambos países; con esto se facilitó un comercio de bienes y servicios entre las partes.

## **6.2 Relevancia del AAE MX-JP frente a otros TLCs de México**

---

En la actualidad, la mayoría de los países están celebrando tratados de libre comercio

con la finalidad de lograr un intercambio de bienes y servicios, es decir, abren sus puertas al mercado internacional. En el caso de México, en el año 2015 se generó un ingreso de 380'749,925 USD gracias a las exportaciones realizadas, sin embargo, y pese a la diversidad de tratados comerciales con los que cuenta nuestro país, sigue existiendo una alta exportación al mercado estadounidense. De acuerdo con cifras, en 2015 se exportó un total de 309'110,403 USD a los EUA, representando esto 81.18% del total exportado, de tal manera que solo 18.82% es enviado a los países restantes, lo que demuestra una cifra mínima de diversificación a nivel mundial, problema justificado por la falta de competitividad e innovación de nuestros productos nacionales.

**Tabla 1. Acuerdos comerciales celebrados por México**

N.º	Nombre del acuerdo	Fecha de entrada en vigor
1	Panamá (AAP A25TM 14)	24/04/1986
2	Ecuador (AAP R 29)	06/08/1987
3	Paraguay (AAP R 38)	01/07/1994
4	Brasil (AAP.CE N.º 53)	02/05/2003
5	Japón (AAE)	01/04/2005
6	Acuerdo Marco MERCOSUR (ACE N.º 54)	05/01/2006
7	Argentina (ACE N.º 6)	01/01/2007
<b>México - Continente europeo</b>		
8	Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUEM)	01/10/2000
9	Tratado de Libre Comercio México-Asociación Europea de Libre Comercio (TLCAELC)	01/07/2001
<b>México - Continente asiático</b>		
10	Tratado de Libre Comercio México-Israel	01/07/2001

Fuente: elaboración propia con datos de SICE, 2016.

Con estos dos ejemplos se deduce que los obstáculos arancelarios y logísticos son una constante a nivel mundial, sin importar el país con el que se negocie, es decir, el incursionar en un nuevo mercado siempre tendrá un riesgo, pero con la posibilidad de conseguir un posicionamiento en algún nicho específico.

Por lo anterior, se ha elegido el AAE México-Japón, un acuerdo que tiene la particularidad de ofrecer mayores preferencias arancelarias para la exportación de nuestros productos, sabiendo que la participación en la región Asia-Pacífico se está incrementando. Prueba de ello son los proyectos de realización de nuevos tratados de integración regional que se están llevando a cabo en años recientes; el incursionar en Japón permite un acceso más fácil a esta zona.

El AAE representa un fortalecimiento económico, al considerar a Japón una potencia mundial, por ello resulta interesante identificar la situación actual en el ámbito del comercio exterior que enfrenta nuestro país con una nación alejada del continente americano, con una cultura conservadora y distinta a la de Occidente, pero también resulta una oportunidad para demostrar que nuestro país no está firmando acuerdos o tratados solo por firmar, sino que está fomentando que el movimiento de mercancías se realice cada vez más a otras naciones, con un

beneficio a futuro para nuestro país al realizar la firma de acuerdos comerciales estratégicos como lo es el AAE MX-JP. Por otra parte, es menester considerar la gestación de regionalizaciones que se están desarrollando a nivel mundial, lo cual se deriva a la globalización permanente mediante la ventaja competitiva.

La regionalización, definida por David Held, Anthony McGrew, David Goldblatt y Jonathan Perraton en su obra *Transformaciones Globales: Política, economía y cultura*, es: “El conjunto de procesos de integración que se dan de forma efectiva en el interior de uno o varios ámbitos geográficos regionales; este fenómeno implica la intensificación de las relaciones comerciales entre las naciones” (Held, McGrew, Goldblatt & Perraton, 2002).

Un ejemplo de ello es el aumento en los vínculos internacionales entre mercados localizados dentro de la zona Asia-Pacífico, como APEC, la Alianza del Pacífico y el surgimiento del Tratado de Asociación Transpacífico (TTP por sus siglas en inglés). Aunado a esto, para crear un acuerdo comercial es necesario tener en cuenta la teoría de localización, partiendo del hecho básico de que los recursos naturales son limitados y están distribuidos en forma desigual a nivel mundial, por lo que la explotación de estos es lo que conduce a los Estados a la especialización en determinadas actividades haciendo uso de

ciertas estrategias para el aprovechamiento de estos recursos e interviniendo el conocimiento de cada Estado sobre su nivel de producción de acuerdo con la disponibilidad establecida (Kravis, 1956).

No obstante, es importante destacar el concepto de ventaja competitiva ya que es un factor clave para que un país pueda identificar más fácilmente las áreas de oportunidad en los mercados internacionales, enfocándose en aquellos sectores en los que puede tener un mayor éxito sobre los demás países, es decir, una ventaja competitiva puede ser la distancia que un país tiene con las potencias mundiales, la calidad de mano de obra, los costos de producción o cualquier factor que distinga de manera positiva al país de sus competidores.

Cumpliendo con las teorías anteriormente mencionadas, se llegará al establecimiento de acuerdos comerciales de carácter estratégico y con un aprovechamiento exitoso con miras más allá de una relación comercial.

Actualmente, Japón se posiciona como la tercera economía más grande a nivel mundial, teniendo un producto interno bruto (PIB) de cerca de 4.601 billones de USD —de acuerdo con datos del Fondo Monetario Internacional (FMI)—, un PIB per cápita de 36,654 USD y un comercio internacional superior a los 1.55 billones de USD. Esto implica el alto poder económico

de Japón, sin embargo, es una de las economías más expuestas a la situación económica que hoy en día se presenta en el mundo, debido a la alta dependencia de las exportaciones que este tiene, sobre todo en materia agroalimentaria (Export Enterprises, SA, 2016).

De acuerdo con datos obtenidos de la Food and Agriculture Organization (FAO), en Japón existen cerca de 3,500 productores orgánicos que cultivan una superficie no mayor a 1,000 hectáreas, añadiendo que la mayoría de sus granjas son pequeñas y 85% de sus agricultores cuenta con un promedio de edad de 65 años y trabajan de manera parcial. Esto genera una llamada de atención a países con alta producción agrícola para dirigir sus productos a este país. Japón dispone de pocos recursos naturales, por esta razón depende del abastecimiento por parte de países externos para el suministro de materias primas, alimentos y recursos energéticos. Una superficie cultivable de 15% del total de su superficie permite, de manera idónea, las exportaciones alimentarias a su territorio. La aportación de solo 1.7% del PIB total atrae las exportaciones en este sector de manera creciente (Carnet Photographique, 2015).

Con la firma del AAE, surge un gran interés por el sector agropecuario y pesquero entre las naciones firmantes y, así, se presenta un alto porcentaje para

materializar el potencial de nuestros productores para la exportación de estos bienes a Japón, atrayendo, de igual manera, un mayor flujo de inversión para contribuir a la creación de empleos e incrementar nuestros niveles de producción (SAGARPA, 2015).

Japón, siendo una de las economías más grandes del mundo, está interesado en México y nuestro país se interesa en esta nación como destino de sus mercancías, aprovechando la relación comercial que se ha conseguido a través de la firma de un acuerdo. Se genera fortalecimiento entre ambos Estados, ya que se permite un incremento en la competitividad nacional, incentivando así nuestra productividad e impulsando el desarrollo de nuestros productores para satisfacer la demanda del pueblo japonés en relación con productos alimenticios, todo esto con el fin de aumentar el contenido nacional de las exportaciones realizadas por nuestro país.

Japón es un país ubicado en el este asiático entre el mar del Japón y el océano Pacífico, siendo un país insular que ocupa un archipiélago constituido por nueve regiones: Tokio y sus alrededores; Kioto y Nara; Chubu, extendiéndose hasta el centro del país; Kansai; el mar interior de Seto; Chugoku; Tohoku; Kyushu y Okinawa; y Hokkaido.

Es la tercera economía más grande del mundo, solo por debajo de China

y Estados Unidos; entre sus principales actividades económicas está el sector servicios, destacando la banca y el turismo, otro sector que permite una generación de capital es el desarrollo e innovación de tecnología automotriz y electrónica, tiene igual una participación destacada en el sector siderúrgico y procesamiento de alimentos. Por otro lado, la agroindustria que posee se basa en el cultivo de arroz, considerándose este el principal alimento en su estilo de vida, y de algunas frutas y verduras; la ganadería es principalmente porcina y bovina, aunque esta es incapaz de cubrir la demanda nacional; cuenta con avicultura y piscicultura.

Igualmente, los productos de importación de los cuales este país ha tenido necesidad en los últimos años son: el petróleo, gas natural licuado, productos alimenticios, ropa, carbón, etcétera; con un valor FOB total de 626'082,778 USD. Esto origina una referencia importante para el aprovechamiento del acuerdo comercial con el que México y Japón cuentan actualmente.

El puerto de Tokio es uno de los puertos más grandes de Japón y cuenta con una capacidad de tráfico anual de alrededor de 100 millones de toneladas de carga y 4'500,000 TEUs dando servicio a más de 32,000 barcos cada día. Está conectado directamente con los principales puertos y aeropuertos del mundo. Cuenta con quince

atracaeros para contenedores y puede amarrar buques grandes de la categoría de 50,000 toneladas (Export Entreprises SA, 2016).

El comercio exterior es un elemento fundamental en la economía japonesa, pero el país no se encuentra muy orientado hacia el exterior e impone importantes barreras no arancelarias, especialmente en el sector agrícola. Japón negocia una serie de acuerdos de libre comercio, entre los cuales destaca un acuerdo con la UE, mientras que el Acuerdo Transpacífico fue firmado en febrero de 2016. Japón es el quinto importador y el cuarto exportador de mercancías a nivel mundial (Trade Map,

2015) y el comercio representa alrededor de 36% del PIB del país (media 2012-2014). La balanza comercial, estructuralmente muy excedentaria, registró un déficit desde 2011, con el cierre de la central de Fukushima tras la catástrofe nuclear y el aumento de la factura energética del país. Después de alcanzar un nivel inédito en 2013, el déficit comercial se contrajo en 2015 (-77.9% con respecto a 2014) gracias a la baja de los precios petroleros, llegando a 23.9 mil millones de USD. Las exportaciones aumentaron 3.5% mientras que las importaciones disminuyeron 8.7% (Santander TradePortal, 2016).

**Tabla 2. Balanza comercial de Japón (en USD)**

Año	2011	2012	2013	2014	2015
Exportaciones	823'183,759	798'567,588	715'097,244	690'217,466	625'024,823
Importaciones	855'380,474	885'843,305	833'166,061	812'184,752	626'082,778
Balanza comercial	-32'196,715	-32'196,715	-118'068,817	-121'967,286	-1'057,955

Fuente: elaboración propia con base en datos de Trade Map, 2015.

Sus principales socios comerciales en la importación: China, Corea del Sur, Estados Unidos de América, Australia y Emiratos Árabes Unidos; en la exportación: Estados Unidos de América, China, Corea del Sur, Taiwán y Hong Kong.

Japón es el principal importador de productos agroalimentarios y pesqueros en el continente asiático; los principales productos de importación se concentran en productos cárnicos —en 2015 se importaron 9'356,088 USD—; aproximadamente importa 65% de sus necesidades de cereales —en 2015 importó 5'948,893 USD— y otros cultivos tales como hortalizas y frutas. En la pesca comercial se sitúa como el segundo importador a nivel mundial, detrás de China, con adquisiciones de 10'251,769 USD de productos de mar en los tres rubros: pesca de gran altura (realizada principalmente en alto mar o a través de acuerdos bilaterales en las zonas

económicas exclusivas de otros países); pesca de media altura (practicada sobre todo en la zona económica exclusiva, así como a través de acuerdos bilaterales en las zonas económicas exclusivas de países vecinos); y la pesca costera (practicada principalmente en las aguas contiguas a las aldeas de pescadores). Por ende, actualmente Japón es un importante mercado para las exportaciones agropecuarias mexicanas. La balanza comercial agroalimentaria y pesquera de Japón con el mundo mostró un déficit promedio de 52'939,963 USD durante el año 2015.

Por su parte, México es un importante proveedor de productos agropecuarios como frutas, hortalizas, cárnicos y productos pesqueros para el mercado japonés; en la siguiente tabla se muestra la participación de las exportaciones mexicanas en el sector agroalimentario con destino a Japón.

**Tabla 3. Balanza comercial agroalimentaria y pesquera de Japón**

Año	2012	2013	2014	2015
Exportaciones	4'462,916	4'480,793	4'560,536	4'945,857
Importaciones	73'551,956	66'807,478	64'008,724	57'885,820
Balanza comercial	-69'089,040	-62'326,685	-59'448,188	-52'939,963

Fuente: elaboración propia con datos de JETRO, 2015.

**Tabla 4. Exportaciones mexicanas en el sector agroalimentario a Japón**

	Millones de dólares							TMAC (%)	Variación (%)
	2008	2009	2010	2011	2012	Ene-oct 2012	Ene-oct 2013	2008-2012	2012-2013
<b>Balanza</b>	759	659	708	888	966	797	862		8.2
<b>Exportaciones</b>	763	661	711	894	970	800	866	6.2	8.2
<b>Importaciones</b>	4	2	3	6	4	3	3	4.7	11.8
Comercio agroalimentario total	766	664	715	900	974	803	869	6.2	8.2

Fuente: tabla obtenida de SAGARPA, 2015; basada en datos de la Consejería Agropecuaria de México en Japón; con datos del Ministerio de Finanzas de Japón.

México presenta un saldo favorable en la balanza comercial agroalimentaria y pesquera con Japón, registrando un superávit de 966 millones de USD en 2012. Cabe señalar que, de enero a octubre de 2013, se presentó un superávit de 862 millones de USD.

De acuerdo con una publicación de la SAGARPA (2015), los productos con mayor oportunidad de negocio en el mercado japonés son:

Calabaza kabocha: México es el segundo proveedor a Japón, compite principalmente con Nueva Zelanda, que tiene más de 50% del mercado. Japón es el mayor consumidor per cápita a nivel mundial.

Aguacate: Japón es el cuarto importador a nivel mundial. Los hábitos de consumo

en Japón han cambiado, prueba de ello es la incorporación del aguacate en la dieta diaria del japonés. México tiene prácticamente cubierto el mercado con más de 80% de participación. Competencia casi nula con otros países (Estados Unidos, Chile, Nueva Zelanda).

Melón: México lidera el mercado desde el 2006 en cuanto al melón de la variedad *honeydew* o gota de miel. Posee una participación de mercado de más de 70% y su principal competidor es Estados Unidos.

Limón persa: México es el principal proveedor de limón persa a Japón con casi la totalidad del mercado (99.97%) en 2013.

Mango: México (proveedor más antiguo de mango a Japón) mantiene el liderazgo del mercado con 35% a 40% de participación

sobre sus principales competidores: Filipinas, Tailandia y Taiwán.

Café: aunque Japón es el país que consume más bebidas energéticas del mundo, el café es la bebida preferida en este país, consolidándose como el primer consumidor en Asia y tercero a nivel mundial, sustituyendo a su bebida tradicional el té verde en los últimos años. Sin embargo, existe un nicho de mercado por explotar en cuanto al café orgánico, siendo México el mayor productor mundial de esta especialidad.

Atún aleta azul: sashimi y sushi. Actualmente solo tres empresas mexicanas con capital extranjero (islandés y japonés) exportan 100% del atún aleta azul que se engorda y procesa en Baja California. El hecho de que México no ha podido aumentar su participación, y por ende sus exportaciones a gran escala, para cubrir 100% del mercado, se debe a que es un producto estacional (generalmente México exporta atún aleta azul en los meses de noviembre, diciembre y enero) y, por otro lado, la comercialización del atún en el mercado japonés está sujeta al precio que se subasta al día. Los principales competidores son Corea del Sur, España, Canadá y Croacia.

Brócoli congelado: es reconocido como una hortaliza de calidad con altos estándares de sanidad, ricos nutrientes, libre de colesterol, grasas y agroquímicos.

México es el tercer proveedor a Japón después de China y Ecuador.

Espárrago: México lidera el mercado, pero es irregular debido al aumento en las exportaciones de vegetales chinos.

Tomate: producto perecedero y con problemas en el transporte por barco, debido a que el producto madura antes de tiempo y se maltrata, no cumpliendo con los estándares de calidad de la demanda. El transporte por vía aérea resulta sumamente caro y, por lo tanto, el valor comercial del tomate no llega a cubrir el costo del flete. Sin embargo, existe un gran mercado en las pastas, salsas o purés de tomate, ya que Japón es el tercer mayor consumidor mundial de salsa cátsup, utilizándola casi en 30% de sus platillos.

Naranja: exportaciones de jugo y jugo concentrado de naranja. Tercer proveedor de Japón, compite contra Brasil y Estados Unidos en cuanto a volumen, precio y calidad. La naranja fresca podría tener buenas oportunidades, sin embargo, requiere una mayor promoción.

Carne de res y sus derivados: las exportaciones mantienen una tendencia creciente. Entre finales del año 2013 y principios de 2014 las exportaciones mexicanas de carne de res (principalmente) cayeron debido a que las principales plantas exportadoras de carne de res mexicana destinaron sus exportaciones a Hong Kong, mercado que abrió sus puertas en el año

2013 para la carne y productos cárnicos de origen bovino fresco, refrigerado y congelado. Cabe señalar que Japón es un gran mercado, se caracteriza por poseer proveedores y consumidores leales a la marca y al producto, por lo que no se debe descuidar este mercado.

Carne y derivados de pollo: casi nula incursión en el mercado japonés del producto mexicano. Las exportaciones se han afectado por la detección del virus de influenza aviar, altamente patógeno (reciente caso en municipios de los estados de Jalisco, Aguascalientes y Guanajuato). Actualmente solo se puede exportar huevo en polvo.

Miel de abeja: Japón es el cuarto importador a nivel mundial, ya que su producción doméstica no satisface su demanda. Producto que puede estar no solamente enfocado para endulzante de bebidas y alimentos, sino también para la fabricación de cosméticos en la industria farmacéutica. Principales competidores: China, Argentina y Canadá.

Jarabe de agave: producto únicamente producido en México y principal proveedor a Japón. Es una alternativa perfecta de endulzante, sin embargo, resulta ser un producto aún mejor que la miel de abeja, maple o azúcar.

Tequila: demanda que ha mantenido una tendencia creciente desde el inicio de sus exportaciones.

El mercado japonés se identifica por los altos índices que demanda en la calidad de los productos, de manera particular en los productos orgánicos: se debe demostrar que estos se cultivaron, cosecharon y procesaron bajo los mejores procedimientos y estén libres de pesticidas o antimicrobianos. Una de las principales certificaciones para productos orgánicos es la Certificación JAS (Japanese Agricultural Standard), dicha norma dicta los estándares para la industria de la agricultura establecidos por el Gobierno japonés.

La certificación JAS asegura las cualidades del producto, se clasifica de las siguientes maneras:

- JAS General con Calidad: evalúa la composición, clasificación y rendimiento de la mercancía.
- JAS Específico: evalúa los métodos de producción.

Esta certificación originalmente solo abarcaba productos hortícolas, como frutas y verduras, alimentos para el ganado y los productos transformados de origen hortícola. No obstante, esta norma no cubre actualmente la apicultura (miel y productos apícolas) o la acuicultura.

Según sea el motivo de la certificación por realizarse en el producto, la certificación JAS presenta distintos sellos; un ejemplo es el siguiente:

JAS General: aplicado a los alimentos y productos forestales que se ajusten a las

JAS de calidad, tales como el grado, la composición y el rendimiento.



### 6.3 Relación comercial a diez años de la ratificación del acuerdo

---

En el presente apartado se contrastan los beneficios obtenidos como resultado de la firma del AAE y la situación actual de nuestro comercio exterior con dicha nación, con la finalidad de identificar los principales productos que están siendo aceptados en el mercado nipón y las certificaciones necesarias para su entrada a este territorio.

El acuerdo otorga un acceso privilegiado de productos agropecuarios mexicanos a Japón, negociando compromisos en 796 líneas arancelarias que representan 99.8% de las exportaciones mexicanas a Japón, las cuales tienen acceso preferencial a partir de la entrada en vigor del Acuerdo, así como ventajas arancelarias, principalmente sobre EE. UU., Brasil y otros países asiáticos.

México es reconocido a nivel mundial por la producción de alimentos agrícolas,

posicionándose durante el año 2015 en el tercer lugar en producción de alimentos en Latinoamérica y el décimo segundo en el mundo, con una producción para este año estimada en 280 millones de toneladas de alimentos, de acuerdo con datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP, 2015).

El AAE MX-JP ha generado gran cantidad de beneficios tangibles en ambos países, la relación comercial y de inversión ha crecido rápida y continuamente. Las oportunidades de negocios, que se han gestado como consecuencia del acercamiento comercial de las dos naciones, han permitido que tanto las empresas mexicanas como las japonesas se fortalezcan ampliando sus mercados y sus cadenas de producción. Asimismo, las exportaciones agropecuarias mexicanas a Japón han aumentado paulatinamente, productos como la carne de cerdo, aguacate y atún de aleta azul son algunos de los ejemplos de productos mexicanos que han alcanzado un posicionamiento y aceptación entre los consumidores japoneses. Aunado a ello, se detectó un crecimiento relevante en el comercio de varios insumos, especialmente de metales en bruto como cobre y zinc, además del carbón y combustibles fósiles; se agregan también los bienes de consumo, como la ropa y accesorios para hombres, muebles y textiles.

Según datos recopilados, se han incrementado nuestras exportaciones desde el año 2005 a la actualidad, en particular las del sector agropecuario en sus diferentes productos, sobresaliendo la exportación de frutos comestibles con un crecimiento de 83% hacia el mercado japónes en 2016.

No obstante, es importante mencionar la participación de los productos cárnicos, ya que, al ascender 68%, se convirtieron en el octavo lugar entre los proveedores de productos cárnicos de Japón (ProMéxico, 2015). A su vez, las hortalizas han obtenido montos totales de exportación más allá de cien mil USD en su comercialización con el país nipón, lo cual es un valor de gran magnitud para nuestro país.

## Conclusiones y recomendaciones

A lo largo de esta investigación se ha contemplado la evolución de las exportaciones de México a Japón, convirtiéndose este en el segundo socio comercial de México en el mercado asiático. Su participación ha sido de gran importancia en el sector agroalimentario, destacando los productos cárnicos, frutos comestibles, legumbres y hortalizas, en donde se muestra un incremento de más de 50% a diez años de la entrada en vigor del acuerdo, por ende, el AAE ha representado un beneficio para el comercio mexicano.

Finalmente, se asienta: “Que la riqueza de una nación no es la dicha de poseer tierras fértiles, tecnología, mano de obra barata, ubicación geográfica; la riqueza de una nación depende de las estrategias que emplee cada uno y de la manera en que aproveche los recursos con los que cuenta.”

## Bibliografía

- Agencia de Cooperación Internacional del Japón, JICA (2016). “Misión”. Recuperado de <http://www.jica.go.jp/spanish/about/mission.html>.
- BioCOMERCIO. (octubre de 2010). *Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para Exportar Alimentos a Japón*. Recuperado de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req\\_japon.pdf](http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_japon.pdf).
- Carnet Photographique (7 de agosto de 2015). “La economía japonesa y la agricultura de Japón”. Recuperado de [http://www.voyagesphotosmanu.com/agricultura\\_economia\\_japon.html](http://www.voyagesphotosmanu.com/agricultura_economia_japon.html).
- Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos, CERTIMEX (2015). Recuperado de <http://www.certimexsc.com/docs/HOJAS.pdf>.
- Embajada de Japón en México (2014). “Relaciones Bilaterales”. Recuperado el 22 de mayo de 2016, de [www.mx.emb-japan.go.jp/sp/mexico-japon.htm](http://www.mx.emb-japan.go.jp/sp/mexico-japon.htm).
- (2014 a). “Programas del Gobierno japonés”. Recuperado el 22 de mayo de

- 2016, de [www.mx.emb-japan.go.jp/sp/servicios/programas-aod.htm](http://www.mx.emb-japan.go.jp/sp/servicios/programas-aod.htm).
- (febrero de 2016). “Historia. La amistad entre Japón y México”. Boletín Informativo de la Embajada del Japón, vol. 3.
- Escuela de Negocios, EENI (2015). Recuperado de <http://www.reingex.com/Japon-Negocios-Economia.asp>.
- Export Entreprises SA (mayo de 2016). *Santander Trade Portal*. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/japon/politica-y-economia>.
- FAO (s.f.). “Japón”. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s0b.htm>.
- Held, D., et al. (2002). *Transformaciones globales: Política, economía y cultura*. Oxford University Press, Reino Unido.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). “¿En toda investigación cuantitativa debemos plantear hipótesis?”, *Metodología de la Investigación*, p. 122, McGraw Hill, México, D. F.
- [http://asiapacifico.edu.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=46%3Arelacion-comercial-mexico-japon-generadora-de-estabilidad&catid=3%3Anoticias&Itemid=1](http://asiapacifico.edu.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=46%3Arelacion-comercial-mexico-japon-generadora-de-estabilidad&catid=3%3Anoticias&Itemid=1).
- Japan External Trade Organization, JETRO (2015). “Reports and Statistics”. Recuperado el 29 de mayo de 2016, de <https://www.jetro.go.jp/en/reports/statistics/>.
- (2015 a). *Value of Exports and Imports by Area and Country*. Tokyo.
- (2016). “JETRO México. Acerca de JETRO”. Recuperado de <https://www.jetro.go.jp/mexico/jetro.html>.
- Kravis, I.(1956). *Teorías del comercio internacional*. Recuperado el 5 de junio de 2016, de [https://books.google.com.mx/books?id=99HyPYGM5EUC&pg=PA52&lpg=PA52&dq=kravis+1956&source=bl&ots=cu3vo6wwgD&sig=Lfrk5kkYn4eV31v8cVI59tIHCA&hl=es=X&ved=2ahUKEwjT66q\\_PTbAhULEqwKHSagBZUQ6AEwAXoECAUQAQ#v=onepage&q=kravis%201956&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=99HyPYGM5EUC&pg=PA52&lpg=PA52&dq=kravis+1956&source=bl&ots=cu3vo6wwgD&sig=Lfrk5kkYn4eV31v8cVI59tIHCA&hl=es=X&ved=2ahUKEwjT66q_PTbAhULEqwKHSagBZUQ6AEwAXoECAUQAQ#v=onepage&q=kravis%201956&f=false).
- Mapa de Japón. Recuperado el 5 de junio de 2016, de [https://www.google.com.mx/search?q=japon&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwixsIV7P7MAhXj8YMKHfEJCa8Q\\_AUIBygB&biw=993&bih=458#tbm=isch&q=japon+mapa&imgsrc=x65bqDCW-3hW6M%3A](https://www.google.com.mx/search?q=japon&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwixsIV7P7MAhXj8YMKHfEJCa8Q_AUIBygB&biw=993&bih=458#tbm=isch&q=japon+mapa&imgsrc=x65bqDCW-3hW6M%3A).
- Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón (2014). *Estudio Básico de las Condiciones de Vida de los Ciudadanos*. Recuperado de <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/japan-es/>.
- Organización de los Estados Americanos, OEA (s.f.). *SICE, Sistema de Información sobre Comercio Exterior*. Recuperado el

- 22 de marzo de 2016, de [http://www.sice.oas.org/Trade/MEX\\_JPN\\_s/JPN\\_MEX\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/Trade/MEX_JPN_s/JPN_MEX_s.asp).
- ProMéxico (2015). Informe de autoevaluación 2015. Recuperado el 17 de mayo de 2016, de <http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/informe-autoevaluacion-promexico-2015.pdf>.
- Saldaña, I. (18 de diciembre de 2015). “EU evita sanciones de México por etiquetado de carne”, *El Universal*.
- Santander TradePortal (mayo de 2016). Recuperado el 29 de mayo de 2016, de [https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/japon/cifras-comercio-exterior#classification\\_by\\_products](https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/japon/cifras-comercio-exterior#classification_by_products).
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, SAGARPA (2015). *Oportunidades Comerciales con Japón*, México.
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP, 2015). Recuperado el 30 de mayo de 2016 de: <http://www.sagarpa.gob.mx/quienesomos/datosabiertos/siap/Paginas/default.aspx>.
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior, SICE (2016). *Información sobre México*. Recuperado el 28 de mayo de 2016, de [http://www.sice.oas.org/ctyindex/mex/mexagreements\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/mex/mexagreements_s.asp).
- Torres, E. (5 de febrero de 2014). “Transporte, tema pendiente del TLCAN en 20 años”. Recuperado el 28 de mayo de 2016, de <http://t21.com.mx/opinion/wikitransport/2014/02/05/transporte-tema-pendiente-tlcan-20-años>.
- Trade Map (2015). Recuperado el 29 de mayo de 2016, de [http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx).
- Universidad Asia Pacífico (3 de julio de 2009). *Relación comercial México-Japón, generadora de estabilidad*. Recuperado el 28 de mayo de 2016.
- Zuckermann, E. (s.f.). *Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM*. Recuperado el 22 de marzo de 2016, de <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/jurid/cont/35/pr/pr3.pdf>.



# ESTRATEGIAS LOCALES PARA AFRONTAR LA COMPETENCIA EN EL MERCADO INTERNACIONAL: EL CASO DE LA ALPLA

---

*Mario Cruz Cruz  
Adrián González Romo  
Yolanda Sánchez Torres*

Colaboradores:  
*Karim Vicente Jottar Rosas<sup>9</sup>*

## Introducción

Este trabajo analiza la posibilidad de establecer una alianza de cooperación de países latinoamericanos en materia de recursos naturales estratégicos (ALPLA), a fin de establecer condiciones de competencia en el mercado internacional contemporáneo y revertir la dependencia establecida por el mercado tradicional, ventajoso y contrario al desarrollo de las economías regionales. Para ello, se hace una descripción de la disponibilidad de recursos carboníferos de Colombia y México; asimismo, se esboza la idea de generar una alianza que permita establecer

contrapesos regionales frente al proceso de fortalecimiento de la hegemonía de Estados Unidos (EUA).

Se trata de un análisis exclusivamente descriptivo sobre la disponibilidad de un recurso estratégico en dos países, a efecto de evaluar la posibilidad de implementar estrategias de negocios que pudieran explorarse para incursionar en el mercado internacional.

Latinoamérica es una región con múltiples desigualdades de diversa índole, por lo que emular otras experiencias de desarrollo internacional puede permitir explorar diferentes rutas para revertir

---

<sup>9</sup> Alumno de la Licenciatura en Comercio Exterior del ICEA, UAEH.

esquemas dictados desde el norte. El paradigma de la Unión Europea (UE) de la Comunidad Europea del Carbón y el Acero (CECA) fue un experimento regional para la construcción de uno de los bloques económicos más influyentes y poderosos del mundo.

El Plan Marshall inyectó “estabilidad” al continente europeo por insistencia de los estadounidenses como medida para frenar la expansión soviética (Machlup, 1977). Ellos pugnaron por revertir las desigualdades regionales y fortalecieron esfuerzos para la concreción de esa unión. El objetivo era la creación de un mercado común que suprimiera las barreras impuestas por un mercado estrecho, al que Adam Smith (1776) atribuye una débil división del trabajo, porque siempre van de la mano el aumento del tamaño del mercado y el de la riqueza social.

A diferencia de muchas naciones europeas, Latinoamérica no ha sido partícipe de una guerra mundial, por tanto, los procesos de integración han sido impulsados de acuerdo con el orden establecido por la hegemonía regional dominante y no por la urgente necesidad de sobrevivencia frente a las catástrofes ocasionadas por la guerra. Sin embargo, la guerra o la catástrofe no es la premisa para el inicio de una integración, de tal forma que el intercambio de materias esenciales para la moderna industria puede ser el detonante para un proceso

de cooperación regional traducido en la ALPLA, inicialmente impulsado por la creación de un mercado común del carbón.

La referencia a recursos estratégicos hace alusión a dos elementos conceptuales que son: escasez y necesidad. La disponibilidad o no de estos recursos en ciertas regiones en el globo terráqueo le da un sentido geopolítico a los territorios que los resguardan y puede derivar en la creación de conflicto, pues su posesión o dominio representa una ventaja indudablemente económica y, en muchos casos, su acceso se ha logrado por la vía militar. Por otro lado, la creación de valores de uso de la gran industria o los consumidores de toda índole provocan que ciertos recursos caigan en el terreno de la disputa por la demanda de estos en un entorno de consumo masivo o por sus especificidades para movilizar a las grandes industrias productoras de valor.

Latinoamérica se caracteriza por ser uno de los laboratorios más importantes de germoplasma del planeta, fuente de minerales, hidrocarburos y disponibilidad de agua dulce; hecho que la posiciona en la mira de la estrategia geopolítica de diversas corporaciones y Gobiernos.

En este contexto, este trabajo destaca la importancia de la cooperación regional latinoamericana para el desarrollo integral de las naciones. Para ello, se propone la creación de una alianza-integración latinoamericana que inicialmente fortalezca

los lazos productivos y comerciales en torno al carbón. A tal fin, se propone hacer una propuesta que retome los cinco momentos señalados por el analista húngaro Bela Balassa (1981) en todo proceso de integración económica.

Para fortalecer estos planteamientos se emplean los trabajos de varios expertos en el área de economía que han desarrollado estudios sobre los recursos estratégicos, los preceptos del modelo de desarrollo endógeno y las propuestas de estudiosos de la geopolítica contemporánea. Asimismo, se hace un mapeo de la ubicación de los recursos carboníferos y su coincidencia con la militarización estadounidense proyectada en la región.

## **7.1 El carbón: un recurso estratégico para el mercado internacional**

---

Los recursos naturales estratégicos pueden ser divididos en tres grandes grupos: hidrocarburos, minerales y biodiversidad; en este trabajo enfatizamos el análisis en los minerales, por ser la materia prima más importante en los procesos productivos y de la cual Latinoamérica posee grandes reservas, particularmente del carbón.

De acuerdo con la *United States Geological Survey* (citado por Euromonitor internacional, 2015), Chile cuenta con las mayores reservas de cobre en el mundo que se estiman en 28%

de las reservas globales. Adicionalmente, Brasil tiene las segundas reservas más grandes de mineral de hierro con reservas de crudo equivalentes a 18% de las reservas globales.

Perú genera 14% de la producción global de plata, Chile, por ejemplo, generó 16% de su producto interno bruto (PIB) a partir de sus actividades mineras en 2013. Mientras que, junto con las reservas mexicanas de plata, ascienden a un cuarto de las reservas globales.

En el 2013, las exportaciones de minerales constituyeron más de 90% de la producción en la región y fueron responsables de 40% de las exportaciones de minerales en el mismo año, subrayando el peso que tiene la región en el abastecimiento global.

La explotación de minerales metálicos en Latinoamérica —tales como el titanio, platino, níquel, cromo, cobalto, magnesio, plomo, entre otros— se elevó sobre los 116,000 millones de USD en 2013, cifra que representa 17% de la producción global total (Krasodomsyke, 2015).

Sobre el carbón, destacan dos grandes yacimientos en Latinoamérica: al norte de Colombia y México. En cuanto a Colombia, se puede indicar que pasó de la producción de 3.5 millones de toneladas del mineral a 85 millones de toneladas al año y se espera, en un lapso no superior a dos años, llegue a producir 100 millones de toneladas, de las cuales se seguirá destinando 95% para la exportación (Portafolio, 2012).

Según información de la Dirección General de Minas de la Secretaría de Economía de México, en 2014 se produjo un total de 18 millones de toneladas de carbón; el principal país destino de las exportaciones de este mineral fue EUA con un total de 25 millones de USD (SIAM, 2015).

Estos dos espacios geográficos son el escenario natural para impulsar este mercado internacional, ya que este recurso ocupa una posición esencial para el proceso global. La importancia cualitativa (o de valor de uso) de estos minerales, y sus usos potenciales al aislar el grafeno del carbón, permite mejoras y grandes cualidades para la producción de circuitos integrados, fibras ópticas y circuitos microelectrónicos en la industria automotriz y aeroespacial.

El *Massachusetts Institute of Technology*<sup>10</sup> (MIT), uno de los centros de desarrollo tecnológico más prestigioso del mundo, es pionero en el estudio del grafeno. Este material tiene una estructura más dura y ligera que el acero, el desciframiento de su configuración molecular ha puesto en jaque a la industria mundial acerera; con 5% de la densidad del acero, es capaz de soportar fuerzas diez veces mayores. Sus alcances son innumerables en la fabricación de coches,

---

<sup>10</sup> El *Massachusetts Institute of Technology* es una universidad privada localizada en Cambridge, Massachusetts (Estados Unidos). Fundado en 1861 por el geólogo William Barton Rogers, quien deseaba crear un nuevo tipo de institución educativa independiente dedicada a la creciente industrialización de los Estados Unidos de América.

barcos, aviones y trenes, elaborados con un peso total mucho menor.

Por su parte, la *Technische Universität München*<sup>11</sup> (TUM) ha logrado hacer un material híbrido a partir del carbón, uniendo moléculas de porfirina al grafeno. Las porfirinas son anillos proteicos que forman parte de la clorofila, esencial para la fotosíntesis, y la hemoglobina, para transportar oxígeno en la sangre. Para lograr paneles solares más eficientes, o conseguir reacciones catalíticas elementales, se necesita dominar el campo de la electrónica molecular, acción que la universidad mencionada ya ha comenzado a realizar (Romero, 2017).

En consecuencia, la industria derivada del carbón puede ser el elemento que detone la cooperación regional gradual hasta transitar a otros recursos que involucren a más países, diversificando su mercado e impulsando la industria que genere mayor valor para dejar de ser solo países proveedores de recursos.

## 7.2 La ruta de la ALPLA

---

Latinoamérica es una región con múltiples problemáticas, destacando la disparidad social, económica (deuda y productividad)

<sup>11</sup> La *Technische Universität München* (TUM) es una universidad alemana. Fue fundada en 1868 por el rey Luis II de Baviera. Dentro de Alemania es extremadamente reconocida por la calidad de la investigación en las áreas de ingeniería mecánica (automotriz, aeroespacial, mecatrónica, entre otras) y sus ramas electrotécnica y química.

y de seguridad, por lo que un modelo de desarrollo endógeno enfrenta grandes retos que en el fondo son políticos y de cambios estructurales de la abigarrada dependencia que han padecido nuestros pueblos, ya que las élites económicas y políticas de nuestros países han establecido condiciones para fortalecer la dependencia con los EUA.

A contracorriente de este proceso dependentista, el modelo de desarrollo endógeno busca potenciar las capacidades internas de los países latinoamericanos con la intención de fortalecer el bienestar social y la economía, de acuerdo con las potencialidades de las regiones, con una postura de adentro hacia fuera que significa ir en contra de modelos exógenos que no atienden a las realidades. Está claro que el modelo endógeno no es algo nuevo, ya que han existido diversas propuestas al respecto, por ejemplo, las posturas marxistas dependentistas, revisionistas y liberales como alternativas de desarrollo de Latinoamérica. Sin embargo, la propuesta de integración que se hace, pugna por fortalecer los lazos comerciales con Colombia e impulsar la investigación científica en torno al estudio del carbón y sus derivados, principalmente el grafeno.

A diferencia de otras propuestas, la ALPLA es un ejercicio intelectual (hipotético) de los beneficios que pudiera tener una alianza de recursos estratégicos como una alternativa que haga frente a la

hegemonía comercial estadounidense y las corporaciones transnacionales en la región.

Latinoamérica es uno de los territorios con mayor biodiversidad de recursos naturales en el planeta, pero ha tenido problemas para traducir esta riqueza en un proceso de crecimiento económico a largo plazo; la principal razón es porque la mayoría de estos recursos son exportados por falta de infraestructura en los métodos de extracción, asimismo, la mayoría de las compañías de explotación y procesamiento de recursos son estadounidenses, como es el caso de Drummond Company: la mayor empresa de extracción de carbón en Latinoamérica.

A partir de este punto, podemos generar la hipótesis de que si los países latinoamericanos como México y Colombia, grandes productores de carbón en la región, aportaran capital para el desarrollo de fuerzas productivas que propicien alternativas de extracción del recurso y, posteriormente, se impulsara la innovación tecnológica para el desarrollo de productos derivados del carbón, como es el caso del grafeno, se lograría generar esquemas nacionalistas que favorecen la creación de la ALPLA. Inicialmente se propone que sea en materia de carbón, pero, en el largo plazo, se pueden integrar un mayor número de recursos estratégicos y más países en la asociación.

Para lograr esta integración, se requiere de voluntad política por parte de las naciones involucradas y, desde luego, el seguimiento de un plan de ruta acorde a las complejas realidades que viven. Bajo la óptica del economista húngaro Bela Balassa (op. cit.), la integración no es un suceso, sino un proceso o estado de cosas, para lo cual propone cinco estadios a fin de lograr una correcta integración económica: la zona o área de libre comercio, la unión aduanera, el mercado común, la unión económica y la comunidad económica o integración económica total. Estas etapas consideran que la economía internacional es un fenómeno de tipo comercial en el cual están contenidos los siguientes aspectos: comercio de bienes y servicios, pagos internacionales, problemas monetarios, transporte y comunicaciones, finanzas y seguros, movilización de personas, etcétera.

### **7.3 La hegemonía de EUA en Latinoamérica**

---

A través del tiempo se ha testificado el saqueo en Latinoamérica y la lucha por el control de los recursos naturales estratégicos por parte de las naciones colonizadoras, que han explotado recursos como el oro o las piedras preciosas mediante el sometimiento militar de los pueblos originarios. Hoy día, esa colonización utiliza mecanismos más sofisticados para dar continuidad a

ese proyecto de despojo: mediante la firma de acuerdos y tratados desventajosos, la injerencia política a través de la democracia impuesta y por medio de proyectos productivos que son promovidos como estrategias de desarrollo. La hegemonía estadounidense no apuesta sus estrategias en un solo frente, estas son multifacéticas y de aplicabilidad simultánea.

Los tratados y acuerdos, sin necesidad de una ocupación o colonización, son los mecanismos idóneos para abrir las fronteras a la industria de la nación más poderosa. Por muchos años Estados Unidos priorizó sobre México la subordinación política y económica, pero la cooperación militar del “tercer vínculo” (Fazio, 1996) se concretó con la firma de la Iniciativa Mérida en 2008.

El TLCAN ha favorecido a la industria norteamericana, ya que obtiene insumos nacionales a “precio local”, por ello las declaraciones de Donald Trump sobre una posible controversia parecen más bien una retórica del cinismo y desconocimiento de la compleja interdependencia entre México y los EUA. Países que siempre tendrán intereses en común por compartir una de las fronteras más amplias del planeta. La propuesta de la disolución del tratado fue un discurso de campaña pragmático, pero, en realidad, muestra la importancia de México para el vecino del norte. Conocer el papel que juega México en el tablero

operacional de los EUA permite reiterar a este país que cualquier negociación bilateral debe partir de un principio de responsabilidad compartida y que todo acuerdo siempre debe de ser entre iguales y no mediante amenazas e imposiciones.

Varios proyectos han sido activados o enunciados por los EUA y tienen como objetivo el acceso irrestricto a los recursos naturales, destacando el fallido Plan Puebla Panamá (PPP) y el Corredor Biológico Mesoamericano (CBM). Aun cuando han sido fragmentarios en su operación, estos proyectos siguen patrones de apropiación territorial que los latinoamericanos deben analizar con el objeto de generar estrategias nacionalistas en defensa de los recursos estratégicos.

El PPP, según sus promotores, está cimentado en “políticas de Estado que promuevan, incentiven y faciliten las inversiones productivas privadas”. Por el otro lado, el CBM, que opera en la misma región geográfica, alude a la inversión de capital para la “conservación y uso sustentable” de los recursos naturales. Tienen proyectos de inversión, en un esquema en el que por “uso sustentable” se entiende la explotación de recursos estratégicos (biodiversidad, forestal, agua, etcétera) por parte de un selecto grupo empresarial, extranjero en su mayoría. Aun cuando los proyectos señalados anteriormente no están completamente

activos, es importante conocer su estructura organizativa y operacional, ya que parten de los esquemas tradicionales de la política exterior estadounidense para apropiarse de los territorios de alto interés.

También debe destacarse que estos proyectos siempre han mantenido una línea que se vincula con la militarización de la región por parte de los EUA, particularmente en aquellas regiones que cuentan con algún recurso o espacio territorial estratégico. Este hecho debe estar presente en los análisis latinoamericanos, a efecto de promover acuerdos genuinos de cooperación y no replicas mercantiles como las señaladas anteriormente.

En el proceso de apropiación territorial, las empresas cumplen un papel preponderante porque son las mayores beneficiarias de los acuerdos transnacionales y, a la vez, son las principales promotoras de dichos tratados y acuerdos. México recibió aproximadamente 24,837 millones de USD en Inversión Extranjera Directa (IED) en 2015, de acuerdo con la Secretaría de Economía; EUA fue el principal proveedor de inversión a México (57.7%), seguido de España, Japón y Francia (BM, 2016). Los planes de control de recursos empresariales y militares no están aislados y, por el contrario, fungen como ejes expansores que responden a la necesidad de poseer un sistema de protección para los intereses del país hegemónico.

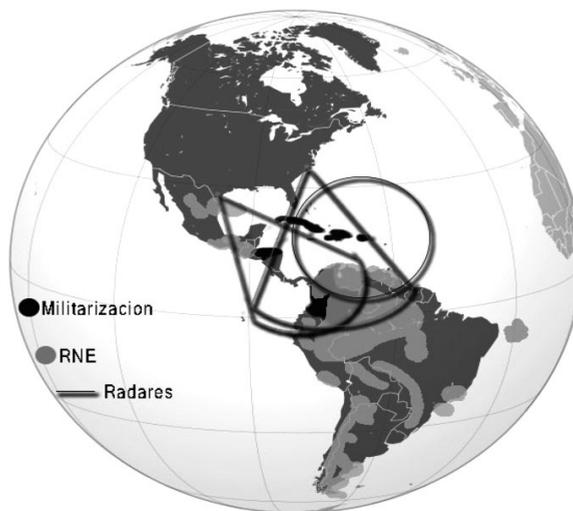
Es decir, la injerencia territorial de empresas y Estados no puede ir separada del proceso militar, ya que la negociación se ejerce a través de la vía diplomática pero la cultura militar está presente en los demás espacios sociales para hacer frente a cualquier contingencia.

EUA identifica diversos espacios geoestratégicos en el continente, por lo que sus asentamientos territoriales son coincidentes con nueve comandos militares. Para el caso latinoamericano,

la *United States Agency for International Development* (USAID) se plantea como eje central el encubrimiento de las acciones del Comando Sur para el reconocimiento y posicionamiento geoestratégico de las fuerzas extranjeras en la región (Luzzani, 2012).

La geografía militar de los EUA, asociada al control de recursos estratégicos en la región (RNE), se muestra en el siguiente mapa:

**Mapa 1. Geografía militar de los Estados Unidos en América.**



Fuente: elaborado con base en información del Observatorio Latinoamericano de Geopolítica (2017).

La geografía militar implementada por Estados Unidos, señalada en el mapa anterior, puede resumirse de la siguiente manera:

- Bases-radares de Soto Cano, Honduras.
- Base naval de Guantánamo, Cuba.
- Estación naval Roosevelt Roads y fuerte Buchanan, Puerto Rico.
- Base militar en Comalapa, Centro Regional de Drogas y la embajada tipo búnker, El Salvador (Delgado, 2003).
- Siete bases militares colombianas como resultado del acuerdo militar Colombia-EUA, firmado el 2009.
- Tres radares conocidos como ROTH (Relocatable Over the Horizon Radar) y dos radares de alta frecuencia (HF) sobre el horizonte (OTH) de la Marina de los Estados Unidos son operados en Corpus Christi, TX y Chesapeake, VA, con cobertura de más de 10 millones de metros cuadrados del Mar Caribe y porciones del océano Atlántico y el golfo de México. Los ROTH en Virginia y Texas están actualmente en uso a tiempo completo para la vigilancia de narcóticos y un tercero está programado para su instalación en Puerto Rico en un futuro próximo (Raytheon, 2016).

## Conclusiones

Este esbozo descriptivo muestra las inconsistencias en el ámbito de la cooperación con los EUA que tienen México y Colombia, ya que, por un lado, tradicionalmente nuestro país ha impulsado la política de buena vecindad en los distintos planos: económico, político y militar, mientras que Estados Unidos ha hecho declaraciones contrarias al desarrollo de un buen regionalismo.

Por su parte, Colombia es el país que más bases militares estadounidenses tiene en su territorio y no ha avanzado en proyectos productivos o comerciales como sí lo ha hecho en el plano de la seguridad.

Una vez revisadas las cifras de extracción de carbón de Colombia y México, se corrobora que una alianza inicial entre estos dos países traerá beneficios palpables en el corto plazo y sienta las condiciones idóneas para ampliar la ALPLA con otros países y con otros recursos.

La construcción de la ALPLA entre México y Colombia provocará reacciones negativas por parte de la clase política y económica de los EUA, por lo que también es pertinente identificar el proceso de militarización que este país implementa en Latinoamérica. Aun cuando este trabajo es un ejercicio académico hipotético, la ruta de cooperación de México y Latinoamérica es urgente debido a la pérdida de liderazgo que ha tenido nuestro país; los temas pueden

ser diversos, en esta ocasión proponemos al carbón como elemento de anclaje.

La militarización directa va muy avanzada en Colombia, ya que es el país que ha permitido la participación de empresas militares en su territorio, de hecho, es el país que mayor presupuesto ha recibido en este rubro.

Por otra parte, es necesario implementar mecanismos de solución de controversias multinivel en Latinoamérica para evitar que se gesten problemáticas como las que se han generado en diversos organismos como la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), la cual ha contribuido a que los países establezcan relaciones bilaterales de naturaleza y alcance muy distintos (Zabludovsky, 2007), o las economías dispares del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), donde los principales problemas que enfrentan son la falta de infraestructura, densidad de actividad económica y el bajo nivel de comercio intrarregional (Carrera, 2008).

El carbón es uno de los minerales más importantes para la industria y cada vez el mundo está más enfocado en desarrollar sus alcances. Latinoamérica tiene este recurso, pero le ocurre lo mismo que a los demás recursos que posee —no solo los estratégicos—: estos son manejados por inversión extranjera en plantas generadoras de electricidad, oleoductos y gasoductos de extracción y procesamiento, proyectos

turísticos o “ecoturísticos” de inspiración multinacional, razón por la cual en su mayoría son exportados y los que se quedan como proyectos también son manejados por capital extranjero.

Otra de las causas principales del empobrecimiento latinoamericano es la biopiratería y la falta de desarrollo tecnológico; la especialización en procesos productivos. La subordinación a tratados como el TLCAN impide desarrollar procesos de autogestión en nuestros países. Al romper con este modelo dependientista, Latinoamérica no solo conservaría sus fuentes de valor, sino que, además, incrementaría su riqueza y bienestar, lo cual encausaría a una disminución de su eterna deuda. Por otro lado, la biopiratería de la naturaleza y el empobrecimiento de los pueblos latinoamericanos se agudizarán bajo la nueva lógica de la hegemonía, no solamente de los RNE, sino de todo tipo de recursos, como la madera, alimentos, tierra, especies vivas, etcétera, y de una continua especialización de procesos de partes de producción que nos sumerge en un constante círculo de importación de bienes a cambio de nuestros recursos.

Un tema de suma importancia a analizar versa sobre los contratos y acuerdos de las transnacionales sobre los recursos de Latinoamérica, ya que, a pesar de los contratos para el derecho de exploración adjudicada a las empresas transnacionales, existe la figura

jurídica de la expropiación que consiste en la confiscación del activo desde su titular al Estado por una indemnización justa. Ejercer este derecho en nuestro país parece una utopía que los Gobiernos difícilmente tomarán debido a los intereses involucrados.

Hemos destacado que en el ámbito de la cooperación internacional todo responde a intereses, nada es por buena voluntad. Si bien resulta complicada la implementación de un acuerdo tipo ALPLA entre México y Colombia, es necesario seguir insistiendo en que la cooperación regional justa es una urgente necesidad para el desarrollo de nuestras naciones; ambas economías son ricas en recursos estratégicos y además producen gran parte del alimento planetario. Estas en sí mismas son premisas que nuestros representantes en el exterior deben conocer para dejar de tolerar acuerdos desventajosos que dañen nuestro mercado interno.

Frente a este escenario, se debe de insistir en todas las regiones que las negociaciones en materia comercial deben de ser entre iguales y hacer valer el principio rector y fundamental de responsabilidad compartida. En un mundo de interdependencia compleja, los problemas globales son de origen y compromiso en común entre todas las partes involucradas. Sobre esas premisas nuestros Gobiernos deben negociar cualquier acuerdo.

## Bibliografía

- Balassa, B. (1981). *The Theory of the Economic Integration*, Greenwood Publishing Group, Illinois.
- Banco Mundial, BM (31 de mayo de 2016). “¿Qué hace falta para atraer más inversiones a México?”. Recuperado el 2 de abril de 2017, de <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/05/31/investments-mexico>.
- Carrera, M. (abril 2008). “Problemas para el desarrollo del Mercosur”, *Cuaderno de estudios latino-americanos*, núm. 4, Instituto Interuniversitario de Iberoamérica y Portugal, Universidad de Salamanca. Recuperado el 31 de marzo de 2017, de <http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/3118/3/79-99.pdf>.
- Cruz, M. (2013). *Proyección geopolítica de los Estados Unidos en América Latina*, Plaza y Valdés, S.L.; San Agustín Tlaxiaca.
- Delgado, G. (mayo 2003). “Geopolítica Imperial y Recursos Naturales”. Recuperado en abril de 2017, de [http://www.giandelgado.net/2003\\_05\\_01\\_archive.html](http://www.giandelgado.net/2003_05_01_archive.html).
- Euromonitorinternacional (2015). Latinoamérica podría ser el gran abastecedor global de minerales. Recuperado el 20 junio 2018, de <https://blog.euromonitor.com/2015/02/>

- latinoamerica-podria-ser-el-gran-abastecedor-global-de-minerales.html.
- Fazio, C. (1996). *El tercer vínculo*, Editorial Joaquín Mortiz, México.
- Krasodomskye, V. (febrero 2015). “Latinoamérica podría ser el gran abastecedor global de minerales”, *Euromonitor International*. Recuperado el 4 de abril de 2017, de <http://blog.euromonitor.com/2015/02/latinoamerica-podria-ser-el-gran-abastecedor-global-de-minerales.html>.
- Luzzani, T. (2012). *Territorios vigilados. Cómo opera la red de bases militares norteamericanas en Sudamérica*, Penguin Random House Grupo Editorial, Buenos Aires, Argentina.
- Machlup, F. (1977). *A history of thought on economic integration*, Columbia University Press, New York.
- Mauldin, W. (30 de marzo de 2017). “Trump administration signals it would seek mostly modest changes to NAFTA”, *The Wall Street Journal*. Recuperado de <https://www.wsj.com/articles/trump-administration-signals-it-would-seek-mostly-modest-changes-to-nafta-1490842268>.
- Observatorio Latinoamericano de Geopolítica (2018). “Mapas de recursos naturales”. Recuperado el 20 de junio 2018 en <http://www.geopolitica.ws/category/mapas-recursos-naturales/>.
- Porras, P. (1995). “Los Metales como Elemento de Superioridad Estratégica” en Ceceña, A., *Producción Estratégica y Hegemonía Mundial*, pp. 141-176, Siglo Veintiuno Editores, Ciudad de México.
- Portafolio (febrero 2012). “En carbón, el país es exportador de talla mundial”. Recuperado el 3 de abril de 2017, de <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/carbon-pais-exportador-talla-mundial-94036>.
- Raytheon (mayo 2016). “No Flying Under this Radar. This system, refitted with the latest technology, has a new mission”. Recuperado el 2 de abril de 2017, de [http://www.raytheon.com/news/feature/rothr\\_operations.html](http://www.raytheon.com/news/feature/rothr_operations.html).
- Romero, E. (2017). Investigaciones de grafeno que darán qué hablar en 2017. Recuperado el 20 junio 2018, de <http://grafeno.com/investigaciones-del-grafeno-en-2017/>.
- Sistema Integral de Administración Minera, SIAM (2015). “Producción nacional de carbón 2015”. Recuperado el 3 de abril de 2017, de [http://www.siam.economia.gob.mx/es/siam/carbon\\_2015](http://www.siam.economia.gob.mx/es/siam/carbon_2015).
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, W. Strahan & T. Cadell, Londres.
- Zabludovsky, J. (13 de julio de 2007). *Estudio sobre los objetivos y formas de implementación del espacio de libre comercio dentro de la*

*Asociación Latinoamericana de Integración,*  
ALADI, Asociación Latinoamericana  
de Integración. Recuperado el 31 de  
marzo de 2017, de [http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/438f22281c05235303256848005ea465/eb1c4a9bbf3d210b03257416003ebb67/\\$FILE/188.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/438f22281c05235303256848005ea465/eb1c4a9bbf3d210b03257416003ebb67/$FILE/188.pdf).



# SOBRE LOS AUTORES

---

**Mario Cruz Cruz.** Doctor en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Relaciones Internacionales por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), maestro en Estudios en Relaciones Internacionales por la UNAM y licenciado en Economía por la Escuela Superior de Economía del Instituto Politécnico Nacional (IPN). Es profesor de tiempo completo en el programa educativo de Comercio Exterior del Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA) de la UAEH y columnista del diario *El Independiente*. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI-C) y perfil deseable PROMEP. Líder del Grupo de Investigación de Comercio Exterior del ICEA. Ha publicado varios artículos a nivel nacional e internacional en las líneas de investigación que cultiva: Geopolítica del Comercio Exterior, Políticas Públicas Multisectoriales y Mercados Ilícitos. Actualmente (2017) es responsable técnico del Proyecto Conacyt para Atender Problemas Nacionales “Diseño metodológico para el análisis del impacto de la incidencia delictiva en el comercio de la micro, pequeña y mediana empresa en el Estado de Hidalgo”, donde diseña un modelo de cálculo de los costos del delito en el comercio.

**Cleotilde García González.** Maestra en Administración de Empresas con especialidad en Mercadotecnia Internacional, académica certificada en Negocios Internacionales por ANFECA, evaluadora nacional de programas académicos de nivel superior CACECA, profesora investigadora de tiempo completo del Área Académica de Comercio Exterior en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la UAEH, perfil deseable por la SEP. Línea de Investigación: Comercio Exterior. Tel.: (771) 7172000 ext.4171. Dirección electrónica: Gargo58@yahoo.com.mx.

**Adrián González Romo.** Doctor en Estrategias para el Desarrollo Agrícola Regional, por el Colegio de Postgraduados, Campus Puebla, y un posdoctorado en el año 2009 en la Maison de la Recherche en l'Université de Toulouse-II-Le Mirail, Francia. Desde el 2005 es miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I, con vigencia hasta diciembre del 2019. Tiene reconocimiento de perfil PRODEP. Es profesor investigador de tiempo completo en el Área Académica de Comercio Exterior-ICEA de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Estudios de Licenciatura en Economía por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Maestría en Geografía Económica por El Colegio de

Puebla. Forma parte del grupo de investigación de Geopolítica del Comercio Exterior y su trabajo de investigación está orientado al análisis de la problemática de la pobreza que padece la población mexicana en el ámbito del impacto de las políticas públicas, los motivos que conducen a la migración, además de buscar explicar el impacto que tiene la relación comercial de México con el exterior como parte de la búsqueda de estrategias para mejorarlas. Ha publicado diferentes artículos indexados, arbitrados, libros, capítulos de libros y ha asesorado tesis de licenciatura, maestría y doctorado. Dirección electrónica: [adrian\\_gonzalez10100@uaeh.edu.mx](mailto:adrian_gonzalez10100@uaeh.edu.mx).

**Sandra Luz Hernández Mendoza.** Maestra en Tecnología Educativa con especialidad en Tecnología Educativa, profesora por asignatura del Área Académica de Comercio Exterior en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas, así como en el Instituto de Ciencias Básicas e Ingeniería de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Tel.: (771) 7172000 ext.4171. Dirección electrónica: [sandrahdez@hotmail.com](mailto:sandrahdez@hotmail.com).

**Patricia Elena Hernández Valdés.** Maestra en Ciencias de la Administración con especialidad en Mercadotecnia, ambos grados por el ITESM, y diplomado en Comercio Exterior por Bancomext-UAEH. Licenciada en Mercadotecnia. En la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo se desempeñó como coordinadora de la Licenciatura en Comercio Exterior y actualmente es profesora investigadora de tiempo completo en esta licenciatura. Imparte docencia ante grupo y colabora en el grupo de investigación denominado Geopolítica del Comercio Exterior. Sus investigaciones versan sobre estrategias de negocios y procesos de internacionalización de empresas. Contacto: [phvaldes@uaeh.edu.mx](mailto:phvaldes@uaeh.edu.mx), [patyh@hotmail.com](mailto:patyh@hotmail.com), tel.: (771) 7172000 ext. 4171.

**Amada Hidalgo Gallardo.** Doctora Internacional en Historia y Estudios Humanísticos: Europa, América, Arte y Lenguas por la Universidad Pablo de Olavide en Sevilla, España; avalada por la École Normale Supérieure de París, Francia; profesora investigadora de tiempo completo y miembro del cuerpo de investigación del Área Académica de Comercio Exterior del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Licenciada en Relaciones Internacionales por la UNAM. Máster en Administración de Empresas por la Universidad Nacional de Honduras. Máster en Historia de Europa, el Mundo Mediterráneo y su Difusión Atlántica, Métodos, Teorías y Nuevas Líneas de Investigación (1492-2000) por la Universidad Pablo de Olavide.

Estancia en la École Normale Supérieure de París, Francia. Cuenta con perfil PROMEP y ha sido certificada por ANFECA. Actualmente es miembro del International Council for Small Business México, A. C. Especialista en relaciones internacionales, integración económica, regionalización y globalización, medio ambiente sector pesquero Unión Europea, Marruecos y México. Experiencia laboral y académica en temáticas de: relaciones internacionales, comercio exterior, integración económica, medio ambiente, estudios de África, Mediterráneo y Unión Europea. Ha impartido las asignaturas de Organismos Internacionales, Tratados y Acuerdos Internacionales, Relaciones Internacionales, Fijación de Precios de Exportación. Dirección electrónica: loved\_hid@yahoo.com.mx.

**Ruth Leticia Hidalgo Gallardo.** Doctora en Contabilidad y Auditoría por la Universidad de Cantabria, España. Profesora investigadora de tiempo completo del Área Académica de Contaduría, líder del Cuerpo Académico Consolidado en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. Perfil PROMEP. Especialista en capital intelectual y gobierno corporativo. Licenciada en Contaduría por la UAH. Máster en Administración de Empresas por la Universidad Nacional de Honduras. Máster en Economía Financiera y Contabilidad por la Universidad de Cantabria, España. Actualmente es miembro del International Council for Small Business México, A. C. y de la Academia de Ciencias Administrativas, A. C. (ACACIA). Ha sido invitada para revisión de documentos por las revistas “British Journal of Economics, Management & Trade”, “Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review”, “Journal of Basic and Applied Research International” y en la revista “Contaduría y Administración” de la UNAM. Ha impartido materias de Introducción a las Finanzas, Teoría y Modelos Administrativos, Capital Intelectual y Capital Organizacional, Fundamentos de Metodología de la Investigación, Fundamentos de Contabilidad y Finanzas, Seminario de Tesis, Análisis Contable y Financiero. Dirección electrónica: ruth.757@hotmail.com.

**Yolanda Sánchez Torres.** Doctora en Economía por el Colegio de Posgraduados, Maestría en Economía del Desarrollo Rural por la Universidad Autónoma Chapingo y Licenciatura en Economía por la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. Perfil deseable PRODEP. Profesora investigadora de tiempo completo de la Licenciatura en Comercio Exterior de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo desde 2013. En cuanto a publicaciones recientes, ha participado en la autoría de tres libros: *Planeación*

*Participativa: Teoría y Práctica (1.ª y 2.ª edición) y Sistemas Regionales de Innovación Participativos: De la teoría a la práctica; coordinación de Geopolítica y Comercio Exterior en el siglo XXI: Retos y perspectivas.* Ha publicado algunos artículos científicos tales como “Estrategias participativas para el desarrollo integral de la producción forraje-leche en la región de Tulancingo (México)”, “Sistemas Regionales de Innovación Participativos (SRIP) y encadenamientos productivos: El caso de jitomate en la región del Valle de Tulancingo, Hidalgo”, “Crecimiento económico y exportaciones en México, 1970-2009. Un análisis sexenal”, entre otros. De igual manera, ha participado en diferentes congresos a nivel nacional e internacional. Direcciones electrónicas: yolanda\_sanchez10097@uaeh.edu.mx, yolasato08@hotmail.com. Tel.: (771) 7172000 ext. 4171.

**Aníbal Terrones Cordero.** Doctor en Ciencias por el Colegio de Postgraduados y Maestría en Economía del Desarrollo Rural por la Universidad Autónoma Chapingo. Es profesor-investigador del Área Académica de Economía, en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1, perfil PRODEP. Cultiva las líneas de investigación: Generación y Aplicación Innovadora del Conocimiento de Macroeconomía de los Ciclos Económicos y Estrategias para el Desarrollo; y Planeación para el Desarrollo. Entre sus publicaciones recientes destacan los artículos: “Crecimiento Económico y Crisis en México, 1970-2009. Un Análisis Sexenal en 2010”, “Demanda de insumos agrícolas en México un enfoque dual” en la *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas* en 2012; y “La planeación participativa en la elaboración de un plan de desarrollo municipal: El caso de Acaxochitlán, Hidalgo” en la revista *Economía, Sociedad y Territorio* en 2013. Los libros: *Planeación Participativa: Teoría y Práctica*, con Plaza y Valdés-UAEH, primera edición en 2010 y segunda edición en 2016; *Tópicos de economía ecológica y desarrollo regional*, UAEH en 2011; y *Globalización, crisis y crecimiento en México*, Plaza y Valdés-UAEH en 2011. Dirección electrónica: aterrones68@hotmail.com.

**Teresa de Jesús Vargas Vega.** Doctora en Economía y ADE por la Universidad Europea de Madrid, maestra en Finanzas por el Tecnológico de Monterrey (2003). Profesora investigadora del Cuerpo Académico de Contaduría del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Profesora de cátedra y consultora del Tecnológico de Monterrey Campus Hidalgo. Profesora de posgrado de la Universidad La Salle Pachuca. Miembro de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa. Miembro de la Comisión de Investigación y Docencia

del Instituto Mexicano de Ejecutivos en Finanzas (IMEF). Profesora certificada por ANFECA y con reconocimiento al perfil deseable PROMEP. Proyectos de investigación desarrollados: “El efecto de la apertura comercial en el Sector Automotriz Mexicano: El caso de la quiebra de Consorcio Grupo DINA, S. A. de C. V.”, “Métodos de control interno empleados en las PYMES del Mpio. de Pachuca de Soto, Hgo.”, “La influencia de la economía norteamericana en el desempeño de los mercados bursátiles de sus tres principales socios comerciales”, “PYMES. Estrategias competitivas ante la crisis. Estudio comparado Aguascalientes, Distrito Federal, Estado de México, Hidalgo y San Luis Potosí”, “Hacia la determinación de la competitividad en la PYME Latinoamericana”.

**Edgar Esaul Vite Gómez.** Maestro en Estudios sobre Estados Unidos y Norteamérica por la Universidad de las Américas Puebla. Profesor-investigador de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Económico Administrativas, Área Académica de Comercio Exterior. Línea de investigación: entorno y dinámica del comercio exterior. Reconocimiento a profesor de tiempo completo con perfil deseable por parte de la Subsecretaría de Educación Superior de la SEP. Tel.: (771) 7172000 ext. 4171. Dirección electrónica: edgar\_vite@hotmail.com.

**El comercio exterior como generador de productividad y competitividad:  
de lo glocal a lo global,**

se diseñó en formato electrónico en la Dirección de Ediciones  
y Publicaciones con el apoyo de la Imprenta Universitaria y la Dirección  
de Tecnologías Web y Webometría de la Universidad Autónoma  
del Estado de Hidalgo, en el mes de junio de 2022.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DEL ESTADO DE HIDALGO



CONSEJO  
EDITORIAL



[www.uaeh.edu.mx](http://www.uaeh.edu.mx)

150  
*Años*  
VIDA INSTITUCIONAL  
1869-2019



ISBN: 978-607-482-561-9

9 786074 825619