



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DEL ESTADO DE HIDALGO**

**INSTITUTO DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

**“Retos no arancelarios para la exportación de
productos textiles hacia el mercado europeo”**

T E S I S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR

P R E S E N T A:

ROMINA BRETÓN NORIEGA

DIRECTOR DE TESIS :

DR. MARIO CRUZ CRUZ

JULIO, 2014.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a dos personas muy importantes en mi vida, Rubén Pablo Aguirre Robles mejor amigo, amado compañero y maravilloso esposo, quien me ha proporcionado y enseñado más que cualquier ser humano en la tierra. Franca Aguirre Bretón mi hija quien me ha enseñado el amor en forma milagrosa y hace mi vida maravillosa, humildemente se los dedico.

AGRADECIMIENTOS

Como siempre, en primer lugar deseo dar las gracias a Dios por brindarme la oportunidad de estar viva y realizar hasta el momento todos mis sueños.

En seguida, muestro mi agradecimiento a mi maravillosa pareja en vida y a mi dulce hija, a los que amo con todo mi corazón y que han sido mi motor para seguir adelante.

Quiero hacer un agradecimiento especial a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo por la oportunidad de culminar mi licenciatura a 10 años de egreso. A mi excelente asesor el Dr. Mario Cruz Cruz que sin su apoyo y asesoría esta investigación no hubiese sido posible.

Agradezco también a un gran amigo que me ha brindado su amistad incondicionalmente, el cual ha estado en las buenas y en las malas, gracias Roy.

A Melisa Benítez Lara dueña y diseñadora de Dame Diseños Textiles, que nos permitió conocer e investigar sobre su producto de tan altos estándares.

A mis padres que gracias a ellos tuve la oportunidad de seguir con mis estudios y que siempre me dieron y me dan su apoyo día a día , gracias Carlos Bretón Sánchez por todos tus consejos, sin duda alguna siempre tienes la razón, gracias Marcela Noriega Hernández por luchar siempre por tus hijos eres una guerrera.

Gracias a mis dos hermanos a los cuales quiero mucho y son parte importante de mi vida.

A mis abuelos que siempre cuidaron de mi, quiero agradecerles su cariño y su tiempo.

Gracias a todas y cada una de las personas que forman parte de mi vida y me acompañan siempre, por brindarme su amistad y sus consejos los llevo en mi mente y mi corazón.

INDICE

Introducción.....	1
Capitulo I. Marco teórico.....	4
1.1 Aproximaciones teóricas.....	4
1.2 El reto de la exportación.....	7
1.2.1. Diagrama de exportación.....	11
1.3 Concepto de pequeña y mediana empresa.....	12
1.3.1 Sector textil de la confección en el Distrito Federal.....	14
1.4 Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, una oportunidad para exportar.....	19
1.5 Balanza Comercial México-UE sector manufactura.....	26
Capitulo II. Conociendo las barreras no arancelarias de la Unión Europea para exportar textiles con bordados artesanales vanguardistas.....	30
2.1 ¿Qué son las barreras no arancelarias?.....	30
2.2 Principales barreras no arancelarias de la UE para sector textil.....	34
2.3 Aspectos técnicos normativos.....	35
2.4 El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.....	43
2.4.1. Riesgos por incumplimiento de barreras no arancelarias.....	45
2.5 Dame Diseños Textiles.....	46

Capítulo III. Análisis de mercado de la Unión Europea.....	57
3.1 Alemania como mercado meta.....	57
3.2 Hábitos y tendencias de consumo.....	63
3.3 Diferencias del producto mexicano para una buena aceptación en el mercado europeo.....	65
3.4 Análisis de la competencia para México en el sector textil.....	67
3.5 Barreras arancelarias para sector textil.....	68
Conclusiones.....	72
Anexos.....	75
Bibliografía.....	78

1.1. Introducción

El sistema mundial¹ de comercio se caracteriza por su reglamentación compleja que supera la forma tradicional de regulaciones arancelarias del tráfico de bienes (Wöss 2000). Las disciplinas que gobiernan el mercado mundial son relativamente difíciles de cumplir para pequeñas y medianas empresas que carecen de capacidades técnicas y económicas, o no tienen acceso a la información necesaria (Bifani, 2007).

Bajo esa premisa, en esta tesina se exploran algunos aspectos de las barreras no arancelarias, como menciona Wöss (2000) en su artículo de “La exportación hacia la Unión Europea”, existen dos tipos principales de barreras no arancelarias, las barreras físicas y las barreras técnicas a las primeras pertenecen las aduanas y el papeleo administrativo en la importación. Para la importación desde un país tercero a la Unión Europea, dichas barreras han sido reducidas a través del *Documento Administrativo Unico* o “*Single Administrative Document*” (SAD), desde 1993.

Por lo tanto, la fragmentación del mercado se realiza a través de barreras técnicas al comercio como son normas y estándares técnicos que establecen estándares mínimos para la protección de la salud, seguridad, el medio ambiente y la protección al consumidor.²

El desarrollo del presente trabajo se enfoca a la exportación de productos de la Industria textil, ya que existen muchos productores en el segmento de pequeñas y medianas empresas con diseños exclusivos y de alto valor agregado con interés en exportar que se encuentran en desventaja, por una parte México importa muchas prendas de vestir incluso muchas de ellas no cumplen las barreras no arancelarias y por otra parte, al intentar exportar a mercados primermundistas se encuentran con estas barreras que desmotivan su interés por exportar.

¹ El sistema mundial se refiere a un sistema en el que los países son económica y políticamente independientes.

² Wöss, H. (2000) LA EXPORTACIÓN HACIA LA UNIÓN EUROPEA. *Práctica Fiscal*, 2ª Decena, pp. B4-6.

En ese sentido, se profundiza en los requerimientos no arancelarios que solicita la Unión Europea para la entrada de los productos textiles y de qué manera ha impactado al país y a los productores. En la Unión Europea se encontraron disposiciones, reglamentaciones, requisitos, que muchas veces son desproporcionados o engorrosos y constituyen verdaderas trabas al libre comercio.

Dentro de los mecanismos más frecuentes utilizados por los países para proteger su mercado interno, pueden nombrarse las barreras no arancelarias (BNA), de las cuales se hace hincapié en la presente tesina.

La finalidad de esta tesina es aportar información a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la elaboración de textiles con diseños exclusivos, calidad, artesanales y con valor agregado para incrementar el sano intercambio entre México y la Unión Europea, la creación de bloques económicos y generar la dinámica de los procesos de globalización que obligue a las pequeñas y medianas empresas a adaptarse e incorporarse de manera competitiva a los cambios de los mercados locales e internacionales y hacer más eficiente y productiva la industria textil.

Por lo tanto, es de vital importancia mencionar que las autoridades mexicanas apoyan a pequeñas y medianas empresas para capacitarlos de manera teórica y práctica para que cumplan las exigencias del mercado europeo, además de apoyo económico impulsando y convirtiendo esta amenaza en una oportunidad para mejorar la balanza comercial a fin de incrementar las exportaciones de productos del sector de confección en Europa.

Así como se menciona la Secretaría de Economía (2014), ProMéxico es una entidad con recursos propios, y que con el apoyo de todas las dependencias del Gobierno Federal, está dedicada a la promoción de las exportaciones y atracción de una mayor inversión extranjera directa, a fin de consolidar a México como líder en Latinoamérica y entre las economías emergentes.

Esta investigación explora las posibilidades de incorporar diseños de alta costura en el mercado europeo, se consideró principalmente como destino Alemania, ya que como menciona La Guía Básica del exportador, demuestran un alto gusto por las confecciones, diseños originales y de moda, además de ser un mercado selectivo y de contar con las posibilidades económicas para adquirir estos productos mexicanos. Como ejemplo en este trabajo se exponen prendas con estas características, elaboradas por Dame Diseños Textiles quien utiliza bordados que se remontan a elementos vastos de la cultura de nuestro país, que le proporcionan originalidad y parte de nuestras tradiciones por herencia.

Se señalan las regulaciones y restricciones no arancelarias para la exportación del sector textil a Alemania, debido a que Dame Diseños Textiles necesita implementar estos elementos a sus productos y de esta manera concretar satisfactoriamente el reto de la exportación.

El primer Capítulo tiene como objetivo plantear el marco teórico, que menciona los aspectos sobresalientes de la teoría del intercambio desigual; misma que sirve como sustento en la presente tesina, se presentan definiciones y aspectos generales de la exportación, así como una breve introducción sobre las pequeñas y medianas empresas en el sector textil del Distrito Federal, reseñas sobre el TLCUE y balanza comercial México-UE en el sector manufactura.

En el segundo Capítulo se hace un estudio sobre las barreras no arancelarias específicas en el sector textil para exportar a la Unión Europea, así como aspectos normativos de gran importancia y los riesgos que enfrenta un pequeño y mediano exportador por el incumplimiento de éstas. Así como el caso de Dame Diseños Textiles una empresa exitosa ubicada en el Distrito Federal dedicada a la creación de prendas únicas con valor agregado 100% mexicanas.

En el Capítulo 3 se realiza el estudio del mercado europeo, así como el análisis de los hábitos y tendencias de consumo en Alemania, se analiza la competencia y las barreras arancelarias.

En el último apartado se muestran las conclusiones a las que se llegó después de realizar la investigación.

CAPITULO I. Marco Teórico

En el siguiente capítulo se describe el sustento teórico del que se soporta la investigación. En éste, se hace una reseña sobre los orígenes del comercio internacional y la teoría del intercambio desigual. Asimismo, definiremos los términos de exportación, de la pequeña y mediana empresa en el sector textil específicamente productores de alta costura establecidos en el Distrito Federal. Finalmente, destacaremos los beneficios del TLCUE para exportar hacia el mercado europeo y elaboraremos un análisis de la balanza comercial entre México y Alemania en el sector manufactura.

1.1. Aproximaciones teóricas

Como menciona Everleny e Iñiguez (2004) el comercio internacional es relevante por su contribución a la satisfacción de las más variadas necesidades de los países. Sobre la base de esta convicción se ha definido la libertad de comercio como un instrumento que permite lograr un objetivo que podemos considerar universal, la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de la población mundial que está íntimamente relacionada con la renta económica generada y su posterior distribución, además de que el comercio internacional optimiza la movilidad de los recursos.

También incide en la formación de los precios internos, en los niveles de empleo, de inversión y en la elaboración de las políticas económicas.

Como refiere la historia del comercio los orígenes del comercio se remontan a finales del Neolítico, cuando se instituyó la agricultura. Al principio era una agricultura de subsistencia. Sin embargo, a medida que iban incorporándose nuevos desarrollos en esta actividad, las cosechas eran cada vez mayores lo cual facilitó un intercambio local de otros bienes por alimentos que dieron paso al trabajo con los metales, la rueda, el torno, la navegación, la escritura, nuevas formas de asentamientos urbanos, etc.

A lo largo de la edad media empezaron a surgir unas rutas comerciales transcontinentales que intentaban suplir la alta demanda europea de bienes y mercancías.³

Asimismo, la necesidad de vestirse surge en el hombre de las cavernas, para combatir las inclemencias del tiempo, y para ello cazó animales y se abrigó con sus cueros y pieles.

Con el transcurso del tiempo, la ropa comienza a asociarse a la ubicación en la sociedad, dependiendo estos ropajes, de la modestia personal, la ostentación o el lujo, las posibilidades económicas, las actividades laborales, etc.⁴

Por esta razón, surgen las prendas de alta costura⁵ mismas en las que nos basaremos para el distinguido gusto de la sociedad Alemana, ya que como refiere la Secretaria de Economía es el segundo país importador de textiles a nivel mundial (después de los Estados Unidos).

De hecho, según las estadísticas de SE (2013) las importaciones alemanas de textiles presentan un marcado crecimiento en los últimos años, pasando de 12.6 millones de dólares importados en el 2000 a 41.6 millones en el 2013. Actualmente entre las principales tendencias en el mercado alemán de productos textiles se destacan las siguientes: importancia de la moda y la innovación, gustos por productos artesanales, incremento en las ventas por internet, productos que sean

³ Everlery e Iñiguez (2004) *Economía Internacional* editorial Félix Varela.

⁴ La Vestimenta. <http://www.educar.org/inventos/lavestimenta.asp>

⁵ Se refiere a la creación de prendas exclusivas a la medida del cliente.

amigables con el medio ambiente, demanda por productos de algodón, demanda por nuevos productos que sean anti-bacteriales.⁶

Para sustentar este proyecto de investigación revisaremos la teoría del intercambio desigual, ya que como señala Arghiri (1972) en los diferentes países del mundo se cuenta con diferentes medios para producir bienes, desde la capacidad de trabajo, capital, tecnología etc. Por lo tanto el valor final de cada producto en las exportaciones e importaciones es distinto ya que en algunos países se ocupa mayor o menor recurso para crear bienes que en otros países; por lo tanto se produce un intercambio de bienes in equitativo entre los países. Se puede decir que este intercambio desigual ha tenido como punto característico el saqueo (por supuesto que de manera más amable) de más valor del usual en cada producto. Los términos de intercambio (que es la relación entre valor unitario de las exportaciones de los países subdesarrollados y el valor unitario medio de sus importaciones) cada día son más desfavorables para las economías en Desarrollo.

Arghiri (1972) señala que si un país en desarrollo exporta en su mayoría materias primas; mientras que los países desarrollados exportan a estos países productos manufacturados, ello hace una evidente desventaja en el intercambio ya que el precio de las materias primas cada vez se desvaloriza más, mientras que el precio de los productos terminados se incrementa constantemente.

Por otra parte, se tienen restricciones no arancelarias que los países desarrollados imponen a la entrada, lo que hace aún más difícil el intercambio equitativo, no permitiendo la competencia igualitaria de los países del tercer mundo con el primer mundo.

⁶ Estudio de producto-Mercado Artesanías Textiles en Alemania. [uim.mineco.gob.gt/.../estudios-de-mercado](http://uim.mineco.gob.gt/.../estudios-de-mercado;);

Como menciona una causa Ruy Mauro Marini (1991) en la Teoría del intercambio desigual “Las transacciones entre naciones que intercambian distintas clases de mercancías, como manufacturas y materias primas hacen que unas produzcan bienes que las demás no producen, o no lo pueden hacer con la misma facilidad, permite que las primeras eludan la ley del valor es decir, que venden sus productos a precios superiores a su valor, configurando así un intercambio desigual”. De esta manera identificamos que México se encuentra en desventaja para producir en el sector textil, en consecuencia evita el valor agregado que se le puede dar a las prendas.

1.2. El reto de la exportación

En este apartado es importante señalar la definición de exportación, que nos permita alentar al pequeño y mediano empresario a vender sus productos en otras latitudes, en este caso es de nuestro interés el mercado europeo, al cual Dame Diseños Textiles desea aspirar.

A continuación mencionaremos algunos conceptos de diferentes fuentes:

“La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas” (Daniels y Radebaugh, 2004).

Bancomext (2005) menciona que “la exportación, es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero”. La legislación nacional (Ley Aduanera) contempla dos tipos de exportación: la definitiva y la temporal.

La exportación definitiva se define como la salida de mercancías del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado. (Artículo 102 de la Ley Aduanera).

La exportación temporal es la salida de mercancías del territorio nacional para retornar posteriormente al país. Se realiza con el objeto de permanecer en el extranjero por tiempo limitado y con una finalidad específica, para retornar al país en el mismo estado, o para elaboración, transformación o reparación.

Para exportar, lo primero y esencial es mantener y revigorizar la actitud de todo empresario exitoso: “Lo mejor de mi esfuerzo para mi cliente; los más y mejores clientes por mi esfuerzo” (Bancomext, 2005).

Por otra parte J. Rodríguez señala que la exportación es una forma en que las empresas pueden diversificar sus mercados. “Las empresas nacionales salen al extranjero por diversas razones, las cuales tienen relación con el deseo de elevar las ventas y utilidades o bien protegerlas de la competencia”⁷

Bancomext (2005) indica que: “En el contexto actual, todos los países están obligados a relacionarse unos con otros; son interdependientes en una economía mundial en la que ninguna nación puede proclamarse como autosuficientes, lo que pasa en cualquier lugar del mundo, afecta al resto de las economías del planeta” (p. 18).

La integración y la concertación de acuerdos que impulsen y fortalezcan los flujos comerciales, es uno de los aspectos por los que se han caracterizado, en la última década el comercio exterior mundial. México es un claro exponente de esta tendencia ya que cuenta con una red de 10 Tratados de Libre Comercio con 45 países (TLCs), 30 acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRIs) y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)⁸.

⁷ Rodríguez J. (2001) *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas exportadoras*. Thomson. México.

⁸ Tratados y Acuerdos firmados por México. <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/tlc-acuerdos>.

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

Así como refiere la Guía Básica del exportador (2005) estas negociaciones permiten, por una parte, que las empresas mexicanas hagan frente a un entorno mundial de intensa competencia y por otra parte, que los diversos obstáculos que cada país impone a la importación de mercancías para proteger a su industria, se desvanezcan, desaparezcan o reduzcan, permitiéndole al país:

- ampliar sus mercados potenciales más allá de sus fronteras,
- que sus productos compitan en igualdad de condiciones con los de las empresas de otros países respectivos, y
- tener acceso preferencial en principales mercados de importación.

Es por eso que los proyectos de exportación deben formar parte importante de los programas de crecimiento de la empresa, por lo que se recomienda considerarlos como una variable de peso en los mismos. La necesidad de cambio se vuelve una constante; si no se toma en cuenta, se corre el riesgo de perder la oportunidad del éxito y salir del mercado (Bancomext, 2005).

La “Guía Básica del Exportador” publicada por Bancomext, menciona que cuando una empresa se enfrenta a un mercado maduro y saturado en su mercado local, es importante que busque nuevos mercados en el extranjero. Algunas ventajas empresariales de exportar son:

- Mejora de la competitividad e imagen de la empresa.
- Mayor estabilidad financiera de la empresa por flujos en otras divisas.
- Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.

- Reducción de costos por mayores volúmenes de venta.⁹

Las exportaciones han ido creando una robusta industria que ha ido incrementando su importancia en el crecimiento económico de un país. Por lo general, un volumen alto de exportaciones es considerado bueno para el país y su economía pues se traduce en más empleo a mayor demanda externa de productos nacionales. A mayor número de personas con empleo, más dinero en manos del consumidor que puede llevar a un aumento de la actividad económica lo que al fin repercute en un aumento del PIB.¹⁰ (Producto Interno Bruto)

Existen dos forma de exportar como menciona (Daniels et. al. 2004)

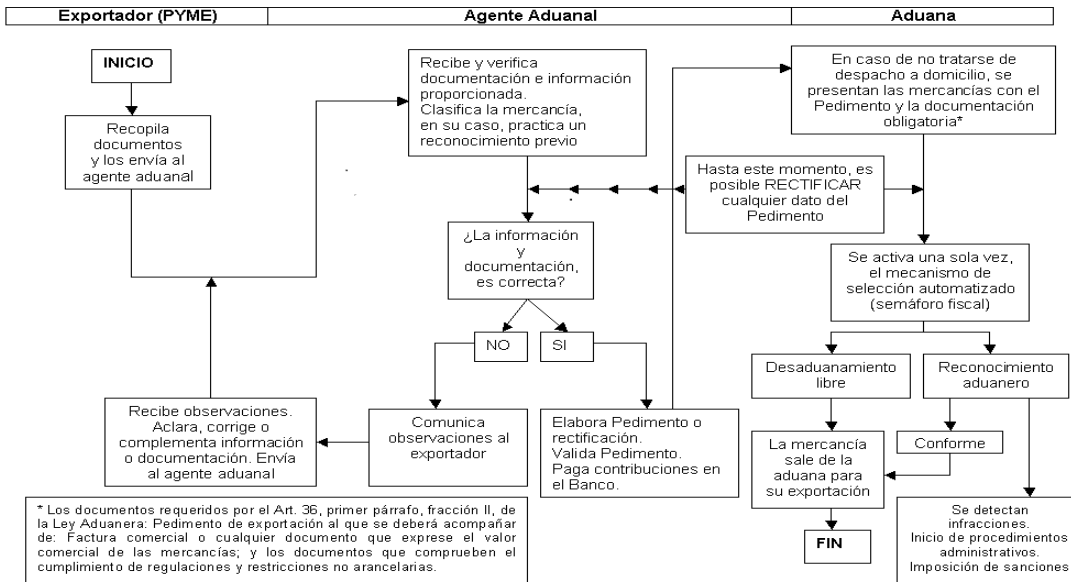
La exportación directa se determina cuando la empresa toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación, lo cual puede deberse a varias causas entre las que destacan son: contracción del mercado interno, el empresario se da cuenta de la importancia de ciertos mercados, el empresario considera importantes riesgos comerciales a través de la exportación.

La exportación indirecta es utilizada por aquellas empresas que no tienen mucha experiencia o bien están en el inicio de realizar transacciones en los mercados internacionales. Es decir que es el uso por un exportador de otro exportador como intermedio. De esta forma, hay una oportunidad de introducirse en los mercados internacionales, por medio de algún distribuidor o intermediario también conocido como brokers lo que en si constituye una ventaja competitiva, al emplear facilidades de la informática y las telecomunicaciones en la detección de negocios.

⁹ BANCOMEXT. *Guía Básica del Exportador*. México 2005.

¹⁰Exportaciones. <http://www.efxto.com/diccionario/e/3698-exportaciones>

1.2.1 Diagrama de exportación



Fuente: Elaboración propia con datos de SE (2010).

Como podemos observar en el diagrama 1.2.1 el proceso de exportación comienza con la recopilación de documentos para enviarlos al agente aduanal, este recibe y verifica la documentación para clasificarla de manera adecuada y en su caso hacer un reconocimiento previo, si la información es correcta elabora el pedimento, lo valida y paga las contribuciones en el banco, en caso de que no sea correcta se lo comunica al exportador para que haga las correcciones pertinentes y se devuelvan con las correcciones, para pasar a la aduana y enseguida activar el mecanismo de selección automatizado donde puede pasar al desaduanamiento libre, en este caso la mercancía sale de la aduana para exportación, en caso de reconocimiento aduanero, si este es conforme pasa a exportación y si no lo es, se detectan infracciones e inicia el procedimiento administrativo en materia aduanera.

Este diagrama servirá como guía para que el proceso sea entendido y practicado de manera correcta, es evidente que el objetivo es llegar a exportar y evitar el procedimiento administrativo en materia aduanera, situación que retrasa la exportación e incluso conlleva al pago de infracciones en su caso.

1.3 Concepto de pequeña y mediana empresa

En este apartado se mencionan algunos conceptos básicos de la pequeña y mediana empresa, tal es el caso de Dame Diseños Textiles considerada como pequeña por el número de empleados.

Rodríguez (2000), la pequeña y mediana empresa es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o Regiones. Las PYMES son agentes con lógicas, culturas intereses y un espíritu emprendedor específicos. Las pequeñas y medianas empresas son entidades independientes con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen del negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana. Por todo ello una PYME nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una cantidad de personal.

Las pequeñas y medianas empresas actualmente se consideran el sector productivo más importante en muchas economías, se puede decir que tanto en los países desarrollados como en los que están en procesos de crecimiento este tipo de organización productiva es de significativa importancia.

Las pequeñas y medianas empresas en México, actualmente están reguladas por distintos sectores de gobierno (Secretaría de Economía, Secretaría de Hacienda y Crédito Público y demás órganos oficiales) pero se guarda una definición que es normativa para la determinación de las mismas y se basa para esta, en un criterio general que han tomado varios organismos internacionales, y es el número de trabajadores con que cuentan (Rodríguez ,2000).

Anderson (1999) define a las pymes como: “Una Unidad Económica de Producción y Decisiones que, mediante la Organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado”

El origen de las PYMES se remonta a la Segunda Guerra Mundial, ya que todas las empresas fueron destruidas, de alguna manera debían recuperarse rápidamente así que la solución fue la creación de pequeñas y medianas empresas.¹¹

Como refiere la historia de las Pymes desde hace mucho tiempo han constituido los ingresos principales de muchas familias, ya que de ellas una familia puede sostenerse, sin necesidad de realizar algún trabajo adicional, además es de considerarse que constituyen un apoyo para las siguientes generaciones de empresarios, por la transmisión de los secretos de la empresa familiar, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de las empresas mexicanas, de una manera empírica¹² en la mayor parte de los casos.

Margarita Chico, Directora Corporativa de Comunicación de Trabajando.com México expresa que “las pequeñas y medianas empresas generan la mayor cantidad de empleos en México, alcanzando hasta el 81% de las ofertas, por lo que hay que dejar atrás el mito de que las grandes compañías son las únicas con empleos bien remunerados”¹³

La importancia de la pequeña y mediana empresa está presente en los puntos de acción de México y la Unión Europea, ya que pueden ser magníficos proveedores de insumos y esto es algo en lo que México debe hacer énfasis y tiene que profundizar.¹⁴ Por eso la UE aprobó un proyecto para apoyar a la pequeña y mediana empresa mexicana: Programa de Apoyo Integral a Pequeñas y Medianas Empresas Unión Europea-México, el cual prevé una asignación de 24 millones de euros para capacitar a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de ambas partes para poder participar en la actividad exportadora y crear alianzas estratégicas.¹⁵

¹¹Historia de las PYMES. <http://pymesdemexico.wordpress.com/2010/11/10/historia-de>

¹² Empírica: basada en la experiencia, en la percepción.

¹³ Vargas I. (15 de enero de 2013) Pymes generan 81% del empleo en México *CNNExpansión*.

¹⁴ Salvador DE Lara, “*El Acuerdo Global México-Unión Europea: Primera Reunión del Consejo Conjunto*”.

<http://www.sre.gob.mx/imred/difyext/transcripciones/radio01/sdelara.htm>

¹⁵ ESMAS, “*Favorece TLC el comercio entre México y la UE*” en <http://www.esmas.com/finanzas personales/325919.html>

Es importante mencionar que la pequeña empresa, son aquellos negocios dedicados al comercio, que tienen entre 11 y 30 trabajadores, o generan ventas anuales superiores a los 4 millones y hasta 100 millones de pesos.¹⁶

1.3.1 Sector textil de la confección en el Distrito Federal

En este apartado hacemos un estudio sobre la participación del sector textil en el Distrito Federal, es de vital importancia conocer el comportamiento de este sector para el proyecto de investigación, este capítulo nos ayudará a comprender de manera gráfica la oportunidad que tienen los fabricantes de alta costura nacionales ubicados en el Distrito Federal, para pensar en el reto de la exportación, identificando las escalas de producción actuales en la zona centro del país dedicadas a este sector que es la confección del vestido, que tienen el interés de incursionar en la exportación hacia la Unión Europea. Dame Diseños Textiles es una empresa con altas posibilidades de exportar ya que como se menciona tiene modelos únicos, vanguardistas sin dejar de lado lo tradicional de los bordador étnicos y artesanales.

La industria textil es el sector industrial de la economía dedicado a la producción de fibras-fibra natural y sintética, hilados, telas, productos relacionados con la confección de ropa y vestidos. Aunque desde el punto de vista técnico es un sector diferente, en las estadísticas económicas que suele incluir la industria del calzado como parte de la industria textil.¹⁷

¹⁶ SLIDESHARE, "MICRO, PEQUEÑA, MEDIANA Y GRANDE EMPRESA" en <http://es.slideshare.net/SERGIO1552/micro-pequea-mediana-y-grande-empresa>

¹⁷ La industria textil: historia, salud y seguridad, León J. Warshaw, en insht.es

La industria textil en México tiene una gran importancia en la economía. Emplea sobre todo a mujeres y el modelo ha permitido a México competir en el mercado internacional. Esto ha sido posible gracias a bajos salarios y nulas o mínimas reivindicaciones sindicales-condiciones laborales indignas e igualdad salarial inexistente- así como nula protección ambiental. El modelo a finales de la primera década del siglo XXI-2009- entró en crisis y requería una renovación que incluyera una competitividad responsable y un trabajo decente para los trabajadores del sector, sobre todo mujeres.¹⁸ Debemos considerar que para el mercado meta que pretende este estudio es indispensable cubrir requisitos de esta índole, ya que los estándares de calidad que pretenden, incluyen principalmente que la mano de obra que fabrique estos productos sea tratada de manera justa.

El país cuenta con oferta suficiente de fibras sintéticas y artificiales, tanto para el mercado doméstico como para exportación. La industria nacional de fibras sintéticas utiliza generalmente tecnología media, sobresaliendo la producción de poliéster, nylon y acrílicos. Con la información que se adjunta en las siguientes graficas se destaca principalmente las ventajas que se tienen para poder exportar, ya que la producción es suficiente para pensar en ser competitivos a nivel internacional.¹⁹

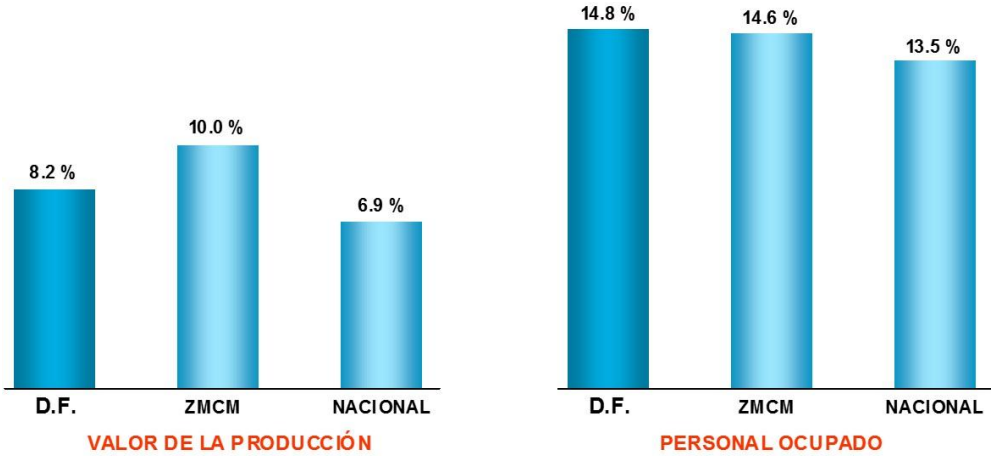
Por lo que se refiere a la producción de fibras de algodón, esta se caracteriza por estar regionalizada por diversas calidades, siendo el de más alta calidad, el algodón “pima” producido principalmente en Egipto y Perú. La perspectiva mundial del sector textil y confección se analiza a través de las tendencias internacionales de la producción, flujos de comercio exterior y los procesos de globalización.

A nivel del Distrito Federal, la Industria textil y de la confección son sumamente importantes, ya que con su participación en la economía local es mayor que el promedio a nivel nacional.

¹⁸ La crisis y sus efectos en la industria textil y del vestido de México, Red de solidaridad de la Maquila. http://es.wikipedia.org/wiki/industria_textil

¹⁹ Ángeles, G.,A.,L. y Tovar, A., M.,R. (2005). “Oportunidad de exportación a Montreal para las pequeñas empresas productoras de camisas hidalguenses”. Tesis de licenciatura no publicada,UAEH, Pachuca, Hgo.

Importancia de la industria textil y la confección del D.F. dentro de la industria manufacturera

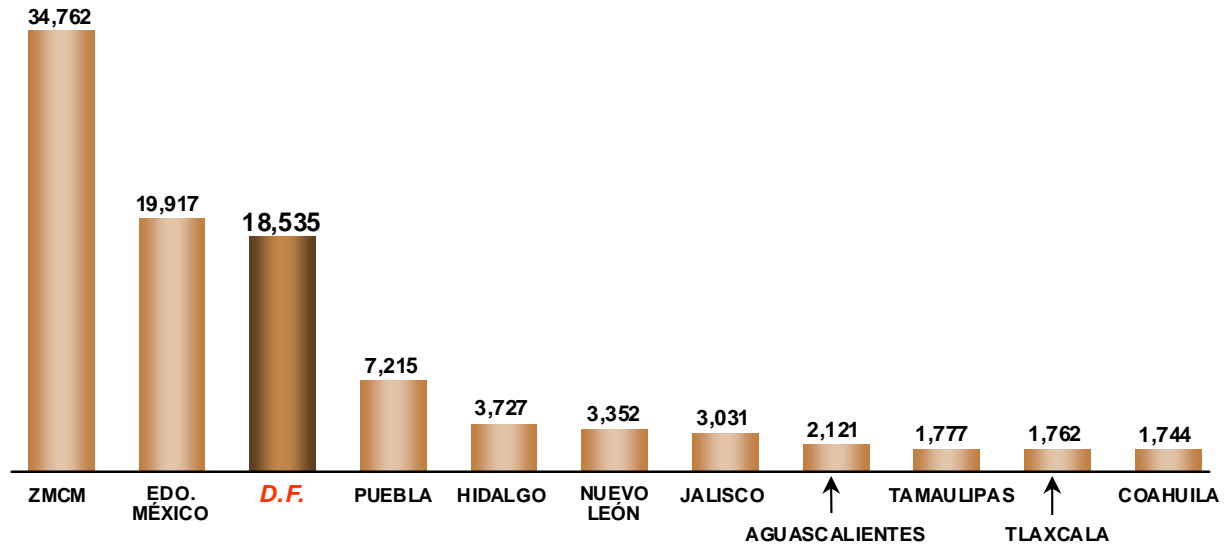


ZMCM : Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

Fuente: XIV Censo Industrial, 2012. INEGI.

Lo anterior se refuerza por el hecho de que del contexto nacional, el Distrito Federal es un actor importante, ocupando el segundo lugar en cuanto a producción bruta, solo después del Estado de México.

Producción bruta

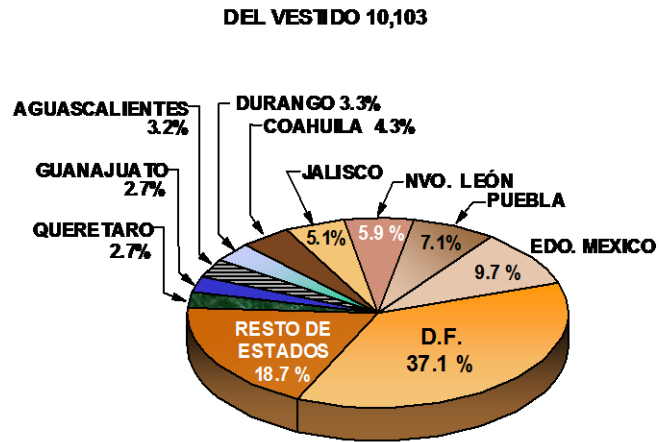
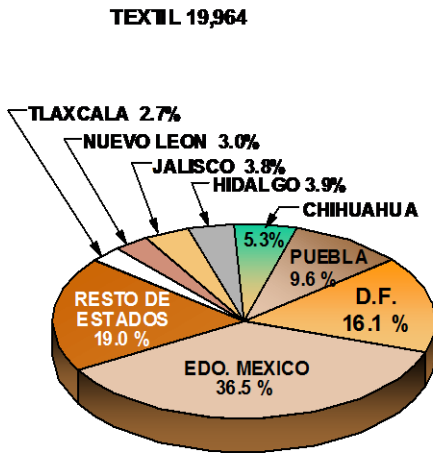


ZMCM : Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

Cifras en millones de pesos 2011.

Fuente: XIV Censo Industrial, 2012. INEGI.

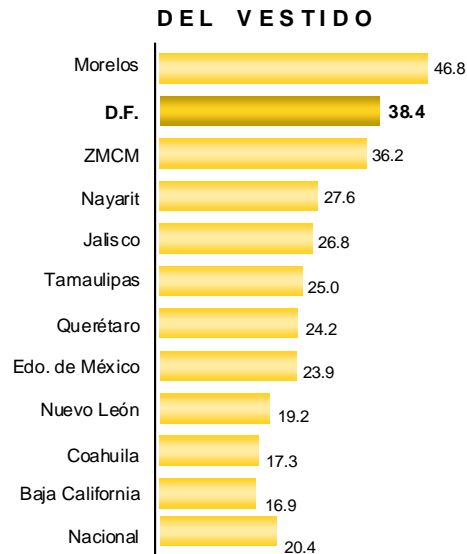
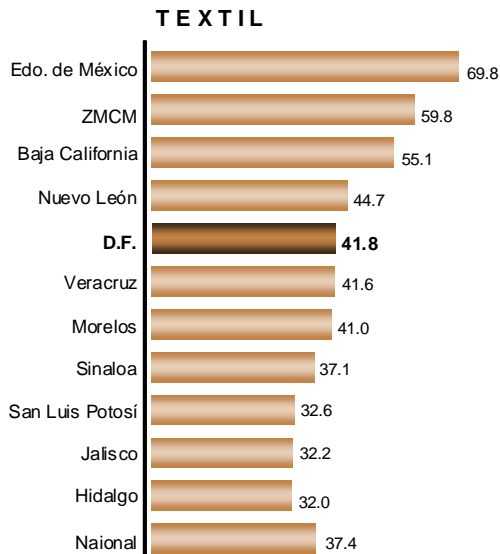
A nivel más específico, el D.F. participa con el 16% del valor agregado de la industria textil nacional, siendo superada sólo por el Estado de México y es el más importante en la confección, con el 37% del total nacional.



Cifras en millones de pesos 2011.

Fuente: XIV Censo Industrial, 2012. INEGI.

Adicionalmente, la posición competitiva del D.F. a nivel nacional se refleja en una productividad más alta que el promedio nacional, tanto en el sector textil, como en el sector de la confección.



ZMCM : Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

Fuente: XIV Censo Industrial, 2012. INEGI.

1.4 Tratado de libre comercio con la Unión Europea, una oportunidad para exportar

El tratado de libre comercio con la Unión Europea tiene como finalidad que ambas naciones pueda competir de manera justa, eliminando aranceles para que de esta manera el productor se motive y ofrezca sus productos a los países con los que se ha firmado algún tipo de acuerdo.

El TLCUE presenta un intercambio muy dinámico entre ambas regiones demostrando que México tiende a la exportación de materia prima y por su parte la UE exporta más productos manufacturados.

Con este proyecto la intención es cambiar esta tendencia para que los empresarios mexicanos aprovechen este tratado y no limiten su producción únicamente para el mercado local, si no también comprendan la ventaja de este tratado y se atrevan a exportar.

El TLCUEM se firmó entre México y la Unión europea el 1 de Julio de 2000 cuando la UE estaba formada por 15 países. En el año 2004, la UE se amplía de 15 a 25 miembros y el año 2007 pasó a tener 27 miembros. La firma de este tratado ha permitido el acceso preferencial para los exportadores mexicanos y europeos en sus respectivos mercados. El TLCUEM abarca un amplio espectro de aspectos económicos. Este tratado de última generación comprende la liberación de bienes y servicios, e incluye capítulos relativos a las inversiones, las compras gubernamentales, las facilidades al comercio, las políticas de competencia y los derechos de propiedad intelectual. La negociación con la UE, permite al exportador: acceso preferencial a productos de interés y potencial exportador, un mejor trato arancelario para la mayoría de los productos mexicanos con potencial exportador que el otorgado a sus principales competidores en el mercado comunitario (PROMEXICO, 2013).

El acuerdo entre México y la Unión Europea es el marco idóneo para que las empresas mexicanas consideren a este continente como una alternativa viable en sus esfuerzos de diversificación, representa un mercado integrado por más de 455 millones de posibles consumidores de productos y que a la fecha no ha sido totalmente aprovechado (Bancomext-ITESM, 2005).

La relación entre México y la Unión Europea fue redefinida a finales de los noventa. Roberto Domínguez Rivera menciona que en 1991 “ambas partes acordaron establecer un innovador marco de trabajo para impulsar los intercambios bilaterales en un importante número de áreas” (López y Uscanga, 2000).

El tratado de libre comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM) que forma parte del acuerdo global o AG, es el más ambicioso jamás negociado por ambas partes; además de que está basado en intereses comunes y en los valores de la democracia y los derechos humanos.²⁰ Este TLCUEM tiene dos características principales: en primer lugar, es muy amplio, cubriendo más de un 95 por ciento de los productos, ya que abarca no solamente los productos industriales y de consumo corriente si no también una gran parte de productos agrícolas y pesqueros, así como de servicios. En segundo lugar, establece un desarme arancelario amplio y rápido, pues se acordó que los aranceles decrecieran y desaparecieran, aunque con ritmos distintos para que cada una de las partes contratantes y en función de los sectores en 2007 a más tardar.²¹

Las relaciones bilaterales entre la Unión Europea y México se rigen por el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación (Acuerdo Global) firmado en Bruselas el 8 de diciembre de 1997. La entrada en vigor del Acuerdo el 1ero de Octubre de 2000 dotó a las partes de un marco para fortalecer las relaciones en los ámbitos de diálogo político, comercio y cooperación.²²

²⁰ Europa, “Cumbre de Madrid Mayo 2002” en http://europa.eu.int/comm/world/lac/mex_es.htm

²¹ Ángel Angelidis, *Resumen: “El nuevo Acuerdo global entre la Unión Europea y México”*, C. E. Luxemburgo 2001.

²² Las relaciones políticas entre la Unión Europea y México.

http://eeas.europa.eu/delegations/mexico/eu_mexico/political_relations/political_relations_framework/index_es.htm

Gracias a este Tratado de Libre Comercio México se verá inmerso en un ámbito de comercio mundial de gran alcance, representando mayores oportunidades para hacer negocios en el exterior. Alejandro Montes (2000) considera que “con este tratado, los mexicanos entramos de lleno a la competencia internacional en prácticamente todos los continentes”. La firma y puesta en marcha del Tratado con la Unión Europea es solo un avance más que México concreta para el fortalecimiento de su apertura con el exterior, como parte de su nueva estrategia de diversificación; resultado del neoliberalismo y globalización.

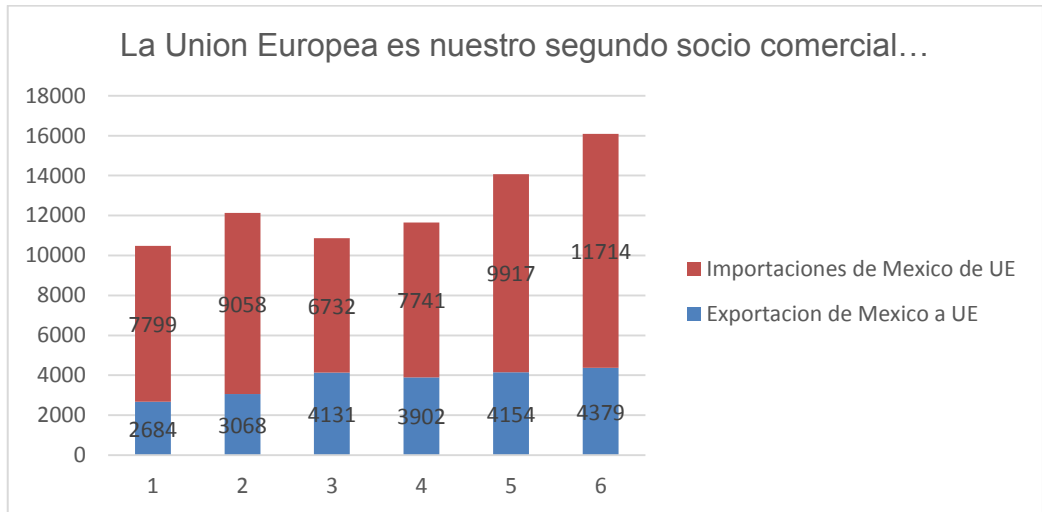
La principal razón de celebrar un TLC con la Unión Europea es la búsqueda constante de la diversificación de la economía mexicana. A pesar de ser una nación con una amplia competencia comercial, México siempre ha mostrado una fuerte dependencia frente al mercado estadounidense, que se ha incrementado a partir de la entrada en vigor del TLCAN. Como lo menciona Ana María Carrillo, basándose en los datos del INEGI, para 1999 el comercio México-Estados Unidos representó el 81.05 por ciento del comercio total mexicano.²³

Como podemos observar en el siguiente gráfico, la Unión Europea es nuestro segundo socio comercial, con esta imagen podemos apreciar el intercambio en millones de dólares que se tiene entre ambos países.

²³ Ana María Carrillo Soubic, “México y la Unión Europea : una nueva relación estratégica” en <http://www.cddhcu.gob.mx/cronica57/contenido/cont13/masalla10.htm>

Gráfico

Comercio México – UE (Millones de Dólares)



Fuente: SE con datos de BANXICO y EUROSTAT(se utilizaron cifras del país importador) en: <http://www.economia.snci.gob.mx/sic%5Fphp/ls23al.php?s=54&p=1&l=1>

Refiere Ana María Carillo Soubic, que en virtud que la Unión Europea representa para México su segundo socio comercial y la segunda fuente de inversión extranjera y, de que nuestro país se ha ubicado como el segundo comprador en América Latina de productos comunitarios, deriva la importancia que tiene para nuestro país la negociación de un acuerdo de tal naturaleza y magnitud. Para superar este reto, las dos partes decidieron negociar un Tratado de Libre Comercio que les brindará la oportunidad de fortalecer sus relaciones económicas y comerciales. Con la entrada en vigor de este tratado, se eliminarán las desventajas de acceso a los mercados que enfrentan los exportadores de ambas partes, equilibrando sus condiciones de competencia con otros socios comerciales. Además, a México le permitirá no solo diversificar el mercado de sus productos, si no también ampliar la oferta disponible de bienes y servicios.

Dentro de los resultados de la negociación en materia de acceso a mercado encontramos que:

Se eliminarán gradual y recíprocamente los aranceles a la importación.

Se reconocería la asimetría entre México y la Unión Europea mediante plazos de desgravación diferenciados para los distintos sectores.

Se eliminarían las prohibiciones y restricciones cuantitativas (v. g. permisos a la importación o exportación), pero se conservaría el derecho de aportar medidas necesarias para proteger la vida y la salud humana, animal o vegetal del medio ambiente o la moral pública.²⁴

La Unión Europea es un mercado potencial mayor al estadounidense para las exportaciones y prendas de vestir mexicanas. El TLCUE eliminará los aranceles para las exportaciones de textiles y confecciones a la UE.²⁵

La relevancia de concluir este tratado comercial estriba en que la Unión Europea constituye el mayor mercado del mundo.

Los principales clientes de México en el mercado europeo son: Alemania, España, Reino Unido, Francia y Países Bajos a los que se destina el 83.4 de las exportaciones mexicanas. Alemania es también el primer proveedor de México, seguido por Italia, Francia, España y el Reino Unido naciones de las que en su conjunto produce el 84.3% de las compras a la Unión Europea (Tratado de Libre Comercio México- Unión Europea, 2000).

²⁴ Tratado de libre comercio México-Unión Europea.
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/tlcmue.htm>

²⁵ TLCUEM. <http://www.slideshare.net/guest75e83/presentation-tlcue-presentation>

El ámbito de aplicación del TLCUE cubre once capítulos en los siguientes campos:

- I Acceso a mercados
- II. Reglas de origen
- III. Normas técnicas
- IV. Normas sanitarias y fitosanitarias
- V. Salvaguardas
- VI. Inversión y pagos relacionados
- VII. Comercio de servicios
- VIII. Compras del sector público
- IX. Competencia
- X. Propiedad intelectual
- XI. Solución de controversias

Recientemente con la visita de Enrique Peña Nieto al continente europeo se abren más oportunidades para México, mismas que los productores mexicanos deben aprovechar al máximo.

Peña Nieto menciona: “Hoy culminó mi gira de trabajo por Europa, en la que visité Portugal, el Vaticano y España. El balance es muy positivo y alentador: hemos logrado resultados y acuerdos concretos para fortalecer los vínculos de México en el continente europeo”.²⁶

²⁶ MEXICO PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA. (2014) *Resultados de gira de trabajo por Europa*
Recuperado de <http://www.presidencia.gob.mx/resultados-de-gira-de-trabajo-por-europa/>

El presidente concretó más de 28 acuerdos de cooperación con España y Portugal, además de lograr que el papa Francisco aceptara visitar México en un futuro.

Del tres al diez de junio, el mandatario federal atestiguó la firma de distintos mecanismos de colaboración de diversos ámbitos, que permitirán ensanchar y fortalecer las relaciones de México con ambas naciones. El presidente de México concreto 21 documentos que vienen a ampliar y profundizar la relación en temas específicos, de colaboración y de apoyo en distintos ámbitos; lo mismo en educación, en materia económica, comunicaciones y transportes, seguridad social, turismo, seguridad pública, cooperación cultural y diplomática (El Universal, 2014).

Como se menciona en la página de la presidencia de la república (2014): también se suscribieron acuerdos que permitan facilitar que pequeñas y medianas empresas puedan encontrar mayor respaldo crediticio a partir de la participación de las instituciones de apoyo al comercio exterior de ambas naciones. En cuanto a la visita de Estado a Portugal, el ejecutivo federal se reunió con el primer ministro de Portugal, Pedro Passos Coelho, con quien atestiguó la suscripción de diversos acuerdos en materia académica, de ciencia y tecnologías de la información, puertos, infraestructura, conectividad aérea y turismo.

La firma de varios acuerdos encaminados a profundizar la relación económica bilateral, entre los que destacan un Memorándum de Entendimiento entre Galp Energía y Petróleos Mexicanos, para identificar oportunidades de inversiones conjuntas. Asimismo, el convenio entre EDP (**Electricidad de Portugal**) y la empresa Peñoles, para la instalación de un parque eólico en Coahuila, así como un acuerdo entre el consorcio MEPSA y Fonatur, para desarrollar proyectos de infraestructura turística en el país.²⁷

²⁷ EL UNIVERSAL, (Junio 11,2014) ¿Qué logro Peña Nieto en visita oficial por Europa?

1.5 Balanza comercial México-Alemania del sector manufactura

Para justificar las intenciones de esta investigación es indispensable conocer cómo se encuentra el intercambio de manufacturas entre México y Alemania, ya que el propósito de este documento es dar a conocer la importancia de la fabricación de productos manufacturados con valor agregado que no se han atrevido a exportar por temor al fracaso como es el caso de Dame Diseños Textiles, que a pesar de contar con un producto excelente teme el rechazo debido a las estadísticas. A continuación conoceremos de manera gráfica que es evidente el déficit en este sector.

Del análisis de la siguiente tabla se aprecia que en el sector manufacturero, México mantiene una balanza comercial negativa en el año 2013, por lo tanto es importante que las PYMES dirijan su producción a mercados como el alemán, cumpliendo con sus altos estándares de calidad.

Período enero-diciembre		Balanza comercial de México-Alemania					
Valor en millones de dólares		Sector Manufactura					
País	Exportaciones		Importaciones		Comercio Total		Balanza
	2013	Partic. %	2013	Partic. %	2013	Partic. %	2013
Alemania	3,636.7	1.0	13,342.5	3.8	16,979.0	2.4	-9,705.8

Fuente: Secretaría de Economía. <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria>

Un análisis pormenorizado de las exportaciones nos indica el éxito de venta de productos de confección –no maquila- es decir, aquellos en que la tela nacional o de importación es cortada y elaborada por el exportador. Este fenómeno obliga a los productores nacionales a una mayor especialización e inversión en actividades de valor agregado.²⁸

Dame Diseños Textiles es precisamente este tipo de empresa que crea prendas con alto valor agregado ya que da un toque de modernidad a un bordado artesanal.

Estadísticas de exportación mundial

A continuación se presenta una tabla estadística donde observaremos el nivel de exportaciones en valor (dólares) que se generó para la fracción arancelaria 61061001, correspondiente a las prendas confeccionadas en algodón, de los años 2011, 2012, y 2013.

EXPORTACIONES	Valor 2013	Valor 2012	Valor 2011
Total	1,770,285	574,376	144,123

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Economía, Banco de México y la ley del Impuesto General de Importación y Exportación.

Como se menciona en el artículo de Moda & Diseño de México para el mundo, México está retomando su liderazgo en el mundo de la moda y el diseño internacional. No sólo se le considera como una opción de maquila, sino como un proveedor completo que también diseña y es catalizador de tendencias dentro de la Industria.

²⁸ Bancomext-ITESM, 2005. *Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea*.

La demanda internacional de productos mexicanos es cada vez más constante, particularmente en los sectores textil, de la confección, cuero y calzado, joyero, regalos, decoración y muebles. En conjunto, en 2012 las exportaciones del sector Moda y Diseño en México ascendieron a 15 mil 903 millones de dólares. Esto significó un aumento en las exportaciones de 9.9 % con respecto al año anterior. Desde las grandes cadenas departamentales, hasta las boutiques o distribuidores de productos especializados, la demanda y el interés por los productos mexicanos en los mercados internacionales sigue en aumento. Tan solo las exportaciones del sector textil mexicano tuvieron un incremento de 6.6% de 2011 a 2012, con el grueso de las ventas dirigidas a Estados Unidos, Japón, Canadá, Alemania, Francia y Brasil.²⁹

Bancomext-ITESM (2005) señala que: “a pesar de que las exportaciones totales en el sector confección registran una tendencia a la baja, en lo que respecta a las actividades comerciales con la Unión Europea se observa un claro crecimiento en los últimos años”. Sin embargo cabe mencionar que aun cuando ha existido una mayor apertura en este mercado, propiciada en gran medida por la firma del TLCUEM, el volumen exportado aun es poco significativo si consideramos que este solo representa el 0.44% respecto al total. En cuanto a las importaciones se aprecia que estas superan ampliamente a las exportaciones, originando una balanza comercial negativa con la Unión Europea.

²⁹ Moda & Diseño de México para el mundo.
<http://www.mexcostura.mx/empresarial/moda-a-diseno-de-mexico-para-el-mundo>

Período enero- diciembre
 Valor en millones de dólares
 Balanza comercial de México -Unión Europea
 Sector Manufactura

Países	Exportaciones		Importaciones		Comercio Total		Balanza
	2013	Partic. %	2013	Partic. %	2013	Partic. %	2013
UNION EUROPEA	18,833.5	5.3	41,633.8	11.8	60,467.0	8.5	-22,800.2

Fuente: Secretaría de Economía. <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/informacion-estadistica-y-arancelaria>

En términos generales la presencia de productos de confección mexicanos en el mercado europeo no ha sido relevante, limitándose prácticamente a prendas de vestir básicas. De hecho, en los últimos años las exportaciones de estos productos han registrado un comportamiento errático, reflejando descensos o aumentos que podrían interpretarse como exportaciones esporádicas y no permanentes, tal y como se demuestra en las cifras arriba incluidas (Bancomext, 2005).

Así por ejemplo, como indica la Guía Básica del Exportador, a pesar de la incursión del sector en el mercado europeo, el nivel de exportación todavía no alcanza cuotas relevantes debido a que la Unión Europea demanda principalmente productos confeccionados de alto valor agregado, que cuenten con diseño y moda.

Varios factores han influido en estos pobres resultados entre los que destacan:

- Un sector exportador mexicano concentrado durante muchos años en “ prendas básicas” con escaso interés en conceptos como moda y diseño , a diferencia del mercado europeo.
- La UE es un mercado sofisticado y exigente en cuestiones como: normas de etiquetado, empaque, control y certificación de calidad, cuidado del medio ambiente entre otras. Aunado a esto se encuentra el desconocimiento que existe de las mismas por parte de los exportadores mexicanos.
- Lejanía y desconocimiento del mercado, lo cual deriva en una falta de interés por parte del exportador.

CAPITULO II. Conociendo las barreras no arancelarias de la Unión Europea para exportar textiles con bordados artesanales vanguardistas

En este capítulo se hace un estudio sobre las barreras no arancelarias específicas en el sector textil para exportar a la Unión Europea, así como aspectos normativos de gran importancia y los riesgos que enfrenta un pequeño y mediano exportador por el incumplimiento de estas. Se menciona como ejemplo el caso de una empresa exitosa establecida en la Ciudad de México llamada Dame Diseños Textiles con potencial para exportar pero con el temor al fracaso por no cumplir con los requisitos que conlleva el proceso. Dame Diseños Textiles es una empresa que se dedica a la elaboración de prendas únicas de alta moda, son prendas bien elaboradas y con un estilo vanguardista, pero no basta con cumplir con este tipo de características para ser sujeto de exportación, es por ello que se mencionaran los requisitos y trabas no arancelarias que Dame Diseños Textiles debe conocer antes de aventurarse al mercado europeo.

2.1. ¿Qué son las barreras no arancelarias?

Para poder comprender esta investigación es indispensable conocer, identificar y cumplir con los requisitos cualitativos que han sido impuestos por todas las naciones para proteger a su país de la entrada de productos extranjeros.

Bancomext (2005) las regulaciones no arancelarias son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales, o para preservar los bienes de cada país, en lo que respecta a medio ambiente, proteger la salud, la salud animal y vegetal, o para asegurar a los consumidores la buena calidad de las mercancías que están adquiriendo, o darles a conocer las características de las mismas. Por su naturaleza estas regulaciones resultan más difíciles de conocer, interpretar o cumplir, lo que ocasiona que en muchos casos no sean tan transparentes, ya que se originan en varias fuentes, y al igual que los aranceles pueden ser modificadas en tiempos relativamente cortos.

Una barrera no arancelaria se entiende como toda medida, que tiene un impacto proteccionista y por ello evita el ingreso o restringe el ingreso de un producto o la prestación de un servicio o un determinado mercado. Es de suma importancia saber que las únicas importaciones de un determinado bien que se pueden impedir son las que están a la par con las medidas en el Artículo XX del acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, que hoy conocemos como la Organización Mundial del Comercio (OMC).³⁰

³⁰ *Barreras no arancelarias en:* <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2006/09/28barreras-no-arancelarias/>

Las barreras no arancelarias son las herramientas que utiliza la Administración Pública para controlar:

La entrada



La salida



La circulación o en tránsito de las mercancías de comercio exterior (RNA's, BNA's, RRNNA's)



Fuente: elaboración propia con datos de la SE, 2011.

Casos en que se establecen barreras no arancelarias:

- A la exportación (Art. 15 LCE) para asegurar el abasto, conforme a los tratados internacionales, restricciones constitucionales, preservar la fauna y la flora, conservación de bienes con valor histórico, artístico o arqueológico, situaciones no previstas por las NOM's: seguridad nacional, salud pública, sanidad fitopecuaria o ecológica.
- A la importación (Art. 16 LCE) equilibra la balanza de pagos, mercancías usadas, conforme a los tratados internacionales, reciprocidad a los impuestos en el extranjero, impedir prácticas desleales de comercio internacional, situaciones no previstas por la NOM's: seguridad nacional, salud pública, sanidad fitopecuaria y ecológica.³¹

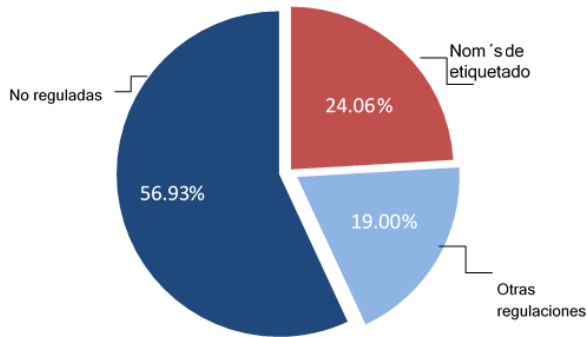
Como menciona la (SE, 2011) , la importancia de las RNA's:

1. 43% de las importaciones están sujetas a alguna regulación no arancelaria, principalmente de SE, salud y agricultura.
2. 24% de las importaciones están sujetas a verificación del etiquetado en el punto de entrada al país.
3. Se está haciendo una revisión de las RNA`s para simplificarlas

³¹ REGULACIONES NO ARANCELARIAS. Secretaría de Economía, 2011.

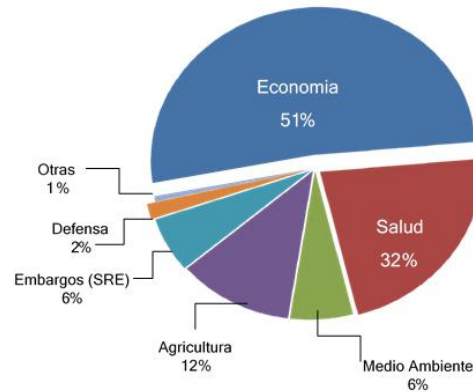
A) IMPORTACIONES SUJETAS A RNA's

(% del valor de las importaciones 2012)



B) REGULACIONES NO ARANCELARIAS

(Distribución porcentual por tipo de regulación)



- Las diferencias en los porcentajes mostrados en las gráficas se deben a que en la gráfica B) se muestran CASOS de productos sujetos a regulación, es decir, que una misma fracción puede tener dos o más regulaciones al mismo tiempo. La gráfica A) muestra únicamente el valor del comercio por fracción sin traslapes

Fuente Gráfica A) Dirección General de Comercio

Gráfica B) Elaboración propia con datos de la Dirección General de Comercio

2.2 Principales barreras no arancelarias de la Unión Europea para sector textil

Este apartado permite identificar las BNA de la Unión Europea para sector textil, ya que nuestro objeto de estudio que son las pequeñas y medianas empresas, que en ocasiones no cumplen con sus primeras intenciones de exportar ocasionándoles gastos innecesarios y pérdida de tiempo, incluso desanimándolas con esta actividad.

Dentro de los aspectos no cualitativos se encuentran las regulaciones sanitarias, requisitos de empaque, regulaciones de toxicidad, normas técnicas, normas fitosanitarias, regulaciones sobre empaque, ecológicas, etc. Dentro del intercambio comercial entre la UE y México si existen restricciones de esta índole (Bancomext-ITESM, 2005).

Como se menciona en (PROMEXICO, 2013) dentro de las cuantitativas están: permisos de exportación e importación, cupos y medidas contra prácticas desleales de comercio internacional.

2.3 Aspectos técnicos normativos

Existen aspectos técnico normativos específicos que los productos deben cumplir para acceder al mercado de la UE, entre los que se encuentran:

- **Normas de calidad**

Las normas de calidad estipuladas para este sector, que la mayoría de los importadores y los minoristas exigen, son los conceptos básicos de calidad de los insumos y de los procesos de manufactura.

Las normas que se están desarrollando con más rapidez y aceptación son las relativas a la certificación de las empresas, en donde se toman en cuenta aspectos como la organización, productividad y eficiencia, para lograr un menor impacto al medio ambiente y protección del género humano. Algunas normas específicas relativas al medio ambiente son las que estipula la ISO 14000.³²

³² La ISO 14000 es una serie de normas internacionales para la gestión medioambiente. Es la primera serie de normas que permite a las organizaciones de todo el mundo realizar esfuerzos medioambientales y medir la actuación de acuerdo con unos criterios aceptados internacionalmente. <http://www.analizacalidad.com/docftp/fi1122iso14.htm>

- Regulaciones de calidad para prendas de vestir
- Específicamente para insumos, existen regulaciones para los colorantes de textiles llamados azoicos o “AZO Dyes”,³³ los cuales, se ha descubierto en recientes investigaciones que pueden causar mutaciones o procesos cancerígenos en los seres humanos.
- Está prohibido usar sustancias como el cadmio, cromo, los formaldehídos, etc. en la materia prima textil.
- El British Standard 7750³⁴ relativo a la protección del medio ambiente. Es la primera serie
- Los EMAS³⁵, (Reglamento Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría) que es un Esquema de Auditoria de Control del Medio Ambiente.

Se están desarrollando y tomando en cuenta cada vez más con mayor frecuencia las cuestiones relativas al medio ambiente. En la actualidad se encuentra en desarrollo un esquema de soporte como el SGP (Sistema Generalizado de Preferencias) llamado Green GSP (Bancomext-ITESM, 2005).

Hoy en día todos los países deben asumir una responsabilidad social, ya que con el desarrollo económico se encuentra aunado a la protección del medio ambiente y se debe minimizar su impacto en los procesos productivos.³⁶ De esta manera, destacan las siguientes medidas y estándares que deben ser tomadas en cuenta como normas de calidad y que al mismo tiempo pueden significar una ventaja competitiva de mercadotecnia frente a los competidores.

³³ Son colorantes que se añaden a los productos para alterar su apariencia, lamentablemente se ha comprobado que plantean un problema de salud específico para la población.

³⁴ Norma Británica de gestión ambiental, es similar al modelo de un sistema de gestión de calidad muy exitoso (ahora denominado ISO 9000)

³⁵ Es una normativa voluntaria de la Unión Europea que reconoce a aquellas organizaciones que han implantado un SGMA(Sistema de Gestión Medioambiental) y han adquirido un compromiso de mejora continua.

³⁶ www.promexico.gob.mx/.../GuiaParaExportarProductosMexicanosAlaUnionEuropea

• EU Ecolabel	• SKAL Eko label
• OKO-Tex label	• SG label
• Milieukeur	• LCA (Life Cycle Assessment)
• Cleaner Production	• Ecodesing

Específicamente en la ropa casual hay aspectos relativos al medio ambiente que deben de ser tomados en cuenta, ya que impactan directamente en los ecosistemas. Estos van desde la manufactura de las materias primas y el uso de energía, hasta la fase última de confección, como lo son los vastos volúmenes de agua utilizados y la variedad de químicos requeridos en la secuencia en los procesos de producción, los cuales emiten contaminantes. De igual forma, otros insumos como los cierres, botones, broches, ect. Son fabricados con materiales de alto impacto al medio ambiente, por contener sustancias contaminantes como cromo, cadmio y níquel. (Bancomext, 2005)

Esta es una de las etiquetas que se utiliza en algunas prendas de vestir donde damos por hecho que son textiles libres de sustancias toxicas, es decir textiles de confianza para el consumidor europeo.



Fuente: Oeko-Tex Standard 100

Así mismo refiere la Guía Básica del exportador que otro aspecto en consideración es la vida posterior de las prendas, ya que el tema de re-utilización o bien el reciclado es un aspecto de importancia tanto para el importador como para el consumidor final.

- **Etiquetado**

Existe un gran interés por parte del consumidor por estar informado acerca de todos los aspectos relativos a las prendas que está adquiriendo. En términos generales, existen dos tipos de etiquetado según refiere la Guía para exportar productos mexicanos al mercado europeo:


- Aquel que debe contener los requisitos obligatorios como son la talla, contenido de fibra y su inflamabilidad.
- Aquel que menciona los requisitos voluntarios como los símbolos sobre el cuidado y lavado de la prenda.

Los consumidores europeos reconocen la calidad del producto a través de la información adicional que se da. La etiqueta representa un elemento importante para ofrecer un reconocimiento del mismo. Por ello, se debe incluir información sobre el tipo de materiales, nombre del productor, país de origen. El idioma tiene que ser inglés, además de aquel del país donde se quiere comercializar el producto. Citado por: (Aranda, Flores, Maryvi y Molina, 2010)

Hay una tabla con los cinco símbolos reconocidos a nivel internacional referentes al cuidado de las prendas, los cuales aparecen ya de manera regular en cualquier tipo de vestimenta.

Símbolos para el cuidado de prendas de vestir:

Para el lavado en agua, debe utilizarse un tanque

como el indicado a continuación :  Dibujo 1

Para el uso de blanqueador, debe utilizarse un triángulo como este:

 Dibujo 2


Para el planchado, debe indicarse la figura de la plancha siguiente:

 Dibujo 3

Para el uso de la máquina de secado , debe usarse un círculo como el siguiente :

 Dibujo 4

Para el uso de secadora de tambor giratorio después del lavado, debe usarse el siguiente símbolo:

 Dibujo 5

Para cada uno de los símbolos presentados, puede prohibirse su uso mediante la figura que se presenta enseguida:



Dibujo 6

- **Marca europea**

La UE ha lanzado el sello o marca “EU Ecolabel”, el cual se utiliza para todo tipo de artículos de consumo. La empresa del sector de la confección de la ropa que desee contar con esta marca europea, deberá aplicar al programa a fin de recibir la certificación en la producción correspondiente. Tras este proceso el producto manufacturado recibe el sello “EU Ecolabel”, el cual indica que el producto ha sido elaborado mediante procesos de bajo impacto a los ecosistemas, en contraste con productos similares que no cuentan con dicho sello. El EU Ecolabel se renueva cada tres años.³⁷

Los criterios ecológicos se determinan en relación a los productos (salvo alimenticios, bebidas y medicamentos) y servicios de consumo corriente.

Son el resultado de estudios científicos y de una consulta amplia en el comité de etiqueta ecológica de la Unión Europea (CEEUE). Ese Comité está compuesto por representantes de los organismos competentes de los estados miembros, de ONG de medio ambiente, de asociaciones de consumidores y empresarios, de sindicatos, de PYME y distribuidores. Los criterios propuestos por el CEEUE para una categoría de productos deben ser aprobados por los Estados miembros y la Comisión Europea antes de que puedan utilizarse para conceder la etiqueta ecológica a productos de esta categoría. Cuando se han aprobado los criterios ecológicos, el fabricante e importador que quiera obtener la etiqueta tiene que ponerse en contacto con un organismo nacional competente y presentar pruebas de que sus productos cumplen con los criterios ecológicos y de rendimiento. Los productos pueden, entonces, llevar la etiqueta ecológica y venderse en toda la Unión Europea.³⁸

³⁷ Guía para exportar productos Mexicanos a la Unión Europea, 3ra edición, Bancomext-ITESM, México 2005.

³⁸ Presentación de la etiqueta ecológica europea en: www.alvarella.com/etiqueta_ecologica.pdf.

Por el momento se ha concedido la etiqueta ecológica a más de 300 productos en Europa. Se han establecido criterios para diecisiete categorías de productos: productos textiles, pinturas, detergentes, enmiendas del suelo, frigoríficos, etc. Constantemente se están añadiendo nuevas categorías y cada mes se concede la etiqueta a otros productos.³⁹ En la siguiente imagen se presenta el aspecto de la etiqueta ecológica:



Fuente: *Eco-friendly Products choose the EU Ecolabel* en <http://www.euecolabel.eu/>

- **Empaque y embalaje**

El empaque de las prendas es un aspecto importante a tomar en cuenta cuando se desea exportar a la UE, ya que se debe ser lo suficientemente resistente para soportar los largos trayectos, las diferencias climáticas y de temperatura y los diferentes manejos que la mercancía tendrá hasta llegar a su destino final.

Además de estas referencias básicas, los exportadores podrán recibir especificaciones por parte de los importadores, algunas de ellas relativas al medio ambiente. Como ejemplo podemos mencionar el PVC, cuyo uso no es aceptado por algunos importadores y cada vez es menos popular (Bancomext-ITESM, 2005).

³⁹ <http://europa.eu.int/ecolabel>.

Debido al uso abundante de materiales de empaque en Europa, han surgido problemas en relación a los materiales de deshecho, susceptibles de causar daños ambientales. Ante esta situación, las medidas ambientales juegan un papel determinante en los requerimientos legales de empaque y etiquetado. La caja que sirva para el envío del productor debe incluir: el país del expedidor, el nombre y datos completos del distribuidor y del importador, características del producto, así como especificaciones del manejo. Con el fin de armonizar las diferentes legislaciones, la UE emitió una norma (Directiva 94/62/EC/), que regula los estándares mínimos. Cada país miembro de la Unión Europea puede aplicar estándares adicionales, siempre y cuando estos no interfieran en el comercio entre los otros países. A través de esta directiva, se restringen cuatro metales que pueden estar en el material de empaque: plomo, cadmio, mercurio y cromo hexavalente. El material de empaque, de preferencia, debe ser re-usable o reciclable. Si es necesario el empaque individual, es conveniente utilizar papel reciclable, cartón, polietileno o polipropileno (Aranda et. al 2010).

La ley prohíbe los empaques que no se puedan reutilizar o reciclar por lo que el empaque debe contener símbolos internacionales que indican cuando los materiales se pueden volver a utilizar o reciclar por ejemplo:

- “El punto verde” o “The Green Dot”, que se utiliza en Alemania, es el símbolo del Sistema Dual en Alemania (Dual System of Germany). Lo anterior no significa que el símbolo se tenga que imprimir en verde si no que es una cuestión de tipo ambiental en donde se hace alusión al entorno ecológico verde. Cuando la población alemana compra un producto con este símbolo, una parte de lo que paga es para un fondo que utiliza para separar los desechos en contenedores donde se asegura que se puedan reutilizar (Aranda et al. 2010).

El símbolo de punto verde aparece como el principal Sistema de Gestión de Residuos de Envase puesto en práctica en muchos países europeos, como podemos observar en la siguiente imagen:

Símbolo de punto verde



Fuente: Guía técnica de envase y embalaje *Food Technology and Bio Process Engineering*, TTZ-Bremerhaven. Miembro de Eco-Pac. Marta Macias Cama.

2.4 El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías

Para conocer de manera exacta las medidas a las que se enfrentara nuestro producto al ser importado en la Unión Europea, es indispensable clasificarlo en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, del cual se hace una breve reseña, y al final del capítulo se indica la clasificación correcta de la mercancía con la cual será identificada al momento de ser despachada en la aduna destino misma que determinara las restricciones arancelarias y no arancelarias.

En la década de los años 80 existían en las diferentes áreas geográficas del mundo, más de 15 maneras distintas de codificar una mercancía, en base a los diferentes sistemas de clasificación que coexistían. Esto suponía una traba importante en el comercio internacional, era difícil llegar a acuerdos entre los diferentes países por las

diferentes formas de codificar a los mismos productos, creaba una inseguridad a los operadores por no conocer de una manera cierta y precisa los aranceles que les podían corresponder, no se podían confeccionar estadísticas entre diferentes zonas, etc. Por estos motivos y bajo la tutela de la Organización Mundial de Aduanas (OMA), se constituyó en el seno del Consejo de Cooperación Aduanera de Bruselas un Comité con el objetivo de elaborar una nueva nomenclatura internacional. Fruto de estos trabajos fue el Convenio Internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.⁴⁰

El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, es un sistema estructurado en forma de árbol, ordenado y progresivo de clasificación, de forma que partiendo de las materias primas (animal, vegetal y mineral) se avanza según su estado de elaboración y su materia constitutiva y después a su grado de elaboración en función de su uso o destino.

Ahora que ya se conoce de manera general el sistema armonizado, se presenta la clasificación de la mercancía, que se desprende del:

Capítulo 61 del Sistema Armonizado (prendas y complementos (accesorios), de vestir de punto); partida 6106 (camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas; subpartida 610610 de algodón; fracción arancelaria **61061099** las demás.⁴¹

⁴⁰ Guía de Arancel en http://www.camaras.org/guias/arancel/guia_arancel_cap01_002.html

⁴¹ Aranceles en: <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageld=ES>

2.4.1 Riesgos por incumplimiento de barreras no arancelarias

A medida que se avanza en la investigación sobre los retos no arancelarios que debe cumplir la pequeña empresa dedicada a la creación de textiles de alta costura nos encontramos con temas importantes que debe dominar el exportador, ya que se ha estado en comunicación con Dame Diseños Textiles y se puede observar que su principal temor al exportar es que su producto sea embargado o penalizado, por no cumplir con este tipo de normas, ya que como mencionábamos anteriormente son normas un tanto difíciles de cumplir pero no imposibles, ya que al tratarse de un producto textil hecho en México con productos mexicanos ya representa una ventaja.

La asesoría que se proporciona en esta tesina, hace hincapié en los aspectos no arancelarios que el mercado meta, en este caso Alemania obliga a sus socios comerciales se cumplan íntegramente.

El exportar cualquier tipo de mercancía representa una obligación para los empresarios exportadores de conocer las regulaciones y restricciones no arancelarias y cumplirlas adecuadamente, ya que el incumplimiento de alguna de estas dependiendo de su gravedad puede derivar en la inmovilización del producto, aplicación de una multa y la prohibición de su comercialización.⁴²

⁴² Citado por: Morales, Magaña, Lujan, Reyes, Trujillo, 2006 *Regulaciones y Restricciones no Arancelarias*.

2.5 Dame Diseños Textiles

Dame Diseños Textiles es una pequeña empresa exitosa fundada en el Distrito Federal en el 2009 por Melisa Benítez Lara, diseñadora de moda y dueña de la misma, esta empresa está dedicada a la creación de diseños textiles mexicanos de alta costura tejidos a mano, con modelos únicos y originales, asimismo con bordados étnicos.

Se encuentra ubicada en la Colonia Roma, una zona muy conocida y visitada por muchos extranjeros por su modernidad.

A inicios del 2008 cuando aún estudiaba Melisa, comenzó a interesarse en las prendas originales y con valor agregado, la idea surge debido a que comienza con un proyecto escolar en el cual tenían que modernizar de algún modo un bordado o artesanía hechas a mano, es entonces donde Melisa comienza diseños pequeños en vestidos de algodón con bordados típicos, visitando el Parque México se encuentra con un bazar de diseño, mismos que se ubican en ferias artesanales para dar a conocer sus productos al mercado local, se acerca con la organizadora y le comenta sobre su inquietud por diseñar y crear prendas tejidas a mano de alta costura, refiere Melisa que ese día en específico llevaba con ella una bolsa con los tejidos y bordados que ella había creado, la organizadora queda muy sorprendida y satisfecha por el producto así que le pide que diseñe para ellos, y le da la bienvenida a este bazar llamado "Tráfico" al día siguiente Melisa se presenta con las prendas que tenía, un biombo, un burro de planchar decorado y vendió todo literal, es entonces cuando comienza a vender en estos bazares, ya que todo proyecto que le solicitaban en la Universidad, ella lo realizaba como producto terminado.

Menciona Melisa: "Me interesé en estas prendas porque yo buscaba hacer algo diferente, no lo que hacen todos, además de modernizar un poco las prendas pongo un toque personal y vanguardista, ya que todos nuestros bordados típicos y artesanías a veces siento que pasan a ser un poco aseñorados con las mismas telas y materiales como manta y lino, yo pensé en hacer algo más juvenil y arriesgado, usar gasas, algodón, etc."

Durante un año creó modelos que se vendieron de manera exitosa en los bazares de diseño, hasta que en 2009 arranca con su propia empresa con la ayuda de 10 empleados, que se encargarían de tejer, cortar y bordar los diseños de Dame diseños textiles, para venderlos en la propia empresa, además de abastecer a los bazares que se encuentran ubicados en la Condesa, así como en la tienda que se encuentra ubicada en la Ciudad de Querétaro llamada "Somos Diseño". Las prendas son entregadas personalmente por ella, nos comenta que le gusta hacerse cargo de las entregas para evitar cualquier tipo de desacuerdo. Su empaque es básicamente una caja de cartón por prenda y las ventas y entregas son en un gancho de tela forrado de listón con el toque personal de Dame Diseños Textiles. La etiqueta para las prendas no tiene mayor información más que la de la talla, el logo de Dame Diseños Textiles, la leyenda de "Hecho en México" y el nombre de la diseñadora en este caso Melisa Benítez Lara, a continuación se presenta la imagen:



Cuenta con una demanda mensual de 500 unidades y una capacidad productiva mensual de 600 unidades. Esta empresa tiene como estrategia integrarse desde el diseño hasta la venta a tiendas de ropa de moda y ventas al último consumidor, para obtener de este la información básica y responder a ella.

Dame Diseños Textiles es una empresa comprometida con su consumidor, cumpliendo con las especificaciones del mercado nacional, creando prendas de alta calidad, costuras perfectamente bien hechas sin fruncimiento, ni puntadas rotas, brincadas o bajadas entre otras; además de buen diseño y un plus que es muy importante son prendas únicas, con tejidos de alto valor agregado porque algunos tejidos y bordados son a mano, así como la entrega puntual de la producción, en las cantidades y fechas programadas.

Melisa Benítez señala que: “Dame Diseños Textiles ha ido creciendo profesionalmente, pero esto no ha sido nada fácil, hemos aprendido muchas cosas nuevas y esto ha significado un gran esfuerzo para todos tanto como para el área operativa, directiva y personal administrativo. Después de un largo camino, poco a poco se ha ido consolidando la operación”.

Las prendas son en un alto porcentaje hechas a mano y son elaboradas con materiales como: licra, algodón, estambre, hilaza, etc. 100% mexicanos lo cual representa una ventaja al intentar exportar y aprovechar los beneficios de los tratados y acuerdos internacionales, estas prendas cubren las exigencias del mercado europeo, en este caso el Alemán, que es el que ha demostrado mayor interés al conocer estos diseños. Refiere la empresaria que dicho mercado adquiere sus productos en bazares de diseño, ferias artesanales de alta costura y directamente en su tienda, argumentando que les gustaría adquirirlos directamente en Alemania, sin tener que viajar a la ciudad de México.

Es por esto que nace la inquietud hacia el mercado europeo, ya que Melisa comenta que un par de amigos alemanes compraron cierto número de prendas y las llevaron hasta Alemania mismas que fueron vendidas como menciona literal la dueña del proyecto: “como pan caliente”. Cabe mencionar que no estuvo muy involucrada en el envío de las prendas, ella solo las confeccionó y entregó en su bazar llamado “del oro” y no tiene más información certera sobre esto, además de que perdió comunicación con estos clientes.

Para la empresaria, el intento de exportar ha representado un reto, ya que no tiene certeza de cubrir con las normas técnicas, que podrían representar una traba para la exportación incluso y dependiendo de la gravedad del incumplimiento, represente una inmovilización del producto, una multa o la prohibición de la comercialización.

Es por ello que se realiza este documento para que las pequeñas empresas como Dame Diseños Textiles cuenten con las herramientas y conocimientos para el reto de la exportación.

A continuación se analizan los aspectos primordiales de la empresa, los cuales son de gran utilidad para definir cuáles son sus fortalezas y debilidades para la exportación.

Producto:

Los productos que maneja la empresa son blusas, faldas, vestidos, chalecos y zapatos para dama confeccionados en algodón, estambre, hilaza, etc. 100% nacional, esta ropa es tejida a mano pero se ayuda de maquinaria en excelentes condiciones como por ejemplo: máquina de coser, telar de marcos, ganchos de tejer, cortadora para la tela, hormas para el armado de zapatos, aro para bordar y agujas básicamente para lograr la máxima calidad en sus productos. Este estudio se refiere particularmente a las blusas para dama ya que es el principal producto que crea Dame Diseño Textiles, y además ha tendido más demanda por sus tejidos a mano. Estas blusas son elaboradas en algodón y poliéster, se presentan en 3 tallas principalmente chica, mediana y grande en modelos únicos y de alta costura.

Estas son algunas imágenes de la maquinaria que se utiliza para la creación de las prendas:



Plaza:

La empresa coloca sus productos en los bazares de moda que se encuentran ubicados en la Colonia Roma y Condesa, vende sus productos en la ciudad de Querétaro en una tienda llamada “Somos Diseño” así como en ferias y exposiciones y básicamente en su tienda Dame Diseños Textiles.



Precio:

El precio de venta nacional de las blusas para dama es de \$300.00, considerando que el costo total de producción es de \$200.00 tomando en cuenta un impuesto al valor agregado (IVA) del 16% la utilidad promedio es de \$68.00 por prenda. Sin embargo existen factores diversos que interfieren en la estimación del precio internacional, dependiendo del tipo de INCOTERM que se negocie con el cliente se determinará este.



Promoción:

La promoción del producto es básicamente virtual, ya que nos comenta la dueña de la empresa cuenta con páginas como Facebook y twitter para promocionar el producto donde viene de manera detallado el catálogo de prendas, así como las exposiciones en ferias artesanales. También es de ayuda esta página para hacer pedidos de prendas, mismos que se entregan personalmente en la Condesa los sábados y domingos de 10 am a 6 pm en el bazar del oro, además de las ventas personales que se toman como promoción y las relaciones públicas.

Cabe mencionar que Dame Diseños Textiles, se ha dado a conocer en diferentes espacios tal es el caso de Espacio Salpro, son espacios públicos para mostrar productos hechos por diseñadores en México, Grupo Salpro apoya y convoca a nuevos talentos de diseño nacional para ser conocidos y estar en contacto directo con compradores mayoristas y en ferias comerciales. También se ha presentado en la Expo Mercería que se realiza por lo general el WTC en la Ciudad de México, en donde de igual manera se exponen artículos de diseñadores con alto valor agregado.

Tuvo una participación en SHOWROOMIDM, el cual es un desfile de modas donde se presentan diseños de ropa exclusiva hechos a mano, estos desfiles apoyan a la industria nacional.

Estas son algunas de las imágenes de los desfiles en los que ha participado Dame Diseños Textiles:



Misión, Visión y Políticas de la Empresa

Misión: Dar a conocer nuestro producto a nivel nacional e internacional invirtiendo en el desarrollo de la compañía y su personal, así como renovando los diseños ofreciendo la mejor calidad.

Visión:

Ser la empresa líder en su ramo, satisfaciendo las necesidades del mercado, entregando productos de la más alta calidad y diseños exclusivos siempre en función del cliente, fortaleciendo los lazos entre la compañía para ofrecer un excelente producto.

Políticas de la Empresa:

- Calidad en la materia prima y mano de obra con que se confecciona la prenda
- Innovación en los procesos productivos y diseños de las prendas
- Cumplir con los requerimientos del país donde se vende
- Puntualidad en la entrega de la mercancía
- Entregar el producto en las condiciones y términos establecidos
- Respetar las necesidades del cliente

Estructura administrativa

La empresa Dame Diseños Textiles es considerada como pequeña empresa ya que está formada por 40 trabajadores ; por lo cual su estructura administrativa está conformada únicamente por un director general en este caso la dueña del negocio Melisa Benítez Lara, 5 encargados más de otras áreas , una recepcionista y el resto son obreros.

A continuación se muestra los modelos que Dame Diseños Textiles tiene a la venta:

- a) Blusas para dama sin manga de algodón con tejidos de estambre y bordados a mano de diseño exclusivo:



b) Blusas para dama de manga corta con bordados a mano de estambre:



c) Chalecos tejidos con estambre y con bordados exclusivos artesanales:



d) Vestidos hecho de algodón, con tejidos artesanales:



e) Zapatos bordados y cocidos a mano:



De acuerdo al análisis realizado a la empresa Dame Diseños Textiles se observa que cuenta con las características básicas para garantizar en gran parte el éxito de la exportación, solo es cuestión de trabajar arduamente y de adecuarse al mercado meta y cumplir con toda la reglamentación y exigencias del mismo.

Esta figura muestra la marca de Dame Diseños Textiles:



CAPITULO III. Análisis de mercado de la Unión Europea

En nuestro último capítulo se realiza el estudio del mercado europeo, así como el análisis de los hábitos y tendencias de consumo de Alemania, se analiza la competencia y las barreras arancelarias.

Principalmente elegimos Alemania por lo que nos comentó Melisa diseñadora de Dame Diseños Textiles, sobre la venta que se hizo en ese país, desgraciadamente al no estar involucrada en el envío de las prendas no cuenta con mucha información sobre esto, he aquí la inquietud de explorar este país, donde al parecer las prendas fueron éxito.

3.1 Alemania como mercado meta

Para poder determinar el mercado meta es importante analizar las características, generalidades y costumbres del mercado alemán. El objetivo es conocer cuáles son sus gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, tradiciones entre otros aspectos, para poder ofrecer nuestro producto.

PROECUADOR, (2014) Durante el 2013, se importaron a Alemania USD 35,078 millones en prendas y complementos de vestir, esto significa un 5.90 % más que en el año anterior. Siendo uno de los mercados de mayor tamaño en la Unión Europea. Alemania es el tercer país más grande productor de ropa de la Unión Europea, y la producción de prendas y complementos de vestir es además la segunda industria de consumo más grande dentro de Alemania, solo después de la industria de alimentos y bebidas.

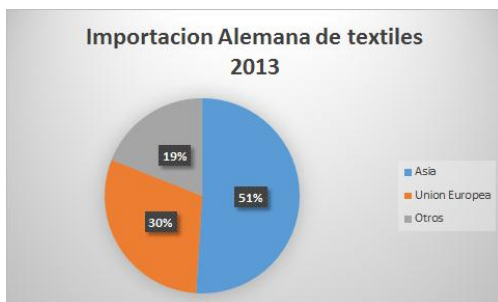
La tasa de crecimiento promedio anual para el periodo 2008-2013 ha sido de 1.60 %; al segmentar esta tasa se observa un crecimiento más acelerado de “las prendas de vestir y complementos tejidos de punto”, con una tasa de crecimiento promedio anual de 2.59 %, mientras que la partida de “prendas de vestir y complementos excluyendo los tejidos de punto” solo creció 0.68% (PROECUADOR, 2014).

De acuerdo a un reporte del Deutsche Bank, aproximadamente el 95% de la producción de vestimentas que se venden en Alemania, provienen del extranjero, solo la diferencia corresponde a producción doméstica. El nivel de precios de la ropa, se encuentra en el promedio de precios de los miembros de la Unión Europea.

De acuerdo al documento “Textiles y prendas de vestir en Alemania” Alemania es uno de los principales actores en el comercio internacional de textiles y ropa, siendo el líder global para textiles técnicos con alrededor de 45% del mercado en 2012. Además es el segundo mayor importador de textiles después de Estados Unidos.

La mayor parte de importaciones textiles provienen de Asia y la Unión Europea, siendo los países de mayor relevancia: China, India, Pakistán, Turquía y Bangladesh.

Gráfico



Fuente: Oficina Federal de Estadísticas Alemania

Por muchos años los alemanes fueron los más grandes consumidores de confección (per cápita) pero actualmente, se encuentran un poco más arriba del consumo promedio europeo. Hasta hace unos años los alemanes gastaban un 7.2 por ciento del ingreso disponible en confección. Dicho gasto bajó hasta 5.7 por ciento actualmente. El mercado alemán está dominado por los productos de importación, porque la producción local, no puede competir con los precios más bajos de las prendas de vestir producidas afuera de la UE, dado a esto Alemania sigue siendo un mercado atractivo para los productores mexicanos de confección. Con una mejora en los aspectos de calidad, diseño e innovación, los fabricantes de los países en desarrollo han incrementado notablemente su presencia en los mercados internacionales.⁴³

Por otro lado, Alemania muestra una inclinación especial hacia las fibras naturales, motivada por su larga y arraigada conciencia de protección del medio ambiente, solo comparable con la de sus vecinos escandinavos.

De acuerdo a la Guía de Alemania obtenemos estos datos:

La República Federal de Alemania está en el corazón de Europa. Limita con nueve países: Dinamarca al Norte, los Países Bajos, Bélgica, Luxemburgo y Francia en el Oeste, Suiza y Austria en el Sur y la República Checa y Polonia al Este. Esta situación central es aún más notoria desde el restablecimiento de la unidad estatal de Alemania el 3 de octubre de 1990.

El territorio de la República Federal de Alemania tiene una extensión de 357.000 km². La mayor distancia de Norte a Sur es de 876 km en línea recta, y de oeste a Este de 640 km. Los puntos extremos son List en la isla de Sylt en el Norte, Deschka en Sajonia al Este, Oberstdorf en Baviera al Sur y Selfkant (Renania del Norte-Westfalia) en el Oeste. Las fronteras de la República Federal de Alemania tienen una longitud total de 3.758 km. La población de Alemania en el 2007 se estimó en 82.217.800 de habitantes.

⁴³ Segmentación del mercado. <http://tzontliexport.wordpress.com/category/mercado-meta-alemania/>

Como se menciona en la Guía de Alemania: el clima de Alemania constituye un tipo de transición entre el marítimo (zona de vientos occidentales moderados y templados del Océano Atlántico) y el continental en la parte oriental. Las temperaturas no suelen experimentar grandes fluctuaciones. Se presentan precipitaciones a lo largo de todo el año. En invierno la temperatura media oscila entre 1,5°C en las tierras bajas y 6 grados bajo cero en las montañas. Los valores medios del mes de julio se sitúan en torno a los 18°C en las tierras bajas y los 20°C en los valles protegidos del sur.⁴⁴

La zona Rin-Meno, con las ciudades de Frankfurt, Wiesbaden y Maguncia, la región industrial en el área del Rin-Neckar, con Mannheim y Ludwigshafen, el área económica en torno a Stuttgart y las aglomeraciones de Bremen, Colonia, Dresden, Hamburgo, Leipzig, Múnich y Nuremberg/Fürth presentan un alto nivel de concentración urbana.

ALEMANIA



Fuente: *Alemania* recuperado de <http://enciclopedis.us.es/index.php/Alemania>

⁴⁴ Guía de Alemania. (2014). *Turismo en Alemania*. Recuperado de www.guiadealemania.com

GOBIERNO	Democracia parlamentaria con un presidente electo
ECONOMIA	Régimen de economía social de mercado
NIVEL DE VIDA	Prosperidad en Alemania, en constante aumento
INDUSTRIA	Compuesta esencialmente por pequeñas y medianas empresas. Sectores como la informática, comunicaciones, aeronáutica y astronáutica están en plena expansión

Fuente: Elaboración propia con datos de *Guía de Alemania* en <http://www.alemaniaenred.com/content/guia-paises/alemania/datos-generales/16>

Tradiciones sociales y costumbres

No todos los alemanes visten pantalones cortos ni van peinados con un sombrero verde con plumas, jarra de cerveza en la mano y cantando a voz en grito canciones populares. Los particularismos regionales están muy marcados y Alemania es en la actualidad uno de los países más acogedores en el mundo.

Autodisciplina, sentido cívico, implicación en la vida ciudadana, respeto por la naturaleza (los Verdes alemanes representan una fuerza política indiscutible), conciencia profesional tales son las características reconocidas y aceptadas por los alemanes.

En Alemania se respeta el código de la circulación, incluso en el caso del peatón que atraviesa la calle. Hasta la hora de una cita se respeta escrupulosamente. La limpieza de los lugares públicos es proverbial: la costumbre de seleccionar las basuras caseras está bien arraigada en la actualidad.⁴⁵

⁴⁵ Guía de Alemania en, http://www.alemaniaenred.com/content/guia_paises/alemania/datos-generales/16

El sector textil es uno de los mayores en la economía europea por lo que su política comercial dirige sus esfuerzos a consolidar sus posiciones en el marco de la competencia internacional. Europa es el primer exportador mundial en productos textiles, el segundo en confección (después de China) y la sexta parte de su producción total se destina a la exportación (PROMEXICO, 2014).

SE, (2014) Alemania es nuestro mercado meta en donde se pretende colocar productos de alta costura que son un arte lo cual ayuda a que las empresas dedicadas a este giro se posicionen en el mercado europeo , de acuerdo con información obtenida del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, el comercio exterior de nuestro país con el mencionado al principio de este párrafo, ha sido hasta 2013 de 3,797.0 millones de dólares en exportaciones y de 13,461.0 millones de dólares en importaciones, lo que nos refleja un déficit en nuestra balanza comercial respecto a Alemania. Aunque podría parecer que no contamos con nicho de mercado favorable para la venta de nuestro producto, es todo lo contrario ya que de acuerdo con lo suscrito en el Tratado de Libre Comercio ya mencionado y el Acuerdo sobre Textiles y Vestidos de la OMC, la mayor parte de los productos del sector textil mexicano (todas las fracciones comprendidas en los capítulos 50 al 63) quedaron completamente exentos del arancel de importación a partir del 1º de Enero de 2003 en el Mercado Europeo, añadiendo los productos exentos desde la entrada en vigor del Tratado, quedando así, todo el sector textil liberado de impuestos de importación en la fecha antes mencionada.

Esta situación nos permite introducir nuestro producto al mercado Europeo con una ventaja comparativa en precio sobre el resto de los exportadores a dicha región económica. El cumplimiento de las reglas de origen (reglas generales y reglas específicas), la presentación del Formulario EUR1 son algunos de los requisitos que le brindarán al empresario en México la oportunidad de obtener la ventaja sobre sus competidores en Europa. Agregando a lo anterior, la devaluación del Peso Mexicano ante el Dólar Americano y el Euro, le da al exportador en México la oportunidad de

incrementar su ventaja competitiva en precios dentro del mercado europeo, siendo éste, el mercado de mayor importancia en el mundo para el sector textil. De acuerdo con el Comité Europeo de Estandarización, los productos del sector textil deben de cumplir con ciertas normas técnicas en cuanto a su proceso productivo, maquinaria de producción, etiquetado, insumos, calidad y otros.⁴⁶ (Revisar capítulo II para más información)

3.2 Hábitos y tendencias de consumo europeo

Es de vital importancia señalar los hábitos y tendencias de consumo de nuestro comprador europeo, ya que esto será el parteaguas en la introducción del producto mexicano y de esto dependerá el éxito del mismo.

Como se menciona en la Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea, dentro del mercado europeo se distinguen dos grandes grupos de consumidores que influyen en las tendencias del mercado de prendas de vestir. En primer lugar están los adultos, quienes forman el grueso de la población europea, los consumidores de este grupo se caracterizan por preferir productos fabricados con fibras naturales y diseños con un carácter tradicional.

Como segundo grupo de consumidores se encuentran los jóvenes y niños, quienes muestran preferencia por las mezclas con fibras sintéticas y artificiales sobre diseños modernos.

Cabe destacar la importancia en el consumo de prendas de fibras nuevas y microfibras, auspiciada por los avances tecnológicos. Constantemente se encuentran en el mercado mezclas nuevas que brindan al consumidor mayor versatilidad para su uso, como aquellas que permiten la absorción, elasticidad, repelencia, comodidad, etc. Estos materiales son muy útiles para la confección de prendas deportivas, ropa interior, prendas de uso extremo como abrigos, chaquetas, rompevientos o gabardinas, y prendas de uso común en climas fríos como las térmicas y las repelentes al agua (Bancomext, 2005).

⁴⁶ Segmentación del mercado. <http://tzontliexport.wordpress.com/category/mercado-meta-alemania/>

Las condiciones climáticas de la región europea influyen directamente en los hábitos de consumo. En términos generales, el consumidor europeo dispone de un número limitado de prendas de vestir para cada estación. Las compras son estacionales y se trata de piezas destinadas a usarse en la temporada, ya que meses después cambiarán el vestuario por las variaciones en la temperatura, el arribo de la temporada de lluvias, vientos y nieve. La composición de los insumos o fibras en la confección de prendas incide en la aceptación y gusto del consumidor en el momento de las compras en cada estación del año.

Bancomext-ITESM (2005) señala que:

“Aunque cuenta con un ingreso per cápita desahogada, el consumidor europeo se distingue por ser muy consciente y racional en sus decisiones de compra, por razones culturales, los hábitos de consumo de prendas de vestir en Europa difieren en cada país, por lo que algunos tienen mayor fascinación en el vestir y destinan más recursos en la adquisición de estos productos, generalmente para adquirir un producto, los consumidores analizan previamente la relación entre calidad y precio y comparan con la oferta disponible, es decir, las decisiones de compra no se realizan de forma espontánea”(pág. 112)

Como menciona la Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea en cuanto a los criterios de compra, los aspectos más importantes para la adquisición de prendas de vestir, son la relación entre precio y duración, la moda y el diseño, la calidad del producto y la influencia de las nuevas tendencias. El prestigio de las marcas es un criterio de importancia para la adquisición de prendas. Las marcas de renombre se sitúan en el segmento de mercado de precios altos y están íntimamente ligados a sus características vanguardistas y de establecimiento de patrones de moda entre los consumidores.

3.3 Diferencias del producto mexicano para una buena aceptación en Europa

Dame Diseños Textiles tiene que hacer la diferencia en sus productos para la aceptación y éxito de los mismos, es por ello que es de vital importancia mencionar cuales son las exigencias del mercado europeo al hacer un negocio de esta índole con México.

Bancomext, (2005) En términos generales México es relativamente desconocido para el importador europeo como proveedor de prendas de vestir. No obstante, se considera que existen buenas posibilidades para los productos mexicanos para este sector en el mercado de la UE.

Los importadores europeos se caracterizan por establecer relaciones de largo plazo con sus proveedores, por lo que las empresas mexicanas deben enfocarse en construir una relación de exportación de este tipo y no realizar exportaciones esporádicas. Es fundamental dar a conocer a México como proveedor de ropa de calidad, seguidor de tendencias de la moda y diferenciarlo de la oferta proveniente del Lejano Oriente, mediante la promoción extensiva y constante de la oferta mexicana.

México, por la calidad de sus bienes y costos de producción se encuentra dentro de la categoría de países MCC (*Medium Cost Countries*), por lo que el segmento de mercado idóneo para los productos mexicanos es el de precios medios, seguidores de la moda.

En términos concretos, no existen parámetros cualitativos ni cuantitativos que distingan a los productos de México de los manufacturados en otros países. Un pantalón de mezclilla o una playera de algodón hecha en México, son fácilmente sustituibles por otros similares hechos en otros países, ya que cubren las mismas necesidades y gustos de los consumidores.

Ante estas condiciones, donde las distancias geográficas son menos significativas, los productores tendrán que ser altamente competitivos en la relación precio-calidad, flexibles en producción, precisos en tiempos de entrega, constantes en calidad, creativos e innovadores para lograr acabados de moda. Estos son los elementos que le darán a los productos mexicanos una ventaja competitiva para ingresar de manera gradual a la Unión Europea.⁴⁷

Estos son algunos de los errores que menciona la Guía básica del exportador, más comunes:

- No hacer investigación sobre tendencias de moda. Es muy común la copia o el pirataje de diseños en la industria del calzado y del vestido, entre otras. No contar con un departamento que se dedique al desarrollo de modelos innovadores y vanguardistas o a reforzar los diseños ya existentes, puede traer como consecuencia una falta de pedidos, aun teniendo productos de buena calidad.
- Falta de apoyo a las inspecciones de calidad de producto y proceso. Muchas de las recomendaciones hechas por los inspectores de calidad (y que son detectadas a tiempo) pueden ser la solución para contar con productos de calidad bien seccionados. La falta de seriedad hacia estas inspecciones provoca malestar en los clientes y muchas veces deja la carga de la inspección a éstos, lo cual provoca un freno a las negociaciones y a la fluidez del producto. Es importante saber que la calidad es responsabilidad absoluta del fabricante.
- Falta de disciplina en la homogenización adecuada de estilos. Se tiene la tendencia de procesar aquellos que son más sencillos, y dejar al final los más complicados; esto da como resultado cuellos de botella que llegan a repercutir en el cumplimiento de las fechas de entrega.⁴⁸

⁴⁷ *Guía para exportar productos Mexicanos a la Unión Europea* Bancomext-ITESM, 2005

⁴⁸ *Curso de fomento a la exportación*, Elías Alvarado Lagunas, Universidad del Norte 2013.

3.4 Análisis de la competencia para México en el sector textil

Dame Diseños Textiles es una pequeña empresa que cuenta con debilidades y fortalezas por supuesto, es por ello que no debemos dejar de lado el estudio sobre nuestra competencia, para entregar productos de calidad y además con un plus que es la creatividad vanguardista sin dejar de lado nuestras raíces.

La competencia directa procede en primer lugar de la producción local de Europa. En cierta medida, países como Italia, Grecia y España pueden ser potenciales competidores para las exportaciones mexicanas. De igual manera los productos mexicanos del sector que pretendan incursionar en el mercado europeo deberán hacer frente a la competencia procedente de países periféricos y acostumbrados a las exigencias del consumidor europeo. Entre ellos hay que señalar Turquía, Marruecos, países de Europa del Este (Rumania, entre ellos) países de la antigua Unión de Repúblicas Soviéticas (Bielorrusia y Ucrania) y los países bálticos.⁴⁹

Para el caso de las “prendas básicas “ , donde se incluyen pantalones de mezclilla, de algodón, camisetas, playeras, sudaderas y ropa interior, la competencia principal para México proviene del continente asiático, en específico de países como China, India (Bangladesh), que confeccionan este tipo de prendas a precios muy competitivos.

Conviene conocer que, históricamente el sector textil-confección ha sido una de las principales actividades industriales para la economía China. A finales del siglo XIX, era la industria más avanzada del país. Hace cuarenta años, la producción de hilados de algodón ocupaba la segunda posición mundialmente. Actualmente, la producción del sector textil-confección en China ocupa el primer lugar, a nivel mundial, en hilados y tejidos de algodón, tejidos de seda, fibras sintéticas, prendas confeccionadas y prendas tejidas.⁵⁰

⁴⁹“Guía para exportar productos Mexicanos a la Unión Europea “ Bancomext-ITESM, 2005.

⁵⁰ De acuerdo con la Organización Mundial de Comercio (2002).

El ingreso de China a la Organización Mundial de Comercio (OMC) afectará a países como México ya que una de las metas del gobierno chino es tener capacidad para exportar 100,000 millones de dólares de productos textiles y confeccionados en el 2010, representando las prendas de vestir el 50% de ese total, lo cual implica duplicar la capacidad de exportación observada en 2001.⁵¹

Los retos que la competencia global impone a las empresas mexicanas no son ajenos al sector textil-vestido. Para hacerles frente, las empresas del sector llevan a cabo un esfuerzo continuo y modernización y transformación tecnológica con el objetivo de mantener ventajas competitivas que les permitan consolidar su posicionamiento en el mercado nacional y de exportación.⁵²

La competencia en el sector se ha agudizado, es por esto que México debe dar prioridad a productos con mayor valor añadido, debe diversificar su producción, y no limitarse a los productos básicos. Esto exige conocer al comprador final, ya que sólo se pueden crear buenos diseños cuando se comprenden bien los gustos del consumidor.⁵³

3.5 Barreras arancelarias para sector textil

En este apartado se mencionan las barreras arancelarias más a detalle, ya que gracias al TLCUE, como ya se había mencionado en el capítulo uno tenemos preferencias arancelarias, básicamente por las características del producto de Dame Diseños textiles, ropa hecha con materiales 100% nacional.

Las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar en un país los importadores y exportadores en las aduanas por la entrada o salida de las mercancías. Conocer este tipo de regulaciones que inciden en el producto que se desea comercializar en algún mercado resulta relativamente fácil, toda vez que

⁵¹ De acuerdo al Departamento Textil de Mainland.

⁵² <http://www.mexcostura.mx/component/content/article/114>

⁵³ *Exportación de ropa y textiles ¿Saldrán a flote los PMA?* En, <http://www.forumdecomercio.org/Exportacion-de-ropa-y-textiles-Saldran-a-flote-los-PMA/>

generalmente se encuentran en una Tarifa Aduanera. En este sentido, la tarifa aduanera es considerada como un instrumento que proporciona transparencia y certidumbre al exportador y al importador. El objetivo principal de las barreras arancelarias, es impedir la importación de ciertas mercancías, ya sea para equilibrar la balanza comercial del país, para proteger la producción nacional o para incrementar el intercambio entre un grupo de países.⁵⁴

Con la entrada en vigor del Acuerdo de Libre Comercio entre México y la Unión Europea⁵⁵ se han abierto nuevas oportunidades para los operadores económicos de ambas partes. El Acuerdo, el cual se logró tras más de un año de intensivas negociaciones, se extiende a todos los ámbitos de las relaciones comerciales bilaterales y establece un marco favorable y seguro para que los operadores económicos, tanto mexicanos como europeo, puedan desarrollar sus actividades en las mejores condiciones.

Mediante la progresiva y recíproca eliminación de las barreras al intercambio y el establecimiento de reglas claras, estables y transparentes para exportadores, importadores e inversionistas, este acuerdo favorece los flujos de comercio e inversión, abre nuevos mercados y oportunidades de negocios y aumenta la posibilidad de elección para los consumidores mexicanos y europeos.⁵⁶

En virtud del Tratado se eliminaron o redujeron los impuestos que México y la Unión Europea (UE) aplican a la importación de una gran cantidad de bienes. Esto implica que los empresarios de ambas partes no tienen que incurrir en el pago de los aranceles que enfrentan sus competidores de terceros países que no cuentan con esquemas comerciales preferenciales.

⁵⁴ Barreras arancelarias en: <http://www.gerencie.com/barreras-arancelarias.html>

⁵⁵ El Acuerdo de Libre Comercio México- UE está constituido por dos decisiones: la Decisión 2/2000 del Consejo Conjunto sobre comercio de bienes, compras de gobierno, cooperación en materia de competencia, consulta de propiedad intelectual y solución de controversias –entrada en vigor el 1 de Julio de 2000- y la Decisión 2/2001 del Consejo Conjunto relativa al comercio de servicios, inversión y protección de la propiedad intelectual –entrada en vigor el 1 de marzo de 2001.

⁵⁶ EL ACUERDO DE LIBRE COMERCIO UNION EUROPEA-MEXICO: GUIA DE USO Raffaella Silveti

Sin embargo, no todos los productos están sujetos a disminuciones arancelarias y tampoco todos los aranceles se redujeron de forma simultánea. Se negoció un calendario de desgravación progresivo, para permitir una transición al libre comercio en distintas velocidades, de acuerdo al sector y al miembro del tratado.

Como se indicó anteriormente los bienes industriales están libres de arancel desde el 1 de Enero de 2007.

Reglas de origen. Con objeto de que únicamente los bienes de la UE y México se beneficien de las preferencias arancelarias previstas en la Decisión 2/2000, las partes acordaron disciplinas en materia de reglas de origen y procedimientos aduaneros.

Las reglas de origen pueden definirse como aquellas disposiciones que determinan los requisitos, en términos de valor agregado conjunto entre las Partes o de salto arancelario que cada bien de México o la UE deberá cumplir para beneficiarse del régimen arancelario preferencial previsto en la Decisión 2/2000.⁵⁷ (Ver anexo 1)

El arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado receptor. Sin embargo no se tendrán que pagar impuestos a la exportación ya que este tipo de arancel se establece en casos excepcionales, ya que el gobierno precisamente fomenta la exportación por los beneficios a nivel macro que esta causa como; mejora en la situación de la balanza de pagos, menor desempleo, desarrollo de industrias, etc. Por su parte este producto tampoco se gravara con aranceles a la importación en el país destino, ya que estas reciben un trato preferencial (arancel inferior al general o exención del mismo) como resultado del Tratado de Libre Comercio Unión Europea- México, siempre y cuando se especifique el origen de la mercancía mediante la presentación de un certificado de origen EUR1 que la empresa otorgara.⁵⁸

⁵⁷ COMERCIO DE BIENES en: http://www.protlcuem.gob.mx/swb/es/Protltcuem/p_TLCUEM

⁵⁸ GUIA DE EXPORTACION DE UN PRODUCTO MEXICANO AL MERCADO EUROPEO- *Regulaciones arancelarias-*

A pesar de estas cuotas muchos países caen en las prácticas desleales. Las prácticas desleales son conductas realizadas por empresas productoras situadas en el extranjero al vender determinadas mercancías a importadores ubicados en el territorio nacional en condiciones de discriminación de precios. Es decir, a un precio de exportación inferior a su valor normal, tal es el caso del dumping.

La cuota compensatoria es un medio para contrarrestar los efectos de una práctica desleal de comercio internacional y se calcula a partir de la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación. Pueden ser provisionales, que son las impuestas en una resolución preliminar, o definitivas se aplican en una resolución final.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público es la responsable del cobro de las cuotas compensatorias y para el caso de una cuota provisional, aceptara las garantías constituidas sobre su pago, conforme a lo dispuesto en el Código Fiscal de la Federación. Tiene una vigencia de cinco años o hasta que se compruebe que no existe una práctica desleal.⁵⁹

⁵⁹ BANCOMEXT. *Guía Básica del Exportador*. México 1995. Pág. 59

CONCLUSIONES

En la presente investigación, se estableció como objetivo principal el análisis de las restricciones no arancelarias que impone la Unión Europea específicamente para el sector textil, en diseños únicos y prendas de valor agregado, como son los de Dame Diseños Textiles, mismas que detectamos a medida que se avanzaba en la investigación deben ser mejoradas para ser sujeto de exportación.

Las restricciones arancelarias son medidas que todos los países imponen para proteger a su mercado y comercio nacional, así que es de vital importancia que sean cumplidas

Para llegar a esta conclusión tuvimos que consultar diversas fuentes que a lo largo de la investigación nos dieron la pauta para creer en el reto de la exportación. Se pudo reconocer y entender conceptos básicos como la exportación, pequeña y mediana empresa, así como el comportamiento y la importancia del sector textil en México, básicamente en el Distrito Federal.

Es importante resaltar los beneficios que trae consigo el TLCUE, para la entrada de productos con exención arancelaria, los cuales deben ser aprovechados al máximo.

Se identificó específicamente cuales son los aspectos técnicos normativos que debemos cumplir, si queremos entrar a este mercado tan exigente como lo es Alemania, además de los riesgos ante el incumplimiento de estos.

Uno de los principales temas a desarrollar fue la elección del mercado meta, ya que actualmente países como Alemania han demostrado mucho interés por prendas de alto valor agregado, como las que produce Dame Diseños Textiles que además de ser modernas no dejan de lado lo artesanal de nuestro país, este tipo de prendas hoy en día se pueden comercializar en nuestro país a un precio justo, razonable y con una utilidad importante, pero este tipo de empresas tienen el interés de exportar sus productos, ya que mercados como el alemán, con mejores ingresos y con mayor demanda para este tipo de productos podrían pagar un precio más alto, generando a nuestra empresa más y mejores ganancias, este debido a que nuestro producto es algo innovador que difícilmente pueden encontrar en su país.

Entre las restricciones que más cuida el mercado alemán están las normas de etiquetado, empaque, embalaje entre otras las cuales cada vez son más exigentes en cuanto al cuidado del medio ambiente y la vida animal. Es de vital importancia que se cuente con toda la información acerca de estos temas, por lo tanto este tipo de documentos busca y tiene como finalidad llegar a pequeñas y medianas empresas que tendrían muchas oportunidades para llegar al mercado internacional.

Pudimos identificar en Dame Diseños Textiles que el etiquetado tal vez no cumpla con los requerimientos, así que se le recomendó una etiqueta que cuente con la información pertinente para enterar al consumidor alemán que tipo de producto está adquiriendo.

Actualmente la balanza comercial entre México y la Unión Europea en el sector textil presenta un déficit importante, es por esto que es indispensable que las PYMES comiencen a exportar productos de calidad que compitan y que cumplan con todos los requisitos que impone estos países desarrollados.

El resultado de esta investigación es que la PYMES enfrentan un reto importante al intentar exportar sus productos a la Unión Europea, más sin embargo cumpliendo con los altos estándares y medidas que exige este país, contando con asesoría y tecnología, así como aprovechando las ventajas como lo es el TLCUE podemos encontrar importante beneficios económicos.

En el caso específico de Dame Diseños Textiles, se llega a la conclusión que es una empresa con posibilidades amplias de exportar textiles a la Unión Europea, mas sin embargo es necesario corregir y mejorar los aspectos técnicos normativos tales son: normas de calidad, etiquetado básicamente y empaque y embalaje para poder finalizar una exportación satisfactoriamente.

En lo personal creo mucho en esta empresa, ya que los diseños son únicos, nunca una prenda es igual a otra, se pone mucho empeño por diseñar modelos diferentes y lo que es más importante ropa de calidad y con estilo original, que difícilmente puede encontrarse. En términos generales Dame Diseños Textiles es una propuesta que aunque es arriesgada es muy original y que a mi gusto puede cautivar al público alemán.

Este proyecto surge con la intención de indicar a las pequeñas y medianas empresas, en especial a Dame Diseños Textiles, la importancia de cumplir con las normas no arancelarias, que impone la Unión Europea particularmente Alemania para la importación de productos textiles, ya que es una empresa que cuenta con potencial para exportar, pero pudimos detectar que carece de conocimientos en materia de normas y restricciones no arancelarias para exportar al mercado europeo, servirá como guía y referencia con la finalidad de evitar que esta práctica de comercio no se cumpla con éxito.

Finalmente se le sugiere al productor sienta bases para realizar un Plan de Exportación completo, donde se determinará la rentabilidad de llevar sus productos al mercado Alemán, ya que el comercio exterior puede ser una actividad muy productiva y rentable, pero se requiere de una planeación adecuada para que sea un éxito. Será importante considerar aspectos importantes de comercio exterior, como el INCOTERM idóneo que satisfaga a ambas partes, tener un análisis financiero que soporte este intercambio, así como apoyarse de instituciones que ofrecen asesoría y financiamiento a las pequeñas y medianas empresas en materia de exportación.

ANEXOS

Anexo 1.

El Anexo III de la Decisión 2/2000 establece las disciplinas generales, reglas de origen específicas y procedimientos aduaneros, así como diversas disposiciones para el llenado del certificado de origen, denominado EUR.1 que deberá presentarse ante las autoridades aduaneras al momento de la importación de los bienes para beneficiarse del trato arancelario preferencial.

Por lo que respecta a las disciplinas generales, el Anexo III define los conceptos utilizados para determinar el origen de los productos, la metodología para calcular el valor agregado conjunto requerido y los procedimientos que las autoridades aduaneras de México y cada uno de los Estados miembro de la UE pueden utilizar para verificar el origen de los bienes. Lo anterior con objeto de que éstas puedan detectar los productos que no cumplen con las reglas de origen y que, por ende, no deben beneficiarse del trato preferencial establecido por el acuerdo.

En particular, el *Anexo III* prevé que se considerarán originarios aquellos bienes totalmente obtenidos en el territorio de los Estados miembro de la UE o México, tales como: los productos minerales extraídos de los suelos o del fondo de los mares; los productos vegetales recolectados o cosechados en México o la UE, y los animales vivos nacidos y criados en México o la UE.

El Anexo III de la Decisión 2/2000 establece las disciplinas generales, reglas de origen específicas y procedimientos aduaneros, así como diversas disposiciones para el llenado del certificado de origen, denominado EUR.1 que deberá presentarse ante las autoridades aduaneras al momento de la importación de los bienes para beneficiarse del trato arancelario preferencial.

Por lo que respecta a las disciplinas generales, el Anexo III define los conceptos utilizados para determinar el origen de los productos, la metodología para calcular el valor agregado conjunto requerido y los procedimientos que las autoridades aduaneras de México y cada uno de los Estados miembro de la UE pueden utilizar para verificar el origen de los bienes. Lo anterior con objeto de que éstas puedan

detectar los productos que no cumplen con las reglas de origen y que, por ende, no deben beneficiarse del trato preferencial establecido por el acuerdo.

En particular, el *Anexo III* prevé que se considerarán originarios aquellos bienes totalmente obtenidos en el territorio de los Estados miembro de la UE o México, tales como: los productos minerales extraídos de los suelos o del fondo de los mares; los productos vegetales recolectados o cosechados en México o la UE, y los animales vivos nacidos y criados en México o la UE.

Si los bienes contienen insumos que no provienen de un país, éstos se considerarán -originarios, siempre y cuando dichos materiales sufran una transformación suficiente. Esto se determina empleando el método conocido como “salto arancelario” .

En algunos casos, además de cumplir el requisito de cambio de clasificación arancelaria, los bienes deben incorporar cierto porcentaje de insumos que sean de origen nacional —contenido regional—. En otros, se permite considerar a un bien como originario, cuando éste se clasifique en la misma subpartida arancelaria que sus componentes y cumpla con el requisito de contenido regional.

El Anexo III contiene los siguientes apéndices:

Apéndice I Establece las notas introductorias. Éstas explican la estructura de los *Apéndices II* y *II(a)*, así como ejemplos específicos referentes a la correcta interpretación de las reglas de origen aplicables a diversos productos;

Apéndice II.- Contiene la reglas de origen específicas consistentes en los procesos de elaboración o transformación que deberán sufrir cada uno de los bienes de México o la UE en territorio de las partes para beneficiarse del trato arancelario preferencial;

Apéndice II(a).- En virtud de que algunas de las reglas de origen previstas en el *Apéndice II* son muy estrictas, las autoridades de México y la UE acordaron establecer reglas más flexibles para ciertos productos, que se aplicarán durante un periodo de transición y en ocasiones, a un número limitado de productos mediante el establecimiento de cupos de importación. Éstas están incluidas en este *Apéndice* y

se aplican a bienes tales como: ciertos químicos orgánicos, calzado, elementos combustibles nucleares y, cuero y pieles curtidos;

Apéndice III.- Contiene el formato del certificado de origen denominado “formato de circulación EUR.1” y los requisitos que éste deberá cumplir para que las autoridades aduaneras de México y la UE lo consideren válido;

Apéndice IV.- De conformidad con el *artículo 15 del Anexo III de la Decisión 2/2000* del Consejo Conjunto UE-México, los bienes de México y la UE se beneficiarán de las preferencias arancelarias previstas en los calendarios de desgravación de cada Parte siempre que presenten un certificado de origen; o una declaración emitida por el exportador en una factura, orden de entrega o cualquier otro documento comercial que describa los productos de que se trata para que puedan ser identificados: El texto de esta declaración, también llamada “declaración en factura” figura en este Apéndice.

En relación con la declaración en factura, los *artículos 20 y 21 del Anexo III* prevén que se permitirá la presentación de este tipo de declaraciones a cualquier exportador autorizado por las autoridades competentes de un Estado miembro, sin importar el monto de las operaciones; y para todas las exportaciones que no rebasen los 6,000 euros;

Apéndice V.- El *párrafo 4 del artículo 17 del Anexo III de la Decisión 2/2000* prevé que México y los Estados miembro de la UE podrán expedir certificados de origen EUR.1 una vez realizada la exportación de los bienes. Para ello, es necesario incluir en el propio certificado la leyenda “Expedido a posteriori” en el idioma oficial del Estado miembro que lo expida. Este Apéndice establece que en el caso de la UE, el tiempo para proporcionar información en la expedición de un certificado a posteriori y en la Declaración en factura será de dos años y uno para México.

Bibliografía:

Capítulo I. Marco Teórico

Achar, S. E. (2014). *PROMEXICO Moda &Diseño de México para el mundo*.

Recuperado de <http://www.mexcostura.mx/empresarial/moda-a-diseno-de-mexico-para-el-mundo>

Andersen, Arthur. (1999). *Diccionario de Economía y negocios*, España: Espasa.

Ángeles, G.,A.,L. y Tovar, A., M.,R. (2005). “*Oportunidad de exportación a Montreal para las pequeñas empresas productoras de camisas hidalguenses*”. Tesis de licenciatura no publicada, UAEH, Pachuca, Hgo.

Angelidis, A. (2001). *Resumen: “El nuevo Acuerdo Global entre la Unión Europea Y México”*, C.E. Luxemburgo.

Arghiri, Emmanuel. (1972). *El intercambio desigual: Ensayo sobre los antagonismos en las relaciones económicas internacionales*, México: Siglo XXI.

Banco de México. (2007). “*La ventaja comparativa y el desempeño de las exportaciones manufactureras Mexicanas en el periodo 1991-2005*. Ramos-Francia et. al.

Bancomext. (2005). *Guía Básica del exportador* 12ª edición, México.

Bancomext-ITEMS. (2005). *Guía para exportar productos Mexicanos a la Unión Europea* 3ra edición, México.

Carrillo, S.A.M., “México y la Unión Europea: una nueva relación estratégica”

Recuperado en

<http://www.cddhcu.gob.mx/cronica57/contenido/cont13/masalla10.htm>

CBI, *Artesanía Textil a Alemania*.

Colectivo de autores. (2004). *Economía Internacional* La Habana: Félix Varela.

Daniels, J.D.; Radebaugh, L.H., y Sullivan, D.P. (2004) *Negocios Internacionales*

Décima edición México: Pearson Educación.

De Lara, S. “*El Acuerdo Global México-Unión Europea: Primera Reunión del Consejo*

Conjunto”

Recuperado

de

<http://www.sre.gob.mx/imred/difyext/transcripciones/radio001/sdelara.htm>

Europa, “*Cumbre de Madrid Mayo 2002*”. Recuperado en

http://europa.eu.int/comm/world/lac/mex_es.htm

ESMAS. (2004). “*Favorece TLC el comercio entre México y la UE*” Recuperado de

<http://www.esmas.com/finanzaspersonales/325919/html>

Educar.org Comunidades virtuales de aprendizaje colaborativo “*La vestimenta*”

Recuperado de

<http://www.educar.org/inventos/lavestimenta.asp>

La crisis y sus efectos en la industria textil y del vestido de México, Red de

solidaridad de la Maquila. http://es.wikipedia.org/wiki/industria_textil

León, J.W. *La Industria textil: historia, salud y seguridad* Recuperado de <http://www.insht.es/inshtWeb/Contenidos/Documentacion/.../tomo3/89.pdf>

López, V.V., y Uscanga, C. (2000). *“México frente a las grandes regiones del mundo”*, México, DF: Siglo XXI.

Marini R.M. (1973). *Dialéctica de la dependencia* México: Ediciones Era.

MEXCOSTURA. (2013). *Revista especializada del ramo de la confección, textil y la moda en México y Centroamérica.*

Montes, A. (2000). *“El tratado de Libre Comercio con Europa”*, (Seminario ejemplar No. 104).

Moreno, J. M., (1992). *“Manual del Exportador-Teoría y práctica exportadora”*, Buenos Aires (Argentina): Ed. Macchi.

Notimex. (2014). *¿Qué logro Peña Nieto en visita oficial por Europa? EL UNIVERSAL, PP.11.*

Peña, Nieto, E. (2014). *“Resultados de gira de trabajo por Europa”* Recuperado de <http://www.presidencia.gob.mx/resultados-de-gira-de-trabajo-por-europa/>

Pymes de México. (2010). *“Historia de las Pymes”* Recuperado de <http://pymesdemexico.wordpress.com/2010/11/10/historia-de>

Rodríguez, P. K. K. (2002) *“Tratado de Libre comercio México-Unión Europea “*

Gestiopolis

Recuperado

de

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/tlcmee.htm>

Rodríguez, V.J. (2002). *Administración de pequeñas y medianas empresas* Editorial Internal. Thomson.

Secretaria de Economía, (2013) *“Información estadística y arancelaria”* Recuperado de <http://www.economia.gob.mx/comunidad>

Slideshare, *“MICRO, PEQUEÑA, MEDIANA Y GRANDE EMPRESA”* Recuperado de <http://es.slideshare.net/SERGIO1552/micro-pequea-mediana-y-grande-empresa>

Slideshare, *“TLCUEM”* Recuperado de <http://www.slideshare.net/guest75e83/presentación-tlcue-presentation>

Vargas, H.I. (15 de enero de 2013). Pymes generan 81% del empleo en México. *CNNEXPANSION*.

Wöss, H. (2000) La exportación hacia la Unión europea *Practica Fiscal, 2ª Decena*, p.p. B4-6.

Capítulo II. Conociendo las barreras no arancelarias de la Unión Europea para el sector textil

Aranda, S., R., Flores, G., J.M., Maryvi, S.V.,D., y Molina, O., T. (2010) *“Alemania como alternativa para la exportación de artesanía Michoacana”* “Tesina de Ingeniero Industrial no publicada” Instituto Politécnico Nacional, México, D.F.

Bancomext. (2005). *Guía Básica del exportador 12 edición*, México.

Bancomext-ITEMS. (2005) *Guía para exportar productos Mexicanos a la Unión Europea* 3ra edición, México.

Coll, M. (2013). *“Presentación de la etiqueta ecológica europea”*. Recuperado de <http://europa.eu.int/ecolabel>

Comisión Europea. (2001). *“Presentación de la etiqueta ecológica europea”*. Recuperado de www.alvarella.com/etiqueta_ecologica.pdf

Dirección General de Comercio, (2012).

Export Helpdesk. (2014). *“Aranceles”* Recuperado de <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES>

Guias Online. (2014). *“Guía del Arancel”* Recuperado de http://www.camaras.org/guias/arancel/guia_arancel_cap01_002.html

Morales, S., E., Magaña, R., L.B., Lujan, C., M.G., Reyes, S., M., y Trujillo, D., V. (2006) *Regulaciones y Restricciones no arancelarias*. “Seminario de Licenciado en Relaciones Comerciales”. Instituto Politécnico Nacional, México, D.F.

PROECUADOR. (2014) Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones “*Textiles y prendas de vestir en Alemania*”.

PROMEXICO. (2013). *Guía para exportar a Francia*.

Secretaría de Economía. (2011). REGULACIONES NO ARANCELARIAS.

UNIVERSIDAD ICESI. (2006) “*Consultorio de comercio exterior*”. Recuperado en <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2006/09/28barreras-no-arancelarias/>

Capítulo III. Alemania como mercado meta

Alemania En Red. (2014). *Guía de Alemania*. Recuperado de http://www.alemaniaenred.com/content/guia_paises/alemania/datos-generales/16

Alvarado, L. E. (2013). *Curso de fomento a la exportación*. Universidad del Norte.

Bancomext, (2005). *Guía Básica del exportador 12va edición*, México.

Bancomext-ITEMS. (2005) *Guía para exportar productos Mexicanos a la Unión Europea* 3ra edición, México.

Departamento Textil de Mainland. (2010).

FORUM DE COMERCIO INTERNACIONAL. (2005). *Exportación de ropa y textiles ¿Saldrán a flote los PMA?* Recuperado de <http://www.forumdecomercio.org/Exportacion-de-ropa-y-textiles-saldran-a-flote-los-PMA/>

Gerencie.com. (2013). *Barreras arancelarias* Recuperado de <http://www.gerencie.com/barreras-arancelarias.html>

GUÍA DE EXPORTACIÓN DE UN PRODUCTO MEXICANO AL MERCADO EUROPEO. (2013). –*Regulaciones arancelarias-*

Guía de Alemania. (2014). *Turismo en Alemania*. Recuperado de www.guiadealemania.com

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2014). *Textiles Y prendas de vestir en Alemania*. Ecuador, Quito. PROECUADOR.

MEXCOSTURA. (2010). Importación de la Industria Textil. *Revista especializada del ramo de la Confección, Textil y la Moda en México y Centroamérica*.

Oficina Federal de Estadísticas. (2013) *Importación Alemana de textiles*.

Organización Mundial de Comercio. (2002).

PROTLCUEM. (2014). *Comercio de bienes*. Recuperado de http://www.protlcuem.gob.mx/swb/es/Protlcuem/p_TLCUEM

Secretaría de Economía. (2014). *Alemania mercado meta*.

Silvetti. R. (2010). *El Acuerdo de Libre Comercio Unión Europea-México: Guía de Uso*.

Tzontliexport's Blog. (2009). *Segmentación del mercado*. Recuperado de <http://tzontliexport.wordpress.com/category/mercado-meta-alemania/>