

ASPECTOS CLAVE PARA EL ÉXITO DE LAS EMPRESAS QUE REALIZAN OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR MEDIANTE EL TLCAN

MBA Héctor Cuevas Vargas

hecuevazul@hotmail.com

Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Valle de Santiago, Guanajuato, México.
Ingeniería en Negocios y Gestión Empresarial. Profesor de Tiempo Completo

MDO David Israel Contreras Medina

dicmjr@hotmail.com

Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Valle de Santiago, Guanajuato, México.
Ingeniería en Negocios y Gestión Empresarial. Profesor de Tiempo Completo

Lic. Nélida Carmona García

nellycarmona2005@yahoo.com.mx

Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Valle de Santiago, Guanajuato, México.
Desarrollo de Negocios. Profesor de Tiempo Completo

Lic. Leticia Almanza Serrano

letyalmanzaserrano@live.com.mx

Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Valle de Santiago, Guanajuato, México.

Resumen

En el presente trabajo se muestran los aspectos clave que han permitido a las empresas del estado de Guanajuato que realizan operaciones de comercio exterior mediante el TLCAN a lograr el éxito en ventas y mantener su competitividad en el mercado internacional, toda vez que para cualquier país es fundamental que sus empresas, especialmente las pequeñas y medianas, tengan una visión para llevar sus productos más allá de sus fronteras, y es por ello que en el estado de Guanajuato se ha llevado a cabo dicha investigación con una muestra representativa de empresas que importan o exportan dentro del TLCAN, para poder identificar lo que ha sido relevante y por consecuencia ha beneficiado a dichas empresas a sacar provecho del TLCAN a 18 años de su entrada en vigor.

Palabras clave: TLCAN, Calidad en las empresas, Competitividad, Comercio Exterior, Aspectos para el éxito.

Abstract

In this paper we show the key aspects that have enabled companies in the State of Guanajuato which carry out foreign trade through NAFTA to achieve success in their sales and maintain competitive in the international market, since for any country is essential for its businesses, especially small and medium sized, have a vision to bring their products beyond their borders, and that is why in the state of Guanajuato has conducted the research with a representative sample of companies that import or exported under NAFTA, in order to identify what has been relevant and therefore has benefited these businesses to take advantage of the NAFTA to 18 years after its entry into force.

Key words: NAFTA, Quality in the companies, Competitiveness, Foreign trade, Aspects to success.

INTRODUCCIÓN

El 1 de enero de 1994 entra en vigor el Tratado de Libre Comercio entre Canadá, E.U.A y México (TLCAN) con el objetivo de fortalecer las relaciones comerciales por medio de la liberación paulatina de los bienes producidos entre las tres naciones que califiquen como originarios.

El libre intercambio se da bajo el concepto "Trato arancelario preferencial": aplicable a un bien originario. El trato arancelario preferencial se dividió en diferentes fases, la primera para la gran mayoría de mercancías a excepción de la industria textil y automotriz, las cuales su proceso de liberación se estableció con tiempos y categorías distintas.

Para el caso de la gran mayoría de mercancías, la desgravación arancelaria se determinó de conformidad con el artículo 302 y la lista de México contenida en el anexo 302.2 del Tratado de Libre Comercio, el cual indica las siguientes categorías de desgravación arancelaria que aplican a la eliminación de aranceles aduaneros.

Código A: desgravación inmediata. Los bienes comprendidos en la fracción arancelaria correspondiente, quedarán libres de arancel a partir de la fecha de inicio de la vigencia del TLCAN (1 de enero de 1994).

Código B: Desgravación en cinco etapas anuales iguales, comenzando el 1 de enero de 1994, de tal manera que el producto en cuestión quedó libre de arancel a partir del 1 de enero de 1998.

Código C: Desgravación en diez etapas anuales iguales, comenzando el 1 de enero de 1994, de tal manera que el producto en cuestión quedó libre de arancel a partir del 1 de enero de 2003.

Código C +: Desgravación en quince etapas anuales iguales, comenzando el 1 de enero de 1994, de tal manera que el producto en cuestión quede libre de arancel a partir del 1 de enero de 2008.

Código D: Este código indica que el producto se encontraba libre de arancel cuando se llevó a cabo la negociación, situación que se consolidó para todos los bienes originarios a partir de la entrada en vigor del Tratado, prevista para el 1 de enero de 1994.

En el caso de la industria textil de conformidad con el artículo 303 y el anexo 303 B, se consideraron las siguientes categorías de desgravación arancelaria, tal y como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Categorías de desgravación arancelaria

Categoría de Desgravación Especiales	Quedan libres a partir de:
B6: Esta categoría se aplica principalmente a productos del universo textil	1 de enero de 1994 - Corte equivalente al valor del arancel base. 1 de enero de 1995 - Corte del 20% sobre el arancel base de 1994. 1 de enero de 1996 - Corte del 20% sobre el arancel base de 1994. 1 de enero de 1997 - Corte del 20% sobre el arancel base de 1994. 1 de enero de 1998 - Corte del 20% sobre el arancel base de 1994. 1 de enero de 1999 - Libre
B1: Esta categoría se aplica principalmente a productos del universo textil	1 de enero de 1994 - Corte del 16.7% sobre el arancel base. 1 de enero de 1995 - Corte del 16.7% sobre el arancel base. 1 de enero de 1996 - Corte del 16.7% sobre el arancel base. 1 de enero de 1997 - Corte del 16.7% sobre el arancel base. 1 de enero de 1998 - Corte del 16.7% sobre el arancel base. 1 de enero de 1999 - Libre
B+: Esta categoría se aplica	1 de enero de 1994 - Corte de 20% sobre la tasa base.

principalmente a productos del universo textil	1 de enero de 1995 - No hay corte. 1 de enero de 1996 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 1997 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 1998 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 1999 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 2000 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 2001 - Libre
C10: Esta categoría implica una desgravación de acuerdo con el siguiente calendario	1 de enero de 1994 - Corte de 20% sobre la tasa base. 1 de enero de 1995 - No hay corte. 1 de enero de 1996 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 1997 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 1998 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 1999 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 2000 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 2001 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 2002 - Corte de 10% sobre la tasa base. 1 de enero de 2003 - Libre

Fuente: TLCAN (1994)

Y por último en tabla 2 se determinó la eliminación arancelaria para la industria automotriz, de acuerdo con el artículo 303 y el anexo 303 A, conforme a lo siguiente:

Tabla 2. Eliminación arancelaria para la industria automotriz

Tipo de transporte	Eliminación arancelaria
Autos nuevos	1 de enero de 2004
Autotransporte	1 de enero de 1999
Vehículos usados	Inicia la eliminación arancelaria el 1 de enero de 2009 y finaliza el 1 de enero de 2019. Sin embargo hay que considerar que en los últimos 2 años, antes de finalizar su sexenio del Lic. Vicente Fox, se adelantó el proceso de eliminación arancelaria.

Fuente: TLCAN (1994)

El trato arancelario preferencial dentro del Tratado de Libre Comercio se aplica sólo para bienes originarios, considerando que un bien es originario cuando cumple con alguna de las reglas establecidas en el capítulo IV de dicho Tratado, y que básicamente son las siguientes:

1. Bien obtenido en su totalidad o producido enteramente en territorio de una o más de las partes.
2. Cambio de clasificación arancelaria.
3. Un bien producido enteramente en México, Canadá o E.U.A., a partir exclusivamente de materiales originarios.
4. Valor de contenido regional en costo neto (CN) o valor de transacción del bien (VT).
5. Bien de la industria automotriz.
6. Acumulación.
7. De mínimos.
8. Bienes y materiales fungibles.

Ante este proceso de eliminación, es notorio que el tratado de libre Comercio está por concluir en su primera fase de permitir la libre circulación para bienes originarios y dar paso al siguiente objetivo de conformar una Unión Aduanera como se observa en tabla 3.

Tabla 3. Finalización de la eliminación arancelaria

Bienes	Finalización de la eliminación arancelaria
Gran mayoría de bienes	1 de enero de 2008
Industria textil	1 de enero de 2003
Industria automotriz	
Autos nuevos	1 de enero de 2004
Autotransporte	1 de enero de 1999

Fuente: TLCAN (1994)

Sólo resta la eliminación arancelaria de los vehículos usados. De ahí la importancia de identificar las estrategias de posicionamiento económicas, administrativas y de mercadotecnia, en los sectores empresariales de las ciudades de León, Irapuato y Celaya, Guanajuato.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es por ello que para las empresas que realizan operaciones de comercio exterior dentro del estado de Guanajuato son muchos los retos y muy importantes, pero los de mayor trascendencia son los relacionados con el aseguramiento de la competitividad y el desarrollo económico.

Ante tal situación es importante identificar qué aspectos han beneficiado a las empresas del estado de Guanajuato que realizan operaciones de comercio exterior dentro del TLCAN y que les han permitido mantener su competitividad en el mercado estadounidense y/o canadiense a través de los beneficios del TLCAN a 18 años de su entrada en vigor, y así poder tomar las acciones necesarias en el resto de los sectores para incrementar su competitividad y desarrollo económico.

Es por ello de suma importancia que en el estado de Guanajuato se identifiquen los aspectos que han beneficiado a las empresas dentro del TLCAN.

De todo lo anterior, se puede definir un problema específico latente para las empresas del estado de Guanajuato que realizan operaciones de comercio exterior dentro del TLCAN, el cual plantea la cuestión:

¿Qué aspectos han permitido a las empresas guanajuatenses que realizan operaciones de comercio exterior para mantener su competitividad dentro del TLCAN?

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Qué aspectos clave han permitido a las empresas guanajuatenses que realizan operaciones de comercio exterior mediante el TLCAN mejorar su competitividad?

¿De las variables a considerar, cuáles han influido en que cierto sector se haya beneficiado con el TLCAN?

OBJETIVO

Identificar los aspectos que han permitido a las empresas guanajuatenses que realizan operaciones de comercio exterior dentro del TLCAN.

JUSTIFICACIÓN

Desde el inicio del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá el 1 de enero de 1994, los sectores empresariales mexicanos han enfrentado una serie de retos y oportunidades. Sin embargo, es importante saber qué sectores han sido beneficiados en Canadá, E.U.A. y México después de 18 años de haber entrado en vigor.

Así mismo, los tratados de comercio están alterando el enfoque global, al reducir las barreras económicas y liberalizar el comercio entre sus miembros. Sin embargo, aunque los tratados de libre comercio incrementan las oportunidades económicas para las compañías de los países miembros, por lo regular también aumentan la competencia. Por lo tanto, es importante conocer los sectores que han aumentado su competitividad y al mismo tiempo han obtenido un posicionamiento global en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

En respuesta a este nuevo entorno global, cada vez más compañías mexicanas están viendo hacia el extranjero, y en particular, hacia los estados Unidos. Han concluido que sus utilidades y objetivos de crecimiento son más fáciles de alcanzar a través de una combinación de estrategias económicas, y con ello aprovechar el comercio mundial que está creciendo tres veces más rápido que la producción mundial.

La mayoría de las naciones hoy día reconocen la importancia del ámbito económico. El crecimiento económico de las empresas productivas de México depende en gran parte de sus habilidades para diseñar nuevos sistemas económicos, para producir consumidores globales para sus materias primas y producción industrial.

Para efecto de la presente investigación, se usarán modelos económicos, administrativos y de marketing como marco teórico que servirán de fundamento para analizar las estrategias de las empresas productivas de León, Irapuato y Celaya, Gto., ante la primera fase de terminación del TLCAN, y qué tanto han evolucionado o se han adaptado a las nuevas circunstancias del comercio internacional. Parte del proceso de posicionamiento de las empresas, depende de su habilidad de negociación.

LA ECONOMÍA DEL ESTADO DE GUANAJUATO

Exportaciones

Las exportaciones de Guanajuato en los últimos años se han comportado de la siguiente manera, tal y como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. Exportaciones de Guanajuato

Año	Millones de dólares
2007	\$7,508.17
2008	\$7,171.02
2009 (ene – nov)	\$6,095.00

Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable, 2011.

De igual manera se puede apreciar las exportaciones de Guanajuato, mismas que se muestran en la tabla 5, en millones de dólares.

Tabla 5. Exportaciones de Guanajuato Periodo: Parcial Enero – Octubre (Millones de Dólares)

EXPORTACIONES DEL ESTADO DE GUANAJUATO PERIODO: PARCIAL ENERO - OCTUBRE (Millones de dólares)				
SECTORES ECONÓMICOS	2008 P/	2009 P/	% DE PART 2009	VAR % (08-09)
AUTOPARTES-AUTOMOTRIZ	3,851.48	3,230.85	65.75%	-16.11%
SECTORES TRADICIONALES				
CALZADO	130.82	142.09	2.89%	8.62%
PIELES Y CUEROS	121.89	107.78	2.19%	-11.58%
ARTICULOS Y MANUFACTURAS DE PIEL	108.89	57.47	1.17%	-47.22%
PROVEEDURIA DEL SECTOR CUERO Y CALZADO	23.89	17.98	0.37%	-24.73%
SOMBRERERIA Y SUS PARTES	9.32	8.78	0.18%	-5.75%
SUB-TOTAL SECTORES TRADICIONALES	394.80	334.11	6.80%	-15.37%
OTROS SECTORES TRADICIONALES				
AGROALIMENTARIO	429.41	482.68	9.82%	12.41%
APARATOS ELECTRODOMESTICOS Y SUS PARTES	514.51	314.28	6.40%	-38.92%
TEXTIL Y DE LA CONFECCION Y SUS PARTES	243.48	179.31	3.65%	-26.35%
METAL-MECANICA	190.00	150.26	3.06%	-20.92%
PRODUCTOS QUIMICOS	135.45	113.94	2.32%	-15.88%
OTRAS INDUSTRIAS	84.27	80.17	1.63%	-4.87%
MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION, PRODUCTOS CERAMICOS Y RECUBRIMIENTOS	33.98	16.50	0.34%	-51.44%
ARTESANIAS, ARTICULOS DE REGALO, DECORACION Y MUEBLES	16.93	11.42	0.23%	-32.56%
SUB-TOTAL OTROS SECTORES TRADICIONALES	1,648.02	1,348.56	27.45%	-18.17%
TOTAL SECTORES TRADICIONALES	2,042.82	1,682.66	34.25%	-17.63%
TOTAL	5,894.30	4,913.51	100%	-16.64%

Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable, 2011

En lo que se refiere a las exportaciones de Guanajuato y sus destinos, se puede apreciar claramente los municipios que realizan dichas operaciones de comercio exterior en la tabla 6.

Tabla 6. Exportaciones del Estado de Guanajuato por Principales Destinos y Municipios Exportadores Periodo: Parcial 2009 (Millones de Dólares)

PAÍS DESTINO	Enero-Oct/p	% Part.	MUNICIPIO	Enero-Oct/p	% Part.
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	4,344.13	88.41%	SILAO	2,949.47	60.03%
LUXEMBURGO	187.01	3.81%	CELAYA	526.41	10.71%
CHINA	68.70	1.40%	LEON	361.95	7.37%
CANADA	56.65	1.15%	IRAPUATO	334.35	6.80%
AUSTRALIA	47.73	0.97%	SALAMANCA	102.96	2.10%
GUATEMALA	28.18	0.57%	PENJAMO	97.15	1.98%
JAPON	17.02	0.35%	SAN JOSE ITURBIDE	90.93	1.85%
ALEMANIA	14.82	0.30%	GUANAJUATO	82.93	1.69%
COSTA RICA	14.04	0.29%	SAN FRANCISCO DEL RINCON	64.86	1.32%
COLOMBIA	13.92	0.28%	DOCTOR MORA	51.61	1.05%
TAIWAN	13.44	0.27%	VILLAGRAN	50.15	1.02%
PANAMA	9.72	0.20%	PURISIMA DEL RINCON	49.41	1.01%
REPUBLICA DOMINICANA	9.30	0.19%	CORTAZAR	49.09	1.00%
BRASIL	8.16	0.17%	APASEO EL GRANDE	29.91	0.61%
ITALIA	7.42	0.15%	VALLE DE SANTIAGO	17.26	0.35%
ESPAÑA	5.97	0.12%	COMONFORT	14.95	0.30%
VENEZUELA	5.23	0.11%	ALLENDE	13.11	0.27%
MALASIA (FEDERACION DE)	4.60	0.09%	ABASOLO	11.26	0.23%
PAISES BAJOS (HOLANDA)	4.42	0.09%	DOLORES HIDALGO	7.19	0.15%
EL SALVADOR	4.39	0.09%	SAN LUIS DE LA PAZ	3.72	0.08%
OTROS	48.68	0.99%	OTROS	4.86	0.10%
TOTAL	4,913.51	100%	TOTAL	4,913.51	100%

Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable, 2011.

Las exportaciones en Guanajuato crecieron 27.46% en el primer semestre del año en comparación con el mismo periodo de 2010, informó Gerardo Padilla Villalpando, titular de la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior quien calculó en 17.62% el crecimiento a nivel nacional.

La participación de subsectores fue la siguiente: automotriz, 64%; químico, 6.5%; agro alimentos, 6.2% y metalmecánica, 5.3%. En el periodo de análisis, 67% de los municipios exportaron, es decir 31 municipios entre los que se encuentran Silao (55%); Irapuato (9.2%); Apaseo el Grande (8.7%); Celaya (7.2%) y León (5.5%). El 83% de los productos guanajuatenses fueron enviados a Estados Unidos y le siguieron Luxemburgo con exportaciones de la industria automotriz del 3% y a China con el 2%.

Respecto a la desaceleración de Estados Unidos, comentó que esta "sí puede afectar, aunque en el caso de Guanajuato creemos que por el tipo de industria que conforma la oferta exportable del estado y las nuevas empresas que están participando en ella, la afectación va a ser mucho menor que en el resto del país". El ramo exportador sostiene 132 mil empleos en Guanajuato, dijo.

Sólo el ramo automotriz exportó mercancías por cuatro mil 217 millones de dólares lo que representa un 19.63% de incremento en comparación con el año anterior, mientras que el ramo cuero-calzado-pieles-cueros creció 61%.

Padilla Villalpando destacó la importancia de los cueros y pieles no sólo para el calzado, sino para el ramo automotriz: "se exportaron casi 200 millones de dólares con 62% de incremento".

La exportación del calzado creció en valor 22% con un incremento de 124 millones de dólares pero las pieles de uso automotriz crecieron 141%. "Nunca se había exportado esta cantidad, al igual que en el ramo automotriz". En general, todos los ramos -excepto el automotriz- crecieron 44% . El automotriz creció 19.63%, esto significa 10 puntos porcentuales por arriba en el país en comparación con 2010. Los rubros que decrecieron sus exportaciones de enero a junio fueron: productos químicos (-7%); electrodomésticos (-8%) y materiales para construcción (-44%).

Hubo 841 empresas exportadoras de enero a junio:

- 39% fueron pequeñas y comerciaron 5% del total.
- 29% fueron medianas y comerciaron 12% del total.
- 19% fueron micros que contribuyeron con 1%.
- 13% fueron grandes empresas con el 82% del total (Bárcenas, 2011).

El gobernador de Guanajuato, Juan Manuel Oliva Ramírez, aseguró que con la llegada de Mazda, las exportaciones de la industria automotriz en el estado, pasarán de 7 mil 200 millones a más de 10 mil millones de dólares, con lo que el sector se ubicará del 10 al 13 por ciento de la economía estatal en los siguientes tres años (Gobierno del Estado de Guanajuato: Sala de Prensa , 2011).

METODOLOGÍA

Muestra

En la presente investigación se tomó a juicio una muestra a 38 empresas del estado de Guanajuato que realizaran operaciones de comercio exterior a Estados Unidos y/o Canadá, mismas que se obtuvieron de una base de datos adquirida a través de la Coordinadora de Comercio al Fomento exterior del Estado de Guanajuato (COFOCE), por lo que se tuvo que hacer una depuración de dichas bases de datos de las empresas importadoras y de las exportadoras.

Definición de Variables

Para efectos de mayor comprensión se definen a continuación las variables independientes y la variable dependiente para la presente investigación.

Variable Independiente

Son las variables que nos van ayudar a predecir el comportamiento de la variable dependiente, en nuestro caso dichas variables son:

- Precio de sus productos.
- Calidad de sus productos.
- Diseño de sus productos.

Variable Dependiente

Es la variable a medir, la competitividad empresarial.

Fuentes de información:

- **Fuentes Secundarias**

Base de datos obtenida a través de COFOCE (listado de empresas importadoras y exportadoras de productos del Estado de Guanajuato).

- **Fuentes Primarias**

Información obtenida de estudios de campo y entrevistas personales en el contexto del medio donde se pretende ejecutar la investigación.

Descripción del instrumento de investigación

El instrumento base de investigación está compuesto por 18 *items* con cuatro probables respuestas siendo Nada, Poco, Suficiente y Mucho, así como en algunos casos con porcentajes. De igual manera se solicita información fundamental de la empresa importadora y/o exportadora referente al país al cual o del cual importan o exportan, tipo de empresa, y los años que tiene realizando operaciones de comercio exterior.

Antes de realizar el cuestionario, se hizo una prueba piloto del cuestionario con un grupo de expertos para asegurarse que las preguntas están fácilmente comprensibles, y así evitar que el encuestado generara errores debidos a una interpretación incorrecta de la pregunta.

De igual manera el instrumento ha sido sometido a una prueba de fiabilidad estadística además de haber sido avalado por expertos en la materia de que las preguntas son entendibles y con ellas se obtendrá la información que se desea. Dicha prueba fue llevada a cabo a través del *Alpha de Cronbach* del constructo base del instrumento, cuyos resultados arrojados por dicha prueba salen muy positivos ya que cuenta con un *Alpha* de fiabilidad del 95.3%, por lo que el instrumento queda validado, y a continuación se muestran los resultados arrojados por el software SPSS v 19, ver tabla 7:

Tabla 7. Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.953	14

Fuente: Software Estadístico SPSS v19 (2012)

Recolección de datos

En realidad, el procedimiento de recopilación de datos involucra tres sub-procedimientos diferentes, cada uno para cada tipo de instrumento y herramienta expuesta con anterioridad. El orden en los que se exponen dichos procedimientos no es casual; deben ser llevados a cabo en estricto orden para que la recopilación de la información se dé sin contratiempos.

1. Generación de la base de datos.
2. Presentación vía telefónica con las empresas objeto de estudio.
3. Aplicación de cuestionarios vía correo electrónico, a través del *survey monkey*.
4. Aplicación de cuestionarios vía telefónica.
5. Organización de la información.
6. Aplicación de herramientas estadísticas para analizar los datos.
7. Graficar resultados.

RESULTADOS

Una vez analizados los resultados arrojados en la investigación, se presentan de manera ilustrativa y gráfica lo más representativo de éstos.

En virtud de que en la presente investigación se trataba de identificar el tipo de organización o de constitución legal de las empresas, es por ello que se preguntó el tipo de organización, encontrándose que de las 38 empresas objeto de estudio, la mayoría está constituida como

persona moral, es decir, en algunas de las modalidades de sociedades mercantiles que contempla nuestra legislación mexicana, o en su defecto en algún tipo de sociedad o asociación civil, tal y como se muestra en el gráfico 1, de las cuales un 84.2% están constituidas como persona moral y un 15.8% están constituidas como persona física, lo que implica que hay un pequeño número de empresas cuyo dueño es una sola persona, lo que indica que hay personas emprendedoras que se han animado a realizar operaciones de comercio exterior y que han aprovechado los beneficios que les brinda el TLCAN.



Gráfico 1. Forma de constitución legal de las empresas.

De igual manera se encontró que gran parte de las empresas encuestadas, es decir, el 44.7% tienen de 11 a 100 empleados, lo que implica que hay una buena generación de empleos por parte de éstas, ya que además se confirma que el otro 18.4% y el 15.8% cuentan con de 101 a 250 trabajadores y más de 250 trabajadores respectivamente, tal y como se presenta en el gráfico 2.

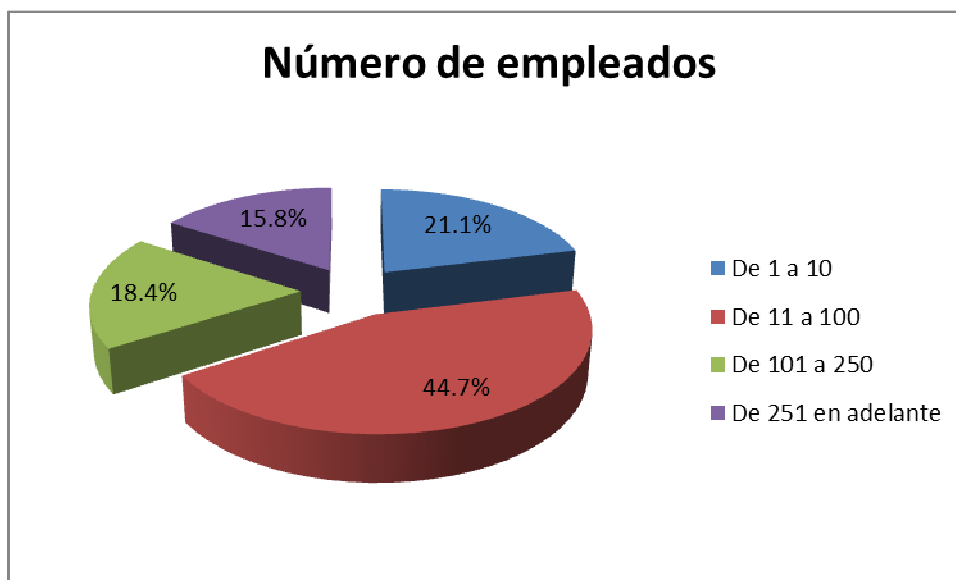


Gráfico 2. Número de empleados que tienen las empresas.

Así también era importante conocer el tiempo que tienen las empresas exportando, y se encontró que más de la mitad de éstas tienen de 8 años en adelante realizando este tipo de operaciones comerciales dentro del TLCAN, únicamente un 28.6% tienen de 1 a 3 años realizando exportaciones, tal y como se presenta en el gráfico 3, lo que da a entender que

existe experiencia para exportar, y es por ello que el factor resultante será consecuencia de la experiencia que tienen las empresas y que les ha permitido tener éxito.



Gráfico 3. Tiempo que tiene la empresa exportando.

De igual manera se encontró que cerca de un 75% de las empresas tienen más de 8 años realizando importaciones, y únicamente un 11.8% cuanta con de 1 a 3 años realizando este tipo de operaciones comerciales, tal y como se indica en el gráfico 4.

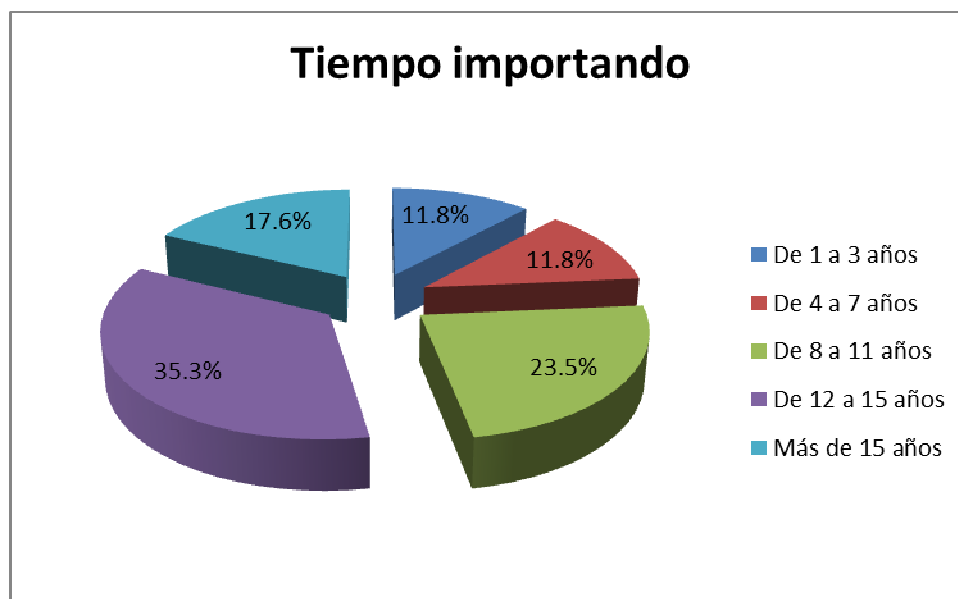


Gráfico 4. Tiempo que tiene la empresa importando.

Y de las empresas que realizan exportaciones dentro del TLCAN se ha encontrado que gran parte de ellas realiza sus operaciones a los Estados Unidos de América con un 61.9%, y sólo un 3.8% lo hace a Canadá, tal y como se muestra en el gráfico 5, ya que el resto realiza exportaciones a ambos países, lo que representa un 35.3%, y la razón es porque ya existe conocimiento del mercado, o porque ahí son bien recibidos sus productos y por la cercanía del país vecino, sin embargo es importante enfatizar que existe una gran oportunidad para las empresas para exportar a Canadá ya que existe un importante mercado y solo habría que estar bien asesorado antes realizar cualquier tipo de operación comercial y contar con una investigación de mercados de ese país respecto al producto o productos que se pretenden exportar, aprovechando los beneficios que les otorga el TLCAN.

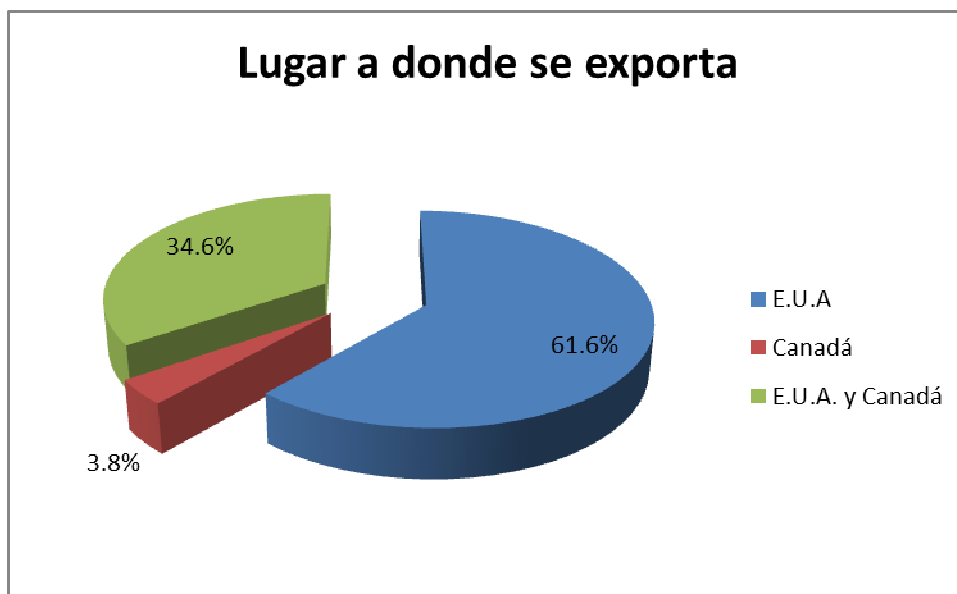


Gráfico 5. Lugar a donde exporta la empresa.

Finalmente en lo que se refiere a las importaciones, en el gráfico 6 es evidente que un 82.6% de las empresas encuestadas del estado de Guanajuato lo hace de los Estados Unidos, encontrándose que es debido a que en México no encuentran los productos o la maquinaria que requieren y que también es debido a que no pagan aranceles y los productos que reciben son de buena calidad.

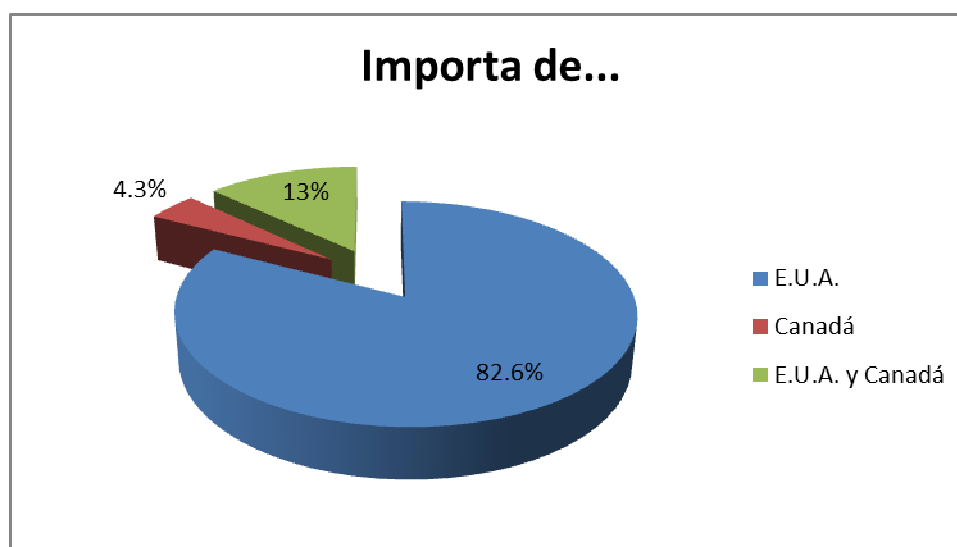


Gráfico 6. Lugar de dónde importa la empresa.

A continuación, en la tabla 8 se presenta el índice de relevancia de los aspectos que más beneficiaron a las empresas que realizan operaciones de comercio exterior, en los que destaca la calidad con un 2.76, lo que representa un 69% de la escala de valoración utilizada, siguiéndole el aprovechamiento que les ha traído el TLCAN propiamente tal con un índice de relevancia de 2.68, en tercer lugar se encuentra la influencia del precio con un índice de relevancia de 2.62, y la medida en que el TLCAN le ha ayudado a elevar su nivel de competitividad se encuentra con índice de relevancia de 2.61; con lo que se puede apreciar que los cuatro aspectos que más le ayudaron a las empresas guanajuatenses a ser competitivos y tener éxito con el TLCAN se encuentran la calidad, el TLCAN en sí, el precio, y

la ayuda que ha tenido por el TLCAN para elevar su nivel de competitividad, enfatizando en que de los cuatro aspecto más relevantes, destaca la calidad por encima de los demás.

Tabla 8. Índice de relevancia de los aspectos que beneficiaron a las empresas

Ítems evaluados	N	Mínimo	Máximo	Índice de relevancia	Desv. típ.
4. ¿En qué medida considera que la calidad de su (s) producto (s) de exportación ha influido para tener éxito dentro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	34	1	4	2.76	1.130
1. ¿En qué medida su empresa ha aprovechado el Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	38	1	4	2.68	.962
3. ¿En qué medida considera que el precio de su (s) producto (s) de exportación ha influido para tener éxito dentro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	34	1	4	2.62	1.045
2. ¿En qué medida considera que el Tratado de Libre Comercio de América del Norte le ha ayudado a elevar su nivel de competitividad?	38	1	4	2.61	1.128
6. ¿En qué medida ha modificado su producto en cuanto a diseño para poder afrontar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	34	1	4	2.47	1.134
11. ¿En qué medida ha considerado la opción de iniciar nuevos negocios con el fin de aprovechar mejor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	37	1	4	2.46	1.070
9. ¿En qué medida tuvo que adecuar sus procesos productivos para poder afrontar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	36	1	4	2.42	1.131
5. ¿En qué medida ha modificado su producto en cuanto a moda para poder afrontar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	34	1	4	2.41	1.076
7. ¿En qué medida ha utilizado nuevos materiales para poder afrontar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	35	1	4	2.37	1.165
8. ¿En qué medida ha establecido nuevas estrategias de negocios para poder afrontar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	36	1	4	2.33	1.171
10. ¿En qué medida tuvo que buscar alguna alianza de negocios para poder afrontar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	37	1	4	2.14	1.110
12. ¿Considera que el apoyo brindado por el gobierno federal ha sido suficiente y adecuado para poder salir adelante dentro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	38	1	4	2.08	.997
14. ¿Considera que las medidas implementadas por la Cámara o Asociación de su sector Industrial han sido suficientes y adecuadas para salir adelante dentro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	38	1	4	2.08	.969
13. ¿Considera que el apoyo brindado por el gobierno estatal ha sido suficiente y adecuado para poder salir adelante dentro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte?	37	1	4	2.05	1.104
N válido (según lista)	33				

Fuente: Investigación aplicada a través del *survey monkey* y procesada con el Software Estadístico

SPSS v19 (2012)

En virtud de que la calidad fue el aspecto más significativo en cuanto al índice de relevancia presentado en la tabla anterior respecto a los demás con los que se comparó, es por ello que se evidencia que en virtud de que la mayoría de las empresas cuenta con experiencia tanto para exportar como para importar dentro del TLCAN, es por ello que la experiencia les ha enseñado que la clave para tener éxito dentro del TLCAN es y ha sido la calidad, es por ello que se presenta de manera gráfica el resultado de qué tanto ha beneficiado a las empresas que realizan exportaciones tanto a los Estados Unidos como a Canadá, encontrándose que únicamente un 17.6% de las empresas manifestó que la calidad no los ha beneficiado en nada, otro 23.5% indicó que ha sido poco el beneficio que les ha traído la calidad, otro 23.5% señaló que la influencia de la calidad ha sido suficiente para tener éxito dentro del TLCAN, y el más

alto de todos con un 35.4% manifestó que ha sido mucho el beneficio que les ha traído la calidad para tener dicho éxito y para seguir enfrentado el TLCAN.

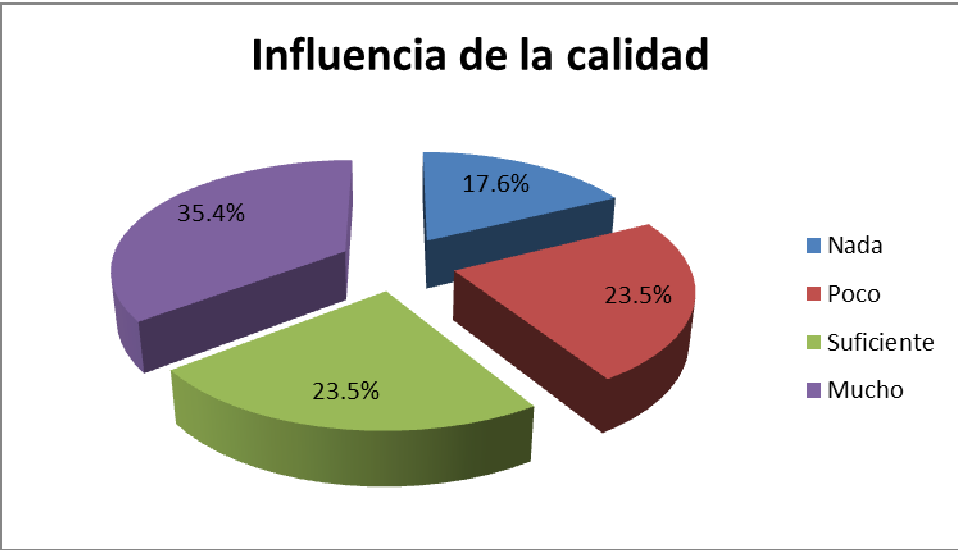


Gráfico 9. Influencia de la calidad en el éxito de la empresa dentro del TLCAN.

Y para cerrar este apartado de resultados y hallazgos, se presenta el gráfico 10, en el que se puede observar claramente el índice de relevancia a que se hace alusión en párrafos anteriores, y del cómo supera a las restantes variables con las que fueron tomadas en cuenta para identificar los aspectos principales que han ayudado a las empresas guanajuatenses a tener éxito mediante el TLCAN.

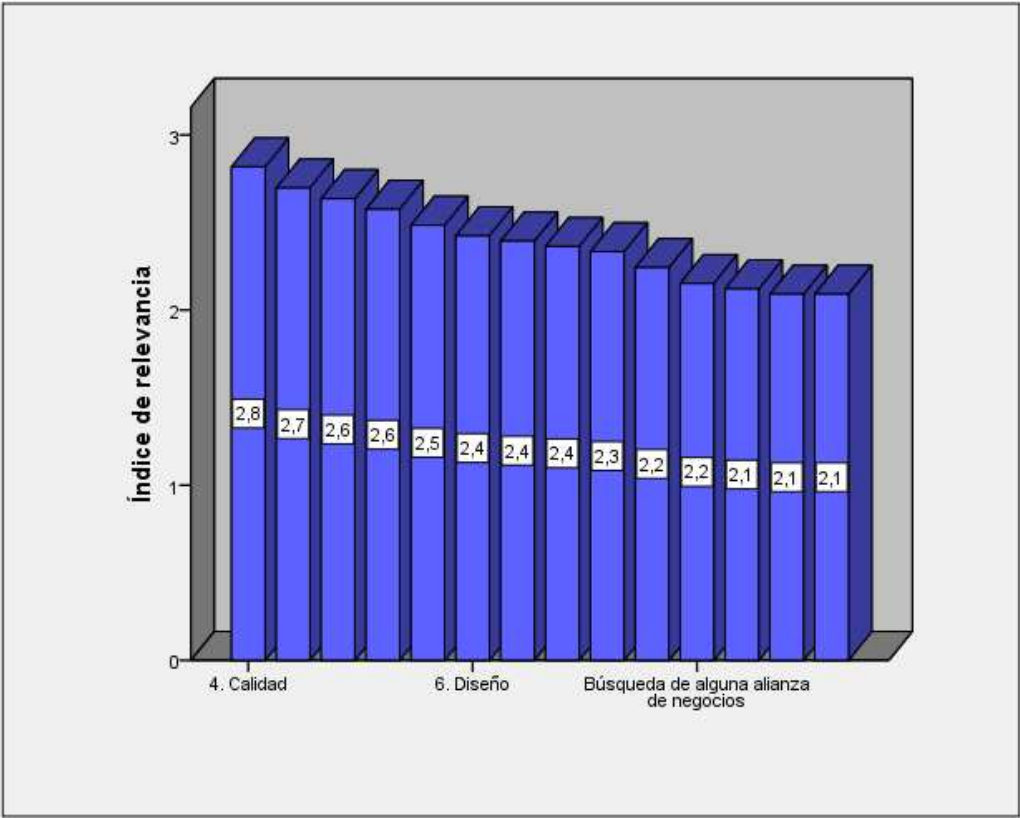


Gráfico 10. Índice de relevancia de la calidad en las empresas guanajuatenses.

CONCLUSIONES

En cuanto a los objetivos se concluye que el aspecto clave para que las empresas guanajuatenses que realizan operaciones de comercio exterior es la calidad, toda vez que fue la variable con mayor índice de significancia para que las empresas lograran tener éxito al vender sus productos en el extranjero.

A continuación se describen las conclusiones en función de las preguntas planteadas al inicio del proyecto:

¿Qué aspectos clave han permitido a las empresas guanajuatenses que realizan operaciones de comercio exterior mediante el TLCAN mejorar su competitividad?

En cuanto a los aspectos clave que se identificaron al analizar los resultados, se encontró que las empresas que tienen poco tiempo realizando operaciones de comercio exterior ya sea al exportar o importar, éstas han logrado ser competitivas en el mercado debido a que actualmente están siendo asesoradas por el Banco de Comercio Exterior (BANCOMEX), por lo que ya no es una limitante el ser relativamente nuevos para tener éxito, siempre y cuando estén bien asesoradas; y en lo que respecta a empresas que tienen más tiempo realizando dichas actividades, se concluye que la experiencia les ha ayudado a mantener su competitividad, sin embargo para que tanto las empresas jóvenes y las de mayor experiencia pudiesen lograr el éxito con el TLCAN, un factor fundamental encontrado fue la calidad de sus productos, por encima del precio, y de la adecuación de sus bienes de acuerdo a la moda, y es entendible ya que la calidad es fundamental para cualquier empresa, sin embargo la calidad implica una mejora continua en sus procesos para poder mantener este liderazgo de sus productos en el extranjero.

¿De las variables a considerar, cuáles han influido en que cierto sector se haya beneficiado con el TLCAN?

De las 3 variables con las que se midió la competitividad de las empresas guanajuatenses que realizan operaciones de comercio exterior, se encontró que la variable calidad fue la que sobresalió por encima del precio y del diseño de sus productos, toda vez que en cerca de un 59% ha contribuido que dichas empresas lograran el éxito dentro del TLCAN, y al encontrar la importancia de tal variable es fundamental que las empresas que no han tenido dicho éxito, pongan especial cuidado en la calidad tanto de sus procesos como de sus productos, ya que es lo que más toman en cuenta los clientes de los vecinos países del norte, como son Estados Unidos de América y Canadá.

BIBLIOGRAFÍA

Adelman Irma (1964). Teorías de Desarrollo Económico. FCE, México-Buenos Aires

Bárceñas, G. (18 de Agosto de 2011). *Exportaciones crecen casi 28%: Breves: Correo.* Recuperado el 15 de Diciembre de 2011, de Sitio web de Confederación de Cámaras Industriales Zona Bajío: <http://www.concaminbajio.org/descargas/201108180922290.Nota%2010.pdf>

Batres R. & García L. (2006). Competitividad y Desarrollo Internacional. Cómo lograrlo en México. México. Mc Graw Hill

Cateora G. (2005). Marketing internacional. México. Mc Graw Hill

Celio, V. (20 de Abril de 2010). *Sector agroindustrial se reforzará: El Sol de Irapuato.* Recuperado el 15 de Diciembre de 2011, de Sitio Web de Organización Editorial Mexicana: <http://www.oem.com.mx/elsoldeirapuato/notas/n1603088.htm>

Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato. (2009). *Implicaciones de la Reducción Arancelaria al Sector Textil y de la Confección: Centro de Información en Comercio Exterior.* Recuperado el 15 de Diciembre de 2011, de Sitio

web de Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato:
http://www.cofoce.gob.mx/documentos/info_sect/textil/Implicaciones_Reduc_Arancelaria_Sector_Textil_Conf.pdf

Corresponsales en línea.com. (28 de Julio de 2011). *Se impulsa el desarrollo de la industria textil en Guanajuato asegura Juan Manuel Oliva: Moroleón*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2011, de Sitio Web de Corresponsales en línea.com: <http://corresponsalesenlinea.com/guanajuato/9455-clausuran-jmor-la-expo-textil-2011.html>

Chamoun-Nicolas H. (2003). *Guía para la Negociación sin Fallas*. Trato hecho. México. Keynegotiations

Chamoun-Nicolas H. (2001). *Desarrollo de Negocios. Vender sin planeación limita el poder de la negociación*. México. Editorial Agata

Dornbusch Rudiger, Fisher Stanley & Schmalensee Richard (1993). *Economía*. Segunda edición. Editorial Mc Graw Hill/Interamericana de México, S.A. de C.V.

Dornbusch Rudiger, Fisher Stanley & Schmalensee Richard (2000). *Economía*. Segunda edición. Editorial Mc Graw Hill/Interamericana de México, S.A. de C.V.

El Sol del Bajío. (20 de Febrero de 2008). *Celaya: Se coloca estado en primer plano de industria automotriz*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2011, de Sitio web de Organización Editorial Mexicana: <http://www.oem.com.mx/esto/notas/n600909.htm>

Gobierno del Estado de Guanajuato: Sala de Prensa . (23 de Junio de 2011). *Prensa : Gobierno del Estado de Guanajuato*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2011, de Sitio web de Gobierno del Estado de Guanajuato: http://www.guanajuato.gob.mx/gto/detalle_noticia.php/15413_La-industria-automotriz-y-de-autopartes-en-Guanajuato-genera-empleo-a-25-mil-692-personas

Higgins Benjamín (1959). *Economic Development*, w.w. Norton and Company Inc., Nueva York

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2011). *cuéntame: economía*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2011, de Sitio web de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://cuentame.inegi.org.mx/economia/default.aspx?tema=E>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2011). *Minería: Cuéntame: Economía*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2011, de Sitio Web de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://cuentame.inegi.org.mx/economia/secundario/mineria/default.aspx?tema=E>

Luévano, H., & Martínez, J. (17 de Agosto de 2011). *Favorecen Desarrollo*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2011, de Sitio Web de Periódico AM: <http://www.am.com.mx/nota.aspx?ID=493945>

Marcocchio, J. (6 de Agosto de 2010). *Se une Sector Textil Confección de Guanajuato*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2011, de Sitio web de Periódico AM: <http://www.am.com.mx/Nota.aspx?ID=418381>

Mendoza , J. J. (1 de Agosto de 2011). *Empresas de Guanajuato tienen éxito en Expo Agro de Colombia: Finanzas: Periódico la Prensa*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2011, de Sitio web de Organización Editorial Mexicana: <http://www.oem.com.mx/laprensa/notas/n2169815.htm>

Novedades de Acapulco S.A. de C.V. (16 de Agosto de 2011). *País: Afirman que Guanajuato es ícono de Industria Automotriz de México*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2011, de Sitio web de Novedades de Acapulco S.A. de C.V.: <http://www.novedadesacapulco.mx/pais/afirman-que-guanajuato-es-icone-de-industria-automotriz-de-mexico>

Padilla, C. (1 de Febrero de 2011). Guanajuato segundo Estado en industria de auto partes. *El Sol de Irapuato*.

Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable. (2011). *Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable: Exportaciones*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2011, de Sitio web de la Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable: http://sde.guanajuato.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=54&Itemid=96

Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable. (2011). *Sector Cuero-Calzado*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2011, de Sitio web de la Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable: http://sde.guanajuato.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=31&Itemid=63

Smith Adam (1958). Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones. FCE, México-Buenos Aires

Torres Manzo Carlos (1961). La teoría pura del comercio internacional. Aspecto de su desarrollo. Tesis profesional UNAM, México.

Zacatelco, K. (12 de Septiembre de 2011). *Beneficiará clúster automotriz de Guanajuato acuerdo con Mercosur*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2011, de Sitio Web de Zona Franca: <http://www.zonafranca.mx/beneficiara-cluster-automotriz-de-guanajuato-acuerdo-con-mercosur/>