



**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO**

**FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**TESIS “EL IMPACTO DE LOS PROGRAMAS IMMEX EN LAS EMPRESAS  
EXPORTADORAS DE MICHOACÁN, EN EL PERIODO 2000 AL 2005”**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
PRESENTA:**

**ÁLVARO ORTIZ RODRÍGUEZ**

**DIRECTOR DE TESIS. DR. JOEL BONALES VALENCIA**

**MORELIA, MICH. AGOSTO DE 2009**

## **Contenido**

---

### **Resumen**

**Capítulo 1.** Introducción Metodológica de la investigación de los Programas de Industria Maquiladora, Manufacturera y de Servicios de Exportación como instrumento de fomento al comercio exterior

1.1. Diseño de la investigación	3
1.2. Problemática	5
1.2.1. Planteamiento del problema	6
1.3. Objetivos	9
1.3.1. Objetivo General	9
1.3.2. Objetivos específicos	9
1.4. Preguntas de Investigación	10
1.5. Justificación	11
1.6. Hipótesis	12
1.6.1. Hipótesis General	12
1.6.2. Hipótesis de Trabajo	13
1.7. Frecuencia de las variables que inciden en el aumento de las exportaciones	13
1.8. Definición de las variables independientes	14
1.9. Universo de las empresas exportadoras del estado de Michoacán que cuentan con programa de importación temporal	15

### **Capítulo 2. La importancia del comercio Internacional: análisis del marco**

#### **teórico**

2.1. Crecimiento económico en los países pobres	18
2.2. Beneficios del comercio internacional.	20

2.3. La apertura comercial y el desarrollo económico	22
2.4. Globalización de la producción y de los mercados	22
2.5. Teorías del comercio internacional	23
2.5.1. Teoría de la Proporción de los Factores	24
2.5.1.1. Relación entre tierra y mano de obra	24
2.5.1.2. Relación entre mano de obra y capital	25
2.5.1.3. Complejidades Tecnológicas	26
2.5.2. Papel de las Empresas en el Comercio	26
2.5.3. Ventajas estratégicas de las exportaciones	26
2.5.4. Ventajas estratégicas de las importaciones	28

### **Capítulo 3.- Situación de los Programas IMMEX**

3.1. Características de los Programas de Industria Manufactura, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX)	30
3.1.1. Los objetivos de IMMEX	32
3.1.2. Los beneficios de IMMEX	33
3.2. Antecedentes de los programas de importación	34
3.3. Las Empresas Manufactureras a nivel Nacional	36
3.4. Situación de las empresas manufactureras del estado de Michoacán.	39
3.4.1. Localización de las empresas con programa IMMEX	40
3.4.2. Actividades de las empresas manufactureras del estado de Michoacán	41
3.4.3. Mercados de exportación de las empresas manufactureras	43
3.4.4. Balanza Comercial de las empresas IMMEX de Michoacán	44

**1 Capítulo 4 El impacto de los Programas IMMEX en las exportaciones de Michoacán: Una propuesta metodológica Alternativa**

4.1. Medición	46
4.2. Niveles o escalas de mediciones	46
4.2.1. Escala Nominal	46
4.2.2. Escala Ordinal	46
4.2.3. Escalas de intervalos iguales	47
4.2.4. Escalas de coeficientes o Razones	48
4.3. Obtención de Datos	48
4.3.1. Procesamiento de datos obtenidos en la investigación	49
4.3.2. Procesamiento de las variables independientes	50
4.4. Correlación	50
4.4.1. Resultados de la aplicación de la fórmula para determinar la correlación producto momento, Pearson	51
4.5. Análisis e interpretación de los resultados	55
4.5.1. Variables dependientes e independientes	55
4.6. Prueba de Hipótesis	56
4.7. Discusión de resultados	57
<b>Bibliografía</b>	<b>63</b>

## RESUMEN

Actualmente el comercio internacional es uno de los principales motores del crecimiento económico de los países en desarrollo, que promueve la competitividad de las empresas al generar productos y servicios de calidad a menor costo, beneficiando a la sociedad al tener mejores alternativas de compra y el acceso al empleo. En este sentido el gobierno de nuestro país ha venido impulsando políticas que faciliten la incorporación de las empresas al comercio internacional, a fin de que propicien el crecimiento económico., así como el encadenamiento con las micro y pequeñas empresas como proveedoras del sector exportador.

En este sentido, la industria manufacturera de exportación ha sido la encargada de cumplir con el objetivo de fomento a las exportaciones. Este sector está integrado por 6400 empresas localizadas en todas las entidades federativas del país, que realizan diferentes actividades en prácticamente todos los giros productivos, además de que generan alrededor del 76% del valor de las exportaciones alrededor del 19% de los empleos.

Por lo anterior el gobierno federal ha venido creando esquemas de apoyo para la incorporación de empresas al comercio internacional, tal es el caso del Programa de Industria Maquiladora, Manufacturera y de Servicios de Exportación (IMMEX), que otorga facilidades aduaneras y fiscales a las empresas exportadoras del país, para la importación temporal de insumos, maquinaria, equipo y empaques necesarios para la elaboración de sus productos y servicios de exportación, sin el pago de los impuestos de importación, sin IVA y sin cuotas compensatorias, beneficios necesarios para competir en el comercio internacional.

La presente investigación se realizó en base al directorio de la Secretaría de Economía en el Estado de Michoacán, de las empresas que registraron un programa de industria manufacturera (IMMEX) en el periodo del año 2000 al 2005, para analizar cuál ha sido el impacto de dicho programa en el desarrollo de las empresas exportadoras, en especial las localizadas en el estado de Michoacán. Dicho estudio es de carácter científico, por lo que la metodología que se empleará para cumplir con los objetivos de la investigación, será la denominada ***cuasi-experimental***, que permite el uso de información cuantitativa.

Para cumplir con los objetivos de esta investigación, se desarrollaron cuatro capítulos siguiendo el proceso de investigación que marca el método científico para solución de problemas y el descubrimiento de nuevos conocimientos.

El primer capítulo describe la metodología que se utilizó para fundamentar el trabajo, puntualizando el diseño de la investigación, la problemática, la hipótesis la frecuencia de variables que inciden en el aumento de las exportaciones, la jerarquización de las variables

de estudio, la definición operacional de las variables independientes y la población objeto de estudio.

El segundo capítulo establece los aspectos teóricos del comercio internacional, que permiten analizar los beneficios en el desarrollo económico, sus teorías para poder establecer correctamente la problemática que enfrentan las empresas en sus operaciones de comercio exterior.

El capítulo tercero, hace referencia a la situación actual de la industria manufacturera, su desempeño en el comercio internacional, haciendo una descripción de su situación, su aportación al crecimiento de las exportaciones, del número de empresas, su localización, sectores en los cuales se desempeña, productos que elabora y sus mercados de exportación.

El capítulo cuarto, define el análisis e interpretación de los resultados obtenidos al procesar la información, los datos aquí concentrados sirven para que a través de la escala de medición que se utilizó, permitan llevar a cabo la comprobación y validación de la hipótesis planteada, esto con el fin de discutir los resultados y después llegar a conclusiones concretas, para hacer las recomendaciones pertinentes basadas en esta investigación.

Cabe destacar que las herramientas estadísticas utilizadas en el manejo de los resultados obtenidos fueron, el estudio de las medidas de tendencia central y variabilidad, la distribución de frecuencias, la correlación bivariada se utilizó el paquete estadístico SPSS para Windows.

## ABSTRAC

Today international trade is one of the main engines of economic growth in developing countries, which promotes the competitiveness of companies to generate quality products and services at lower costs, benefiting the company to have better options to purchase and access employment. In this regard the government of our country has been promoting policies that facilitate the incorporation of companies to international trade, so that foster economic growth, and lock the micro and small businesses as suppliers in the export sector.

In this sense, the manufacturing of export has been in charge of fulfilling the objective of promoting exports. This sector is composed of 6400 companies located in all states of the country that perform various activities in virtually all productive drafts, and it generates about 76% of export value around 19% of jobs.

Therefore the federal government has been creating patterns of support for the incorporation of companies to international trade, this is the case of the Maquiladora Industry, Manufacturing and Export Services (IMMEX), which gives tax and customs facilities to companies exporting country, for the temporary importation of inputs, machinery, equipment and packaging for the development of their products and services for export, without payment of taxes on imports, excluding IVA and duties, benefits needed to compete in the international trade.

This research was conducted based on the board of the Ministry of Economy in the State of Michoacan, companies that recorded a program for manufacturing (IMMEX) in the period 2000 to 2005 to analyze what the impact of this program in the development of export industries, especially those located in the state of Michoacán. This is a scientific study, the methodology to be used to meet the research objectives will be called quasi-experimental, which allows the use of quantitative information. To meet the objectives of this research, four chapters were developed following the research process which marks the scientific method for problem solving and the discovery of new knowledge.

The first chapter describes the methodology that was used to substantiate the work, emphasizing research design, the problem, assuming the frequency of variables that affect the growth of exports, the ranking of the variables studied, the operational definition of the independent variables and the study population.

The second chapter establishes the theoretical aspects of international trade to analyze the benefits in economic development, his theories in order to establish properly the problems faced by companies in their foreign trade operations.

The third chapter refers to the current state of manufacturing performance in international trade, with a

description of your situation, your contribution of export growth, the number of firms, their location, areas in which plays, which develops products and their export markets.

The fourth chapter, defines the analysis and interpretation of results obtained by processing the information, the data serve to concentrate through the scale of measurement was used, can carry out verification and validation of the hypothesis, this in order to discuss the results and then come to conclusions, to make appropriate recommendations based on this research.

Importantly, the statistical tools used in handling the results were, the study of measures of central tendency and variability, frequency distributions, bivariate correlation was used SPSS for Windows naturally.

## **Capítulo 1. Introducción Metodológica de la investigación de los Programas de Industria Maquiladora, Manufacturera y de Servicios de Exportación como instrumento de fomento al comercio exterior**

En el logro de los objetivos que tiene una investigación, es fundamental que los hechos y las relaciones que se establezcan, así como los resultados obtenidos y los nuevos conocimientos adquiridos, tengan dos elementos indispensables: exactitud y confiabilidad. Por lo que resulta importante usar una metodología apropiada para conocer la problemática que enfrentan las empresas exportadoras del estado de Michoacán en el comercio internacional, así como el impacto del "Programa de Industria Maquiladora, Manufacturera y de Servicios de Exportación (IMMEX), en dicho sector exportador.

### **1.1 Diseño de la investigación**

El comercio internacional es una de las principales palancas del crecimiento económico de los países en desarrollo, que promueve la competitividad de las empresas al generar productos y servicios de calidad a menor costo, beneficiando a la sociedad al tener mejores alternativas de compra y la creación de empleos<sup>1</sup>. En este sentido el gobierno de nuestro país ha venido impulsando políticas públicas que faciliten la incorporación de las empresas al comercio internacional, a fin de que propicien el crecimiento económico, así como el encadenamiento de la micro y pequeña empresa como proveedoras del sector exportador.

La industria manufacturera de exportación ha sido la encargada de cumplir con el objetivo de fomento a las exportaciones, ya que actualmente generan alrededor del 76% del valor de las exportaciones. Este sector está integrado por 6400 empresas

que se localizan principalmente en la frontera norte de la República Mexicana, sin embargo se han extendido en todas las entidades federativas del país, realizando actividades prácticamente en todos los giros productivos.

En lo que corresponde al sector maquilador del estado de Michoacán, y de acuerdo con la información de la Secretaría de Economía, en el periodo del año del 2000 al 2005, operaron un total de 138 empresas manufactureras con Programa de Industria Maquiladora, Manufacturera y de Servicios de Exportación (IMMEX). Dicho sector es el motivo de estudio de esta investigación, del cual existe poca información, por lo que es importante conocer su ubicación, productos y mercados de exportación, insumos que demandan, problemática que enfrentan en sus operaciones, así como su impacto en el desarrollo de las exportaciones de Michoacán.

La metodología que se empleará para cumplir con los objetivos de la investigación, será la denominada **“cuasi-experimental”**, que tiene como objetivo comprobar que la variable independiente es la que provoca cambios concomitantes en la variable dependiente y que permite el uso de información cuantitativa (en particular con el uso de variables). La distribución entre ellas se basa en el mayor o menor control que el investigador tiene para formar o elegir el grupo de estudios o grupos de estudio, y el mayor o nulo control que tiene para manejar la variable o variables independientes que actúan sobre el fenómeno o fenómenos estudiados<sup>2</sup>.

Para lo anterior, se ha seleccionado el diseño denominado **“series de tiempo”**, que consiste en una sucesión de mediciones periódicas que se hacen con la variable dependiente denominada **“exportaciones”** (el fenómeno estudiado) antes y después de la aplicación de la variable independiente o tratamiento experimental. Esta situación se puede representar de la siguiente manera:

$O_1 O_2 O_3 O_4 X O_5 O_6 O_7 O_8$

Donde  $O_1 O_2 O_3 O_4 O$  son mediciones de la variable dependiente “antes” de introducir la variable experimental  $X O_5 O_6 O_7 O_8$  son las mediciones “después”.

El objetivo de la metodología es comprobar si las variables independientes (programas IMMEX, importaciones y ventas) son las que provocan cambios concomitantes en la variable dependiente (exportaciones), con lo cual se tratará de demostrar que los resultados obtenidos en la muestra pueden generalizarse en la población de los cuales proceden.

El tema antes citado es de gran interés para este autor, ya que después de analizar la problemática que enfrentan las empresas exportadoras para incorporarse y mantenerse en el comercio internacional, resulta prioritario conocer y analizar los resultados de las operaciones de comercio exterior de las empresas maquiladoras del estado de Michoacán con programa IMMEX, así como su impacto en el crecimiento de las exportaciones.

Para sustentar teóricamente esta investigación, se fundamenta en la teoría de las Proporciones de los Factores<sup>3</sup>, desarrollada por Eli Heckscher y Bertil Ohlin, por lo que el diseño fue planteado a fin de determinar cuales son las variables que determinan el incremento a las exportaciones, y que factores intervienen en la instalación y operación de las empresas manufactureras del estado de Michoacán, con orientación a los mercados internacionales.

## **1.2 Problemática**

En Michoacán al igual que en México, el 99.7% de las empresas son micro, pequeñas y medianas, estas aportan más del 60% del empleo y cerca del 45% del Producto Interno Bruto (PIB), sin embargo, poseen diseños obsoletos, escasa mercadotecnia, baja calidad, precios deprimidos y baja capacitación; incidiendo todo

ello en tener bajas utilidades, salarios y prestaciones, situación que dificulta su participación en los mercados internacionales.

### **1.2.1 Planteamiento del problema.**

La nueva política de apertura comercial enfocada hacia el exterior o también llamada de *“libre competencia”*, pretendía establecer las condiciones de un ambiente favorable a la inversión extranjera, introducir mecanismos de mercado, eliminar subsidios que tenía como objetivo fomentar la eficiencia de las empresas, que les permitiera competir en los mercados, tanto interno como externo. En este proyecto el sector manufacturero sería el encargado de impulsar el crecimiento económico por medio de las exportaciones.

La liberación económica no ha sido fácil para los diferentes sectores empresariales del país, para lograrlo ha sido necesario suprimir ineficacias, proteccionismos, y subsidios indiscriminados que impedían el sano crecimiento de la inversión y de la producción, del empleo y del salario, de ahí la necesidad de erradicar la inflación, promover la competitividad y vincularnos en forma creciente a la economía internacional, situación que exigía a los empresarios a mejorar la productividad y la eficiencia de los productos y servicios, a fin de competir en los mercados internacionales.

Derivado de lo anterior, la rapidez de la liberalización perjudicó a la micro y pequeña empresa, ya que el gobierno abría las fronteras de nuestro país en forma indiscriminada y sin control, ocasionando grandes dificultades a las unidades económicas, incluso la desaparición de sectores empresariales que no reaccionaron ante estos cambios mundiales. Como ejemplo de lo anterior, la industria del calzado<sup>4</sup> fue arrasada en gran parte, derivado de la sobreoferta de productos de importación, ocasionando una fuerte problemática a los industriales con menores eficiencias o mayores problemas financieros, que tuvieron que cerrar sus fábricas, debido a su limitada capacidad económica y su propensión a fabricar productos de calidad. Siendo una desventaja de las empresas mexicanas la falta de

competitividad, al operar en un comercio protegido en el que participaban y no se preocupaba por mejorar su desempeño empresarial. Además de que algunos sectores oponían gran resistencia a competir con las grandes empresas trasnacionales

El estado de Michoacán se ha caracterizado por su vocación agropecuaria, que le ha permitido aportar cada vez más productos a la canasta nacional y a la calidad que ha logrado en muchos de ellos, lo posicionan con ventajas comparativas contra el resto de los estados y es por ello que productivamente se ubica en el primer lugar en la producción de aguacate, fresa, guayaba, lenteja, melón, en segundo lugar, jitomate, sorgo grano, y cebolla, en el tercer lugar, arroz palay y garbanzo,

Por lo anterior, la participación de Michoacán en los mercados internacionales es cada vez mas importante gracias a la calidad de los productos que produce y que poco a poco ha venido ganando terreno en el gusto de los consumidores de los países demandantes, como es el caso del Aguacate, Mango, Melón, Papaya, Fresa y Pepino, y de otros que se empiezan a comercializar, como la Zarzamora, Guayaba, Toronja, Limón y Arándano. Estos resultados se deben a los esfuerzos de los exportadores que han enfrentado con éxito la apertura comercial, llevando acciones de organización de productores, programas de capacitación, obtención de financiamiento, registro de marcas colectivas, certificaciones de inocuidad de sus productos, lo que les ha facilitado su incorporación al comercio exterior, Sin embargo, a pesar de los resultados positivos que se han presentado en los últimos años en la exportación de dichos productos, es preocupante el poco valor agregado, ya que se comercializan en fresco, al no existir una industria de transformación que venga a hacer esa función en el campo.

Además, Michoacán cuenta con un sector industrial representado principalmente por micro y pequeña empresas, las cuales operan con grandes limitaciones como falta de tecnología, escasa mercadotecnia, baja calidad, falta de capacitación y financiamiento, situación que incide en las bajas utilidades. Lo que les ha

ocasionado una gran problemática para enfrentar con éxito los cambios tan dinámicos de los métodos de producción derivados de nuevas tecnologías, la creación de nuevos productos y las exigencias de los mercados, así como la gran competencia que impulsan las grandes empresas transnacionales en los mercados locales, como resultado de la política de comercio exterior.

La búsqueda de nuevos mercados, es una de las estrategias de la política de apertura comercial, por lo que México cuenta actualmente con 12 tratados comerciales que abarcan 45 países en tres continentes, con lo que se pretenden ampliar los mercados potenciales de los productos mexicanos con acceso preferencial.

Sin embargo, estas negociaciones no han cumplido su objetivo, ya que existe una gran concentración de las exportaciones a los Estados Unidos, que representan casi 80% de su comercio internacional, por lo que el Tratado de Libre Comercio con América de Norte (TLCAN), se ha convertido en el mejor instrumento para la colocación de productos y servicios de exportación a nuestro principal socio comercial. Situación que no es ajena a las empresas Michoacanas, ya que tradicionalmente exportan productos primarios sin valor agregado, tal es el caso del aguacate, zarzamora, fresa, limón, entre otros (Joel Bonales Valencia, 2001).

Por último, es importante resaltar que aun con las estrategias de promoción al comercio exterior, las micro y pequeñas empresas, no han logrado incorporarse al mercado internacional, ni encadenarse con las empresas manufactureras de exportación, ya que la proveeduría de las maquiladoras proviene principalmente de los mercados de importación, aprovechando los beneficios que les otorgan los programas IMMEX, por lo que proveeduría nacional ha quedado rezagada, participando únicamente con el 2% de la demanda de dicho sector.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo general.**

La operación de la industria maquiladora en nuestro país, se sitúa principalmente en la frontera Norte, contribuyendo en gran medida en el incremento de las exportaciones, por lo que la presente investigación pretende analizar y determinar cuál ha sido el impacto de este sector, en el incremento de las exportaciones del estado de Michoacán, y como han contribuido los Programas de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX) en desarrollo regional, incorporando a la micro empresa como proveedora del sector exportador.

### **1.3 .2 Objetivos específicos.**

- Conocer la problemática que enfrentan las empresas maquiladoras del estado de Michoacán que participan en el comercio exterior.
- Conocer las ventajas que ofrecen Programas de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX), a las empresas exportadoras.
- Conocer la ubicación y las actividades que realizan las empresas con Programas de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX)
- Identificar los productos y mercados de exportación de las empresas manufactureras michoacanas.

- Conocer las regiones donde operan las empresas exportadoras del estado de Michoacán, así como sus condiciones de desarrollo.
- Conocer los resultados de los programas de fomento del gobierno federal en apoyo al sector exportador.
- Detectar los insumos que demandan las empresas exportadoras del estado de Michoacán a fin desarrollar proveedores nacionales.

#### **1.4 Preguntas de Investigación**

- ¿Cuál es la problemática que enfrentan las empresas maquiladoras del estado de Michoacán que participan en el comercio exterior?
- ¿Cuáles son las ventajas que ofrecen Programas de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX), a las empresas exportadoras?
- ¿Cuál es la ubicación y las actividades que realizan las empresas con Programas de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX)
- ¿Cuáles son los productos y mercados de exportación de las empresas manufactureras michoacanas?

- ¿En que regiones operan las empresas exportadoras del estado de Michoacán, así como sus condiciones de desarrollo?
- ¿Los programas de fomento del gobierno federal han apoyado al desarrollo del sector exportador del estado de Michoacán?
- ¿Qué insumos demandan las empresas manufactureras exportadoras del estado de Michoacán?
- ¿Cuál es el perfil de las empresas exportadoras?

### **1.5 Justificación**

Dentro de la estrategia de la apertura comercial y promoción de las exportaciones, la industria manufacturera de exportación ha jugado un papel fundamental en el logro de los objetivos de esta política comercial. Dicho sector esta conformado por 6400 empresas distribuidas en el territorio nacional, que realizan diferentes actividades, desde el empaque de frutas, hasta el ensamble de automóviles; ocupan el 54 por ciento del personal de la industria manufacturera; contribuyen con el 65.3 por ciento de las exportaciones totales del país y el 82 por ciento de las exportaciones manufactureras, que tradicionalmente su balanza comercial ha sido superavitaria, lo que ha incidido positivamente en la balanza comercial de México.

En este sentido, resulta muy importante conocer y difundir los resultados del sector manufacturo de Michoacán y cuál ha sido su aportación en el desarrollo del comercio exterior. Pero en especial aquellas empresas que viene operando con Programa de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios (IMMEX), por lo

que ha través de esta investigación se podrán responder algunas preguntas plantadas en esta investigación, como son: ¿cuál es la contribución de este sector en el desarrollo de las exportaciones del estado de Michoacán?, ¿cuál es la problemática que enfrentan las empresas exportadoras en sus actividades del comercio internacional?, ¿cuál es el perfil de las empresas exportadoras?, su ubicación, sus productos y productos de exportación, así como los insumos que demandan a fin de propiciar el desarrollo de proveedores nacionales.

Por último considero importante el conocimiento del quehacer productivo del sector es la clave para trazar políticas sectoriales pertinentes que el gobierno federal debe implementar, por lo que los organismos empresariales, el sector educativo, el sector gubernamental, tengan acceso a la información de los resultados de las empresas manufactureras de exportación que operan con programas orientados para promover las exportaciones y la competitividad, a fin de que estén en posibilidades de establecer esquemas de apoyo de capacitación, de financiamiento, de desarrollo, de infraestructura, que permita incorporar a la micro y pequeña empresa como proveedora del sector exportador.

## **1.6 Hipótesis.**

La revisión de la bibliografía relacionada con las teorías del comercio internacional, para tener las bases y estar en posibilidad de dar respuesta a las preguntas de la investigación relacionadas con el estudio de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Michoacán, nos permite conformar la siguiente:

### **1.6.1 Hipótesis General**

Las nuevas empresas mundiales o globales han modificado sus procesos productivos para incrementar su productividad, instalándose en cualquier parte del

mundo, donde obtengan a precios competitivos los recursos necesarios para producir sus mercancías o servicios de exportación. Por lo que es necesario establecer un clima económico que brinde certidumbre y confianza al inversionista extranjero, además de dotar de estímulos a las empresas exportadoras manufactureras que les permita competir en igualdad de condiciones en el comercio internacional. Por lo anterior se presenta la siguiente hipótesis general:

“El éxito de la operación y permanencia de las empresas manufactureras en el comercio internacional, así como el aumento de las exportaciones, depende de los apoyos que otorgue el gobierno federal, en la obtención de insumos intermedios, maquinaria y equipo con exención de impuestos, que los posibilite de adquirirlos en cualquier parte del mundo con la mejor calidad y , necesarios para realizar sus productos o servicios de exportación”

### **1.6.2 Hipótesis de trabajo**

“Los apoyos fiscales y facilidades administrativas que otorgan los programas de Industria Maquiladora, Manufacturera de Exportación (IMMEX)” a las empresas exportadoras del estado de Michoacán, les permitirá ser más competitivas y aumentar sus exportaciones, al obtener y asegurar el abastecimiento de los recursos necesarios para sus procesos productivos con mejores condiciones de precios y calidad de cualquier parte del mundo”.

### **1.7 Frecuencia de las variables que inciden en el aumento de las exportaciones**

De acuerdo con la revisión del marco teórico del comercio internacional, las empresas que participan en el comercio exterior son afectadas a nivel macroeconómico y microeconómico, y su éxito dependerá del manejo de las

variables que afectan sus procesos productivos. Sin embargo, para comprobar o desaprobar la hipótesis, según resulte de la recopilación, procesamiento e interpretación de los datos obtenidos de la balanza comercial de las empresas manufactureras del estado de Michoacán que cuentan con programa de Industria Manufacturera, Maquiladora de Exportación y de Servicios.

Es importante señalar, que los conceptos que aparecen nombrados como variables, factores determinantes o causantes del incremento del valor de las exportaciones, se refieren a importaciones, que es el valor en moneda nacional de los insumos intermedios adquiridos en el extranjero para su transformación y posterior exportación, con exención de impuestos. Las ventas totales, al valor de las ventas realizadas por la empresas en el mercado interior y exterior en un ejercicio fiscal y al número de los programas, a los programas Industria Manufacturera, Maquiladora de Exportación y de Servicios de Exportación (Immex), autorizados por la Secretaría de Economía a las empresas manufactureras del estado de Michoacán

### **1.8 Definición de las variables independientes**

En las diferentes investigaciones se emplean conceptos, cuyo significado no siempre se comprenden, por lo que es necesario proporcionar una definición de los conceptos que tienen tales características.

Una definición<sup>5</sup> consiste en uno o más conceptos que son sinónimos del término que se desea definir, y, por tanto, son intercambiables en su uso. La definición operacional de una variable, está constituida por una o varias proposiciones que le dan un significado por medio de la especificación de las operaciones que se necesitan para su medición, para este caso definimos las variables independientes de la siguiente manera:

- **Importaciones:** el valor de los insumos intermedios adquiridos por las empresas exportadoras en el extranjero, para su transformación y posterior exportación, representados en moneda nacional.
- **Las ventas totales:** valor de las ventas realizadas por la empresas manufactureras en el mercado interior y exterior en un ejercicio fiscal, representados en moneda nacional.
- **Número de los programas:** a los programas Industria Manufacturera, Maquiladora de Exportación y de Servicios de Exportación (Immex), autorizados por la Secretaría de Economía a las empresas manufactureras del estado de Michoacán.

### **1.9 Universo de las empresas exportadoras del estado de Michoacán que cuentan con Programas de de Industria Maquiladora, Manufacturera y de Servicios de Exportación**

Como se planteó en el objetivo de la investigación, las empresas manufactureras, exportadoras con programa IMMEX del estado de Michoacán, conformarán la muestra para comprobar o desaprobar la hipótesis de esta investigación. Este sector está conformado por alrededor de 138 empresas, que realizaron operaciones de comercio exterior en el periodo del año 2000 al 2005 y de las cuales se cuentan con información de su balanza comercial, captada en la Secretaria de Economía a través de sus reportes anuales. Cabe señalar que el número de empresas ha variado con el transcurso del tiempo, ya que algunas han desaparecido y otras inician actividades de exportación, por lo que en promedio anual, solo se mantienen vigentes 80 empresas distribuidas en diferentes lugares del estado.

---

<sup>1</sup> Samuelson, P. (2001). *Macroeconomía con Aplicaciones a México*. México: McGraw-Hill. P. 277.

<sup>2</sup> Briones Guillermo, *Métodos y Técnicas de Investigación Para las Ciencias Sociales*, ed. México, Trillas, 2006, pag 79.

<sup>3</sup> Jhon D. Daniels, Lee H Radebaugh, Daniel P. Sullivan. (2004). *Negocios Internacionales, Ambientes y Operaciones*. Edo. de México: Pearson Educación México, S.A. de C.V.

<sup>4</sup> Delgadillo, J. L. *La competitividad de la Industria del Calzado de estado de Jalisco*. Mexico, D.F.: Universidad de Guadalajara, Centro de Investigaciones Sociales y economicos.

<sup>5</sup> Briones Guillermo, *Métodos y Técnicas de Investigación Para las Ciencias Sociales*, ed. México, Trillas, 2006, pag 32.

## **Capítulo 2. La importancia del comercio Internacional: análisis del marco teórico**

Conjuntamente con la definición del planteamiento del problema y a la formulación de los objetivos de la investigación, es conveniente analizar el marco teórico para la investigación de la operación de las empresas manufactureras de exportación del estado de Michoacán, que cuentan con Programa de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX), así como sus resultados en el comercio internacional, que permitirá conformar de manera clara el estado del área temática, lo que facilitará sustentar debidamente el problema de la investigación.

Es importante analizar los elementos teóricos generales y particulares para que sea guiado el proceso de investigación de las empresas manufactureras de exportación del estado de Michoacán, a través de los siguientes temas:

- **Crecimiento económico en los países pobres**
- **Beneficios del comercio internacional.**
- **Teorías del comercio internacional**

Lo anterior es con el propósito establecer adecuadamente los aspectos teóricos y conceptuales de las variables que inciden en el desarrollo del sector exportador, que permita fundamentar las suposiciones y dar respuesta a las preguntas formuladas, además de explicar el problema, esto es, la variable dependiente: las exportaciones.

## **2.1 Crecimiento económico en los países pobres**

La mayor parte del mundo está conformada por países en desarrollo, que tienen un ingreso per cápita relativamente bajo. Estos países suelen mostrar un rápido crecimiento de la población, goza de poca salud y tiene una escasa esperanza de vida, bajo nivel de escolaridad, y una elevada proporción de personas que viven y trabajan de la agricultura. Para atender esta problemática los gobiernos de estos países subdesarrollados deben establecer políticas públicas para propiciar el crecimiento económico.

La clave del desarrollo y el crecimiento de la producción potencial se basan en cuatro engranajes fundamentales que son<sup>1</sup>:

1. **Los recursos humanos.**- Es difícil para los países en desarrollo superen la pobreza con tasas altas de natalidad, ya que el insipiente crecimiento económico no alcanza a cubrir las actuales demandas de servicios de educación, salud, empleo y vivienda, de la población actual y la de los recién nacidos. Por lo que es fundamental que se establezcan medidas para frenar el crecimiento de la población
2. **Los recursos naturales.** Uno de los recursos naturales más valiosos de los países en desarrollo es la tierra agrícola. Por lo que su uso productivo debe realizarse con la debida conservación y tecnología a fin de aumentar su rendimiento. Para lograr lo anterior los agricultores requieren tener seguridad en la tenencia de la tierra.
3. **La formación de capital.** Una economía moderna requiere de una inmensa variedad de bienes de capital, como son: autopistas, sistemas de telecomunicaciones, computadoras, centrales eléctricas, etc. que sustenten una estructura económica productiva. Por lo que en los países en desarrollo el estado debe intervenir para realizar las inversiones necesarias. Sin embargo esta problemática se agrava por su bajo ahorro del ingreso nacional, ya que parte de este se destina a proporcionar vivienda y herramientas básicas a la

creciente población.

4. **La tecnología.** El cambio tecnológico no es tarea fácil para los países en desarrollo, ya que su adquisición del extranjero requiere de recursos humanos capacitados y suficiente capital. Una de las tareas del desarrollo económico es la de fomentar la iniciativa empresarial. Un país no puede prosperar si carece de propietarios o directivos dispuestos a asumir riesgos, construir nuevas fabricas, adoptar nuevas tecnologías. El estado puede fomentar la iniciativa empresarial creando servicios de divulgación, educando y formando a la población trabajadora, estableciendo escuelas de administración de empresas

Una política de apertura mantiene las barreras comerciales lo más bajas posibles y recurre principalmente a los aranceles, más que a contingentes y a otras barreras no arancelarias. Reduce lo más posible la interferencia de los mercados financieros, evita el monopolio estatal de las exportaciones y las importaciones, establece las reglamentaciones necesarias, que den certidumbre al inversionista. Pero recurre principalmente al sistema de beneficios y pérdidas basado en el mercado privado para orientar la producción en lugar de depender de la propiedad y del control público o de las órdenes de un sistema de planificación estatal.

El estado tiene un papel fundamental que desempeñar en el establecimiento y el mantenimiento de un clima económico saludable, debe garantizar el respeto a la ley, velar por el cumplimiento de los contratos y elaborar sus reglamentaciones pensando en la competencia e innovación. A menudo desempeña un destacado papel en la inversión en capital humano por medio de la educación, la sanidad, el transporte, pero debe reducir lo más posible su intervención y control de los sectores en los que no tiene una ventaja competitiva. El estado debe concentrar sus esfuerzos en áreas en las que existen claros signos de falla del mercado y debe dismantelar las reglamentaciones que supongan obstáculo para el sector privado en áreas donde tenga una desventaja comparativa.

En un sistema de mercado, los individuos actúan voluntariamente y principalmente para obtener una ganancia financiera o una satisfacción personal. Las empresas compran factores de producción y producen bienes, seleccionan los factores para maximizar sus utilidades. Los consumidores ofrecen factores y compran bienes de consumo para maximizar sus satisfacciones. Se llega a acuerdos voluntarios sobre la producción y el consumo por medio del dinero, a precios determinados en libres mercados y en función de acuerdos entre los compradores y vendedores, sus relaciones son esencialmente voluntarias.

## **2.2 Beneficios del Comercio Internacional**

El comercio internacional representa una de las actividades más importantes en las últimas décadas que se ha expandido rápidamente de mil millones a más de cuatro billones de dólares. Los países que nunca habían participado en el comercio internacional han surgido de súbito como potencias económicas importantes.

La globalización de la economía es producto de cambios fundamentales en la naturaleza de la actividad económica y de avances tecnológicos, lo que ha modificado la forma de producir, la fisonomía de los empleos disponibles y las fuentes de riqueza. En este sentido los países se han dado cuenta que la apertura de sus economías al sistema comercial mundial es la vía más segura para lograr la prosperidad.

La principal ventaja del comercio internacional se halla en que los países participantes amplían los horizontes comerciales, con lo cual los consumidores tienen mayores opciones de productos de mejor calidad y precio.

En el comercio internacional intervienen personas y empresas que viven en distintos países. Cada nación es una entidad soberana que regula la circulación de personas, bienes y flujos financieros a través de las fronteras. A veces, se levantan barreras políticas al comercio cuando los grupos afectados se oponen al comercio exterior y los países imponen aranceles o contingentes como medidas proteccionistas.

Las causas de comercio internacional de bienes y servicios<sup>2</sup>:

#### **a) Diversidad de recursos naturales**

Una de las razones por las que existe el comercio internacional es la diferencia entre los países respecto a sus posibilidades productivas, basadas en las dotaciones de recursos naturales

#### **b) Diferencias de gustos**

La segunda causa del comercio se halla en las preferencias. Aun cuando las condiciones de producción fueran idénticas en todas las regiones, los países se dedicarían al comercio si tuvieran gustos diferentes.

#### **c) Costos decrecientes**

Es la razón más importante por la que hay comercio, debido a la existencia de diferencias de costos de producción de los países. Sin embargo las nuevas empresas mundiales o globales han modificado sus procesos para incrementar su productividad, instalándose en cualquier parte del mundo, aprovechando los tratados comerciales, donde tendrán el mismo trato que una empresa nacional y donde obtengan a precios competitivos los recursos necesarios para producir sus mercancías o servicios de exportación. Por tal motivo la fuerza laboral que demandan es de bajo costo y especializada, teniendo pocas posibilidades la mano de obra no calificada.

### **2.3 La apertura comercial y el desarrollo económico**

El objetivo de expandir el comercio internacional ha cobrado una creciente importancia, ya que todos los países del mundo han observado que aumenta la eficiencia y fomenta el crecimiento económico. Al disminuir los costos de transporte y de las comunicaciones, los vínculos internacionales hoy son más estrechos. En este sentido los gobiernos prestan una creciente atención a la política económica de comercio exterior. El comercio internacional no es un fin en sí mismo, sino que a los países les interesa con razón porque sirve para alcanzar el objetivo último de mejorar el nivel de vida. (Samuelson, Paul, Williams D. Nordhaus, Lourdes Dieck, J. Jesús Salazar, 2001)

Los elementos más importantes de una política de mercado, se encuentran la orientación comercial hacia el exterior, bajos aranceles y escasas restricciones comerciales cuantitativas y el fomento de la pequeña empresa y la competencia, todo esto en un entorno macroeconómico estable, en el cual los impuestos sean predecibles y bajos.

### **2.4 Globalización de la producción y de los mercados**

En la actualidad se observa que las empresas individuales de manera incremental dispersan parte de sus procesos de producción a diversos lugares alrededor del mundo para sacar ventaja de las diferencias nacionales en el costo y calidad de los factores de producción (es decir, mano de obra, energía, terrenos y capital). El objetivo consiste en reducir costos e incrementar las utilidades.

Se argumenta que el mundo se aleja de un sistema económico en el que los mercados nacionales son entidades distintas, que se encuentran aisladas entre sí por barreras comerciales y limitaciones espaciales, temporales y culturales, y que

este se aproxima a un sistema en el que los mercados nacionales se están fusionando dentro de un enorme mercado mundial. De acuerdo con esta perspectiva los gustos y preferencias de los consumidores en diferentes naciones comienzan a converger en una norma mundial. Por lo que ahora el diseño de los productos son para el consumo mundial, tal es el caso de la industria automotriz, entre otros. En este sentido los mercados locales han cambiado a mercados globales<sup>3</sup>.

## **2.5 Teorías del comercio internacional**

El comercio internacional de bienes y servicios, es uno de los medios a través del cual los países se relacionan económicamente, tratando de obtener bienes y servicios en mejores condiciones de calidad y precio, es por ello que los gobiernos tratan de establecer políticas sobre qué, cuánto, y con quién su país debe importar y exportar. Sin embargo estas políticas influyen en la operación de los negocios porque establecen que países pueden producir determinados productos con mayor eficiencia y si los países permitirán que los productos y servicios de importación compitan con los producidos localmente. Con lo cual los gobiernos pueden restringir el comercio internacional.

Otros países adoptan otras medidas donde las fuerzas del mercado (*laissez faire*) establecen las relaciones comerciales, bajo la premisa de que las políticas gubernamentales conducen a resultados menos óptimos.

Existen dos tipos generales de teorías sobre el comercio internacional<sup>4</sup>: las descriptivas y las preceptivas. Las teorías descriptivas tratan sobre el orden natural del comercio; examinan y explican los patrones comerciales bajo condiciones *laissez faire*, además plantean preguntas sobre lo que sucede en ausencia de restricciones, ¿qué productos se comercian?, ¿cuánto se comercia? y ¿con quién comerciará un país?

Las teorías preceptivas prescriben si los gobiernos deben interferir con el movimiento libre de bienes y servicios entre países para controlar la cantidad, la composición y la dirección de comercio. En estas últimas, dan sustento a esta investigación de las empresas manufactureras exportadoras de Michoacán, ya que los gobiernos tratan de fomentar el comercio exterior, estableciendo las condiciones necesarias para que las organizaciones sean competitivas, otorgando facilidades aduaneras y estímulos fiscales en la importación de materias primas y maquinaria y equipo necesarios para la producción de bienes de exportación. Dicho lo anterior se revisan algunos conceptos de la siguiente:

### **2.5.1 Teoría de la Proporción de los Factores**

Eli Heckscher y Bertil Ohlin desarrollaron la teoría de los factores<sup>5</sup>, que se concentra en los factores de producción de los países, como tierra, mano de obra y capital. Esta teoría afirmaba que las diferencias entre las aportaciones de mano de obra de cada país en comparación con sus aportaciones de tierra y capital, explicaban las diferencias de costo producción de los recursos.

#### **2.5.1.1 Relación entre tierra y mano de obra**

Con base a la teoría de la proporción de los factores, suponía que en los países donde existen muchas personas, con relación a la cantidad de tierra, el precio de la tierra es muy alto debido a su demanda. Sin importar el clima y las condiciones del suelo. Algunos países que cuentan con grandes superficies de tierra destacan en la producción de productos primarios.

La observación causal de los sitios de manufactura también parece apoyar la teoría, por ejemplo en los países con poca superficie de tierra con relación al número de personas, las industrias utilizan gran cantidad de mano de obra, como en el sector textil, donde las fábricas de muchos pisos confinan una gran cantidad de personas.

### **2.5.1.2 Relación entre mano de obra y capital**

En los países subdesarrollados donde existe poco capital de inversión y la cantidad de inversión por trabajador es escasa, la mano de obra tiene menor costo, factor que incrementa la competitividad en la exportación en productos que requieran grandes cantidades de mano de obra con relación al capital. Sin embargo, las cuales difieren en apariencia y método de producción de las fabricadas en países industrializados con máquinas compradas con capital barato.

Sin embargo, debido a que la teoría de las proporciones de los factores supone que los recursos de producción son homogéneos, las pruebas para apoyar la teoría han dado resultados diversos. De hecho, las habilidades de los trabajadores varían dentro de un país y entre países, porque las personas tienen capacitación y educación diferentes. La capacitación y educación requieren gastos de capital que no se manifiestan en las medidas de capital tradicionales, las cuales incluyen sólo al valor de las fábricas y el equipo.

Por ello, la teoría de las proporciones de los factores parece explicar los patrones comerciales cuando toma en consideración a diferentes grupos laborales y al capital invertido para capacitar a esos grupos. Por ejemplo, los países industrializados usan sus recursos de producción más abundantes para mantener su liderazgo en las exportaciones al implicar éstas una mayor proporción de profesionistas, como científicos e ingenieros, que las exportaciones de las economías emergentes. Las exportaciones de las economías emergentes implican una gran cantidad de trabajadores menos capacitados. Esta variación de las habilidades de los trabajadores entre países ha conducido a una mayor especialización internacional

por tareas para manufacturar un producto específico. Por ejemplo, una empresa puede ubicar sus actividades de investigación y gerenciales principalmente en países cuya población tenga un nivel educativo alto, y su trabajo de producción en países donde pueda emplear trabajadores menos capacitados y menos costosos.

### **2.5.1.3 Complejidades tecnológicas**

El análisis de las proporciones de los factores se complica más cuando el mismo producto puede ser producido por medio de diferentes métodos, por ejemplo, con mano de obra o capital. Algunos países producen bienes con métodos intensivos en capital (un gasto elevado en maquinaria por trabajador), debido a la abundancia de este recurso de bajo costo con relación a la mano de obra. En contraste, otros países elaboran productos usando un número mucho más pequeño de máquinas en comparación con su mano de obra abundante y barata. A final de cuentas, los gerentes deben comparar el costo en cada escenario con base en el tipo de producción que minimizará los costos en ese lugar.

### **2.5.2 .Papel de las Empresas en el Comercio**

Cada transacción comercial es una exportación para una parte y una importación para la otra, por lo tanto el exportador como el importador deben considerar las ventajas de la transacción. El análisis siguiente describirá estas ventajas.

### **2.5.3 Ventajas estratégicas de las exportaciones**

La mayoría de las empresas preferiría concentrarse en los mercados domésticos más que en los extranjeros debido a la mayor familiaridad que tiene con sus propios ambientes y al deseo de evitar las regulaciones comerciales y la conversión de las

monedas. Sin embargo, las empresas pueden exportar para utilizar sus capacidades al máximo, lo cual no sería posible si vendieran sólo domésticamente. Cuando venden más, generalmente disminuyen el costo por unidad de lo que producen, incrementando así sus utilidades o permitiéndoles mejorar su participación en el mercado. Así, el líder del mercado puede cosechar ventajas de costos sobre sus competidores e incluso desalentar el ingreso de otros competidores en la industria. De hecho, muchas empresas que no son líderes en sus mercados domésticos pueden ser más activas en la búsqueda de ventas de exportación con el propósito de contrarrestar la enorme ventaja de los líderes. Por ejemplo, en Japón, Matsushita y Toyota son los líderes de mercado en sus industrias. Sin embargo Sony y Sanyo, como seguidores de Matsushita, así como Nissan y Honda, como seguidores de Toyota, son más activos en los mercados de exportación. No obstante, las ganancias que se obtienen por la reducción del costo de producción por unidad deben ser sopesadas frente a los costos adicionales derivados de la exportación, como los de adaptación de los productos, el tiempo de la ganancia, el aumento de inventarios y una mayor extensión del crédito. Estos costos pueden superar a las ventajas de desarrollar mercados extranjeros.

Un productor también puede vender el mismo producto obteniendo mayor utilidad en el extranjero que en su país de origen. Esto ocurre porque el ambiente competitivo en el mercado extranjero es diferente, quizá porque en ese mercado el producto está en una etapa diferente de su ciclo de vida. Una etapa de madurez en el país de origen puede conducir al recorte doméstico de precios, en tanto que una etapa de crecimiento en el extranjero podría hacer innecesarias las reducciones de precios. También puede ocurrir una mayor rentabilidad debido a diversas medidas gubernamentales, tanto domésticas como en el extranjero, que afectan la rentabilidad, por ejemplo, diferencias en el gravamen de ingresos o en la regulación de precios. Sin embargo, si las empresas deben desviar sus esfuerzos de las ventas domésticas para servir a mercados extranjeros, pueden carecer de los recursos para mantener sus objetivos de crecimiento generales.

Un productor puede minimizar los efectos de las fluctuaciones en la demanda si disemina sus ventas en más de un mercado extranjero. Los ciclos de negocios y la vida del producto varían entre países. Otro factor al diseminar el riesgo a través de la exportación es que un productor podría ganar más clientes, reduciendo su vulnerabilidad a la pérdida de un solo cliente o de unos cuantos.

#### 2.5.4 Ventajas estratégicas de las importaciones

El impulso para el comercio puede provenir del importador o del exportador. El impulso puede provenir del importador porque esa empresa busca provisiones, componentes o productos más baratos o de mejor calidad para usarlos en sus instalaciones de producción. O una empresa importadora puede buscar nuevos productos extranjeros que complementen sus líneas existentes, lo cual proporciona más productos para vender.

Si la adquisición de partes y componentes a nivel internacional reduce los costos o mejora la calidad de los productos terminados, la empresa que los adquiere podrá combatir mejor la competencia de las importaciones para los productos terminados. O puede competir con mayor eficacia en mercados de exportación. La industria automotriz ejemplifica la competencia global que depende de subcontratistas, incluyendo a los extranjeros, para reducir los costos de producción.

Un importador, al igual que un exportador, debe ser capaz de diseminar sus riesgos operativos. Una empresa es menos vulnerable a las condiciones o al destino de cualquier proveedor si cuenta con proveedores alternos. Por ejemplo, muchos clientes importantes de la industria del acero de Estados Unidos, como la industria automotriz, han diversificado sus compras de acero, incluyendo a europeos y japoneses. Esta estrategia ha reducido el riesgo de la escasez de provisiones para la industria automotriz en caso de que estalle una huelga entre los trabajadores estadounidenses del acero. Simultáneamente, esto ha ocasionado problemas a la

industria estadounidense del acero, dado sus elevados costos fijos de producción; su pérdida de participación en el mercado domestico aumenta el costo por unidad del acero. Sus utilidades sufren debido a que las ventas han bajado y han disminuido las utilidades por unidad en las ventas restantes.

---

<sup>1</sup>Samuelson, P. (2001). *Macroeconomía con Aplicaciones a México*. México: McGraw-Hill.

<sup>2</sup> Idem

<sup>3</sup> Jones, C. W. (1996). *Administración Estratégica, Un Enfoque Integrado*. Bogota, Colombia: Mc Graw Hill Interamericana, S.A. de C.V.

<sup>4</sup>Jhon D. Daniels, Lee H Radebaugh, Daniel P. Sullivan. (2004). *Negocios Internacionales, Ambientes y Operaciones*. Edo. de México: Pearson Educación México, S.A. de C.V.

<sup>5</sup> Idem

## Capítulo 3.- Situación de los Programas IMMEX

### 3.1 Características de los Programas de Industria Manufactura, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX)

El proceso gradual de apertura de nuestra economía a principios de los años ochentas, estableció las condiciones para generar un clima económico saludable y estable para promover el crecimiento económico de nuestro país, a fin de garantizar y promover el respeto a la ley, velar por el cumplimiento de los contratos y elaborar reglamentaciones pensando en la competencia, en donde empresas y sociedad se beneficien de un mayor flujo comercial, generando mayores niveles de bienestar social.

En este sentido, la promoción de las exportaciones fue una de las líneas de acción más importantes para promover la competitividad de las empresas, que exigió nuevas políticas y medidas deliberadas, entre las que destacan: estímulos fiscales, derechos de exportación, reducción de impuestos a importaciones y exportaciones y simplificación administrativa para la exportación, con lo cual se pretende facilitar a las empresas manufactureras su incorporación al comercio internacional. Estas medidas se institucionalizaron en varios instrumentos normativos, como la Ley de Comercio Exterior, La Ley de Inversión Extranjera, La Ley de Propiedad Industrial, la Ley de Metrología y Normalización, la Ley Federal de Competencia, así como la creación de mecanismos de promoción a las exportaciones, tal como la Comisión de Promoción a las Exportaciones (COMPEX) y la Comisión de Comercio Exterior (COMCEC). Así mismo el gobierno inició una política de privatización de las empresas públicas a fin de fortalecer las finanzas. Este proceso se desarrolló de manera gradual desde el año de 1986 y en 1990 ya se había declarado la privatización o liquidación de 890 empresas paraestatales<sup>1</sup>.

La alta prioridad que otorgó el gobierno Federal a la producción de mercancías de exportación y a la integración de bloques comerciales con otros países dieron origen a una serie de mecanismos de apoyo para promover la competitividad de las empresas en el comercio internacional, denominados programas de fomento <sup>2</sup>, entre los cuales destacan: “Empresas Altamente Exportadoras” (Altex), “Devolución de Impuestos” (Draw Back), Programas de Promoción Sectorial (Prosec), Empresas de Comercio Exterior (Ecex), Maquila de Exportación y los Programas de Importación Temporal, estos últimos

dieron origen a los Programas de Industria Manufacturera, Maquiladora de Exportación y de Servicios de Exportación (IMMEX).

De acuerdo con las teorías económicas analizadas en esta investigación, establecen que el escenario para hacer negocios no tiene fronteras, ya que los límites nacionales han sido rebasados por el avance de la tecnología en materia de comunicación, transporte e informática. El uso creciente de un conjunto de técnicas de acopio, tratamiento y manejo de la información, originó una ruptura organizacional y tecnológica que conformo nuevas perspectivas de gestión estratégica de las grandes empresas. Las economías más prosperas son aquellas las que han hecho del comercio internacional, la plataforma de su desarrollo, aprovechando las ventajas comparativas<sup>3</sup>.

En este sentido y considerando las características del proceso de globalización, las economías más competitivas han instrumentado estrategias de facilitación comercial que inciden no solo en el comercio exterior, sino en la competitividad de los países, ya que están relacionados con la oportunidad de elegir insumos, materias primas y maquinaria más eficiente para el proceso, facilitar el movimiento de bienes y servicios, así como reducir los costos de transición de las empresas<sup>4</sup>.

Este proceso industrial o de servicios se da frecuentemente en una relación bilateral, entre un país desarrollado y otro subdesarrollado, como parte de la reubicación parcial de actividades en donde el primero busca aumentar sus ganancias al disminuir sus costos de producción, principalmente en la mano de obra, trasladando su proceso industrial al país donde obtiene estas ventajas comparativas.

No es extraño entonces que las empresas de Estados Unidos utilicen esta estrategia internacional, en donde las “**maquiladoras mexicanas**” ensamblan piezas provenientes del Norte para su reexportación a este país. Esta complementariedad entre la Industria de los Estados Unidos y la de México se reforzó en el año de 1994 con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), donde se establecen reglas de origen para manufacturas, otorgando beneficios a los productos ensamblados en la región, aun con la utilización de insumos no originarios, con lo cual la industria maquiladora de nuestro país adquirió gran importancia en las ramas exportadoras más dinámicas, como la industria automotriz, principal rama exportadora.

El Programa de Industria Manufacturera, Maquiladora de Exportación y de Servicios (**IMMEX**) es autorizado por el gobierno federal a través de la Secretaría de Economía, a personas morales residentes en el país, que realizan procesos industriales para elaborar productos o servicios de exportación, o bien a exportadores potenciales con proyecto de exportación.

#### **3.1.1 Los objetivos del IMMEX son:**

- Incidir de manera directa en la baja de los costos de operación de los programas de fomento a las exportaciones, permitiendo:
- Profundizar en el aprovechamiento de los beneficios de los tratados comerciales.
- Optimizar el aprovechamiento de la ventaja competitiva por su ubicación geográfica y cercanía con el mercado más importante del mundo.
- Aumentar la competitividad de las empresas maquiladoras de exportación.
- Incrementar las exportaciones
- Atracción de inversión extranjera,
- Adquisición de nuevas tecnologías,
- Creación de nuevos empleos.

3.1.2 Los beneficios que otorga el programa IMMEX al sector manufacturero es principalmente la exención del pago de impuestos (IVA, importación y cuotas compensatorias) en la adquisición de proveeduría de bienes intermedios (insumos, maquinaria y equipo) de cualquier parte del mundo, en condiciones competitivas, requeridas en sus procesos industriales o de servicios de exportación.

Para la obtención del programa IMMEX las empresas residentes en el país deben demostrar un contrato de maquila, de compraventa, órdenes de compra o pedidos en firme que acrediten la existencia de un proyecto de exportación.

De conformidad con el artículo 4º del Decreto que promueve la industria maquiladora, las empresas que suscriban un programa IMMEX, dará derechos a sus titulares de importar temporalmente de cualquier parte del mundo y sin el pago de los impuestos de importación lo siguiente:

I.- Materias primas, partes, componentes, materiales auxiliares, envases, material de empaque, combustibles y lubricantes que se utilicen en el proceso de producción de las mercancías de exportación;

II.- Contenedores y cajas de trailer;

III.- Herramienta, equipos y accesorios de investigación, de seguridad industrial y productos necesarios para la higiene, asepsia, y para la prevención y control de la contaminación ambiental de la planta productiva, manuales de trabajo y planos industriales, así como equipo de telecomunicación y cómputo, y

IV.- Maquinaria, aparatos, instrumentos y refacciones para el proceso productivo, equipo de laboratorio, de medición y de prueba de sus productos y los requeridos para el control de calidad, para capacitación de su personal, así como equipo para el desarrollo administrativo de la empresa.

### **3.2 Antecedentes de los programas de importación temporal**

El *Programa de la Industria Maquiladora de Exportación*, surge en nuestro país como un proyecto alternativo de industrialización de la frontera Norte, por la necesidad de encontrar fuentes sustitutivas de ocupación de 200 mil trabajadores, que habían quedado sin trabajo como resultado de la terminación del programa de braceros en el año de 1964, dando lugar a niveles de desempleo entre el 50% al 90% de la población económicamente activa<sup>5</sup>. Así como de la necesidad del sector industrial de los Estados Unidos de disminuir sus costos de producción, al utilizar la mano de obra mexicana más barata, propiciando con ello aumentar su competitividad. Por lo anterior, en 1966 se delineó el Programa de la Industrialización de la Frontera Norte, apoyada por el gobierno de México en la expedición del reglamento del párrafo tercero del artículo 321 del Código Aduanero y por parte de los Estados Unidos, en las fracciones arancelarias 806.30 y 807.00 de la tarifa norteamericana<sup>6</sup>, al permitir en México la manufactura en zonas francas, por lo que maquiladoras solo se podían instalar en el territorio mexicano en una franja de 20 kilómetros a lo largo de la frontera Norte.

En octubre de 1972 se publicó una nueva reglamentación con modificaciones del programa de maquiladoras que permitieron el establecimiento de plantas en el interior del país, a excepción de aquellas zonas muy industrializadas. Asimismo, en junio de 1973 se eximió a las maquiladoras de cumplir con la ley que limitaba la propiedad extranjera a un máximo del 49% a las empresas mexicanas. Todas estas medidas favorables propiciaron el incremento de las plantas maquiladoras<sup>7</sup>.

El crecimiento del sector maquilador de exportación ha sido muy dinámico, en 1965 existían 12 plantas, que empleaban 3,000 trabajadores, para 1974 ya existían 455 por 76 mil empleos, en 1989 operaban 1,773, que daban empleo a 462,000 trabajadores. Para 2006, el consejo maquilador reportaba 2,800 plantas maquiladoras, las cuales generaban 1.2 millones de empleos.

La industria manufacturera de exportación ha transitado por tres etapas principales, la primera de ellas se caracterizó por llevar a cabo el ensamble simple de componentes, posteriormente se enfocó hacia bienes con mayor integración vertical, y hoy en día, los sectores líderes en la exportación son un claro ejemplo del tránsito hacia actividades con mayor intensidad tecnológica y valor agregado, como es sector automotriz y electrónico.

En el año de 1987 el gobierno federal da a conocer un nuevo esquema de fomento a las exportaciones, denominado *Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX)*, que a diferencia del programa de la industria maquiladora de exportación, promueve las exportaciones de productos no petroleros. Con el transcurso del tiempo los programas de Maquila de Exportación y PITEX sufrieron diferentes modificaciones para adecuarse en sus procedimientos a fin de otorgar facilidades administrativas adicionales a las empresas exportadoras y ajustarse con lo dispuesto en los acuerdos internacionales que forma parte México. En este sentido el 1º de noviembre del 2006 se publicó el Acuerdo que reforma el Decreto que promueve la industria maquiladora y deroga el correspondiente a los programas PITEX, para quedar en solo "el Programa de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX)", con el cual se pretende incrementar la actividad exportadora del país, ya que amplía los beneficios fiscales a los servicios de exportación, a fin de fortalecer a las

empresas manufactureras de comercio exterior y pretende incorporar al proceso de exportación a la micro, pequeña y mediana empresa a esta actividad empresarial.

Cabe señalar, que los tratados internacionales de libre comercio no se oponen en ningún sentido a las operaciones temporales que realiza el sector manufacturero, por el contrario las respetan por ser éstos, mecanismos que facilitan la complementación económica industrial y comercial, teoría base de la integración de las naciones a través de estos acuerdos multilaterales.

### 3.3 Las Empresas Manufactureras a nivel Nacional

Durante el periodo del año del 2000 al 2005, nuestro país realizó exportaciones por un valor de \$1,052,000 miles de millones de dólares, de los cuales el sector manufacturero de exportación participó con \$869,122 miles de millones de dólares, que representa el 85% del total (TABLA 1). Dicho sector ha venido impulsando el comercio exterior a través de 6,400 empresas manufactureras distribuidas en casi todo el territorio nacional, y que su totalidad cuentan con los beneficios que brinda el Programa de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación.

TABLA 1

Comercio Exterior del sector manufacturero  
(Valores en millones de dólares)

Concepto	ENERO - DICIEMBRE						ENERO - MARZO		
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2004	2005	2006
<b>Exportación total</b>	166,456	158,547	160,682	164,766	187,999	213,711	43,193	46,888	59,002
<i>Manufactureras</i>	143,334	141,342	141,989	140,632	157,747	174,521	36,242	38,372	46,381
Empresas Maquiladoras	79,467	76,881	78,098	77,467	86,952	96,756	19,821	21,340	25,020
Programa Pitex	53,932	53,026	50,053	47,944	51,020	52,251	12,312	11,622	12,045
Resto	9,935	11,435	13,838	15,221	19,775	25,514	4,110	5,411	9,316
<b>Importación total</b>	174,458	168,276	168,679	170,546	196,810	221,270	43,717	48,772	58,119
<i>Intermedios</i>	133,638	126,014	126,508	128,832	148,804	163,542	33,590	36,421	42,954
Empresas Maquiladoras	61,709	57,599	59,296	59,057	67,742	75,129	15,278	16,457	19,263
Programa Pitex	35,452	30,632	27,464	25,854	29,379	31,039	6,918	7,193	7,002
Resto	36,476	37,783	39,748	43,920	51,682	57,374	11,395	12,770	16,688
<b>Saldos</b>									
<b>Balanza Comercial TOTAL</b>	-8,002	-9,729	-7,997	-5,779	-8,811	-7,559	-524	-1,885	882
<b>Balanza Comercial PITEX y Maquila</b>	36,237	41,676	41,391	40,500	40,851	42,840	9,937	9,311	10,800
<i>Balanza Comercial de Maquila</i>	17,758	19,282	18,802	18,410	19,210	21,627	4,543	4,882	5,757
<i>Balanza Comercial de PITEX</i>	18,479	22,394	22,589	22,090	21,641	21,213	5,394	4,429	5,043
<b>Balanza Comercial Resto de manufacturas</b>	-26,541	-26,349	-25,910	-28,699	-31,907	-31,860	-7,285	-7,360	-7,372
**Balanza comercial sin considerar PX y Mq.**	-44,240	-51,406	-49,388	-46,279	-49,662	-50,398	-10,461	-11,196	-9,917

Fuente: Elaboración DGCE-SE, con cifras de Banco de México.

Cifras enero-marzo de 2006 Preliminares

De las operaciones de exportación realizadas en el periodo señalado, el 89% corresponden a los envíos realizados a los Estados Unidos de Norte América, que

equivalen a \$937,332 millones de dólares. En segundo lugar se ubica la Unión Europea con \$40,021 millones de dólares, seguido por las ventas realizadas a los países que integran el acuerdo de la Asociación Latinoamericana (ALADI), con exportaciones por un valor de \$ 6,059 millones de dólares, principalmente (TABLA 2). En este sentido las exportaciones mexicanas muestran una especialización en ciertas ramas, pues predominan los combustibles minerales, los productos metalmecánicos, los eléctricos y electrónicos, los productos químicos y en menor proporción, los productos agroindustriales.

**TABLA 2**  
**COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES MEXICANAS (2000-2005)**  
**(Millones de dólares)**

PAIS	ANO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	TOTAL	PORCENTAJE
NORTEAMÉRICA		149,783.90	139,714.00	144,889.00	147,335.10	167,813.50	187,797.30	937,332.80	0.89
ALADI		3,341.40	3,442.20	3,039.90	2,918.10	4,214.20	6,059.80	23,015.60	0.02
CENTROAMÉRICA		1,555.20	1,586.90	1,528.40	1,579.20	1,770.00	2,400.80	10,420.50	0.01
UNIÓN EUROPEA		5,930.80	5,735.60	5,798.00	6,324.90	6,937.00	9,295.00	40,021.30	0.04
JAPÓN		1,115.00	1,266.30	1,194.20	1,172.60	1,190.50	1,470.00	7,408.60	0.01
PANAMÁ		278.30	290.10	303.90	319.80	315.80	463.30	1,971.20	0.00
CHINA		310.40	384.90	653.90	974.40	986.30	1,135.60	4,445.50	0.00
ISRAEL		66.50	45.10	55.60	61.40	61.50	87.30	377.40	0.00
RESTO DEL MUNDO		3,739.10	6,314.70	3,583.20	4,081.00	4,709.70	5,523.90	27,951.60	0.03
TOTAL		166,120.70	158,779.70	161,046.00	164,766.40	187,998.60	214,233.00	1,052,944.50	1.00

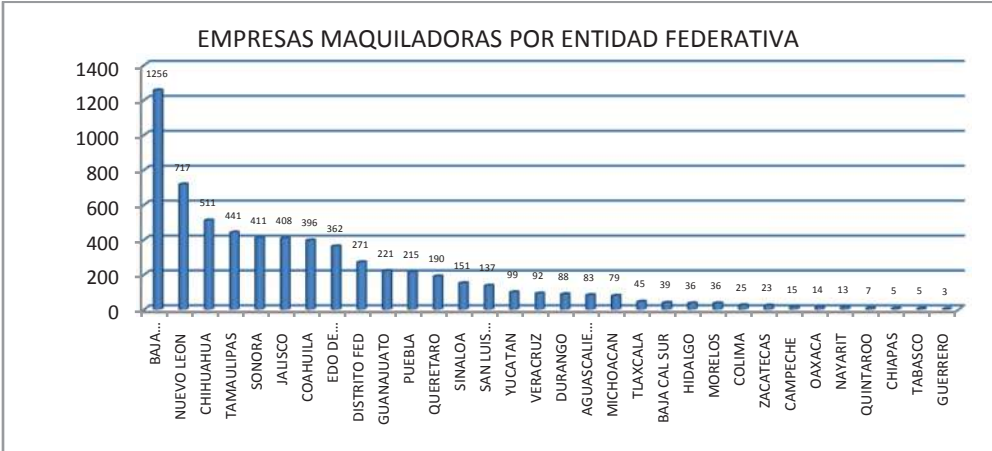
FUENTE: SECRETARÍA DE ECONOMÍA

En cuanto a las importaciones realizadas en dicho periodo, representan un valor de \$1'100,039 millones de dólares, que supera al valor de las exportaciones. Sin embargo, las empresas manufactureras IMMEX reflejan importaciones con valor menor que las exportaciones, teniendo una balanza comercial superavitaria. Dicho sector contribuyó con el 67.9% del total de importación, debido al incremento de la demanda de insumos necesarios para la elaboración de productos o servicios de exportación, los cuales son importados temporalmente con exención de impuestos, aprovechando los beneficios que les brindan *los programas IMMEX*. (TABLA 1).

La industria manufacturera de exportación, se localiza principalmente en las entidades federativas de la frontera Norte del territorio nacional, aprovechando su posición

geográfica respecto a los Estados Unidos, especialmente en aquellos lugares que cuentan con proveeduría de los insumos necesarios para la elaboración de los productos de exportación e infraestructura necesaria para el desplazamiento de sus productos, así como mano de obra barata. Por lo anterior existe una concentración de 3,732 empresas en seis estados de la República Mexicana, que representan el 58.3% del total, destacando: Baja California con 1256, Nuevo León con 717, Chihuahua con 511, Tamaulipas con 441, Sonora con 411 y Coahuila con 396. Fuera de la zona fronteriza se ubican los estados de: Jalisco con 408 empresas, Estado de México con 362, el Distrito Federal con 271, Guanajuato con 221 y Puebla con 215. Cabe señalar que Michoacán se ubica en el lugar 19, con únicamente 79 empresas maquiladoras, como resultado de la vocación agropecuaria de la entidad. Las entidades con menor crecimiento económico, como es el caso de Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Guerrero, que en conjunto tienen instaladas 20 empresas maquiladoras con programa, que representa únicamente el 0.32% del total (GRÁFICA 1).

GRÁFICA 1



FUENTE: [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)

De acuerdo con la información registrada en la Secretaría de Economía, la industria maquiladora viene desarrollando diferentes actividades industriales o de servicios, destacando por su número de empresas con programa IMMEX, las fabricación de

productos metálicos, agricultura, industria de plástico y del hule, y fabricación de equipo de transporte y sus partes, entre otras. (TABLA 2).

TABLA 2

PRINCIPALES ACTIVIDADES DE EMPRESAS IMMEX DEL PAÍS

ACTIVIDAD INDUSTRIAL O DE SERVICIOS	INDUSTRIAL O DE PRODUCTOS	NO. EMPRESAS	ACTIVIDAD INDUSTRIAL O DE SERVICIOS	NO. EMPRESAS
FABRICACIÓN METÁLICOS	DE PRODUCTOS	574	ABASTO, ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN DE MERCANCÍAS	206
AGRICULTURA		391	FABRICACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO Y OTROS COMPONENTES	193
INDUSTRIA DEL PLÁSTICO Y DEL HULE		358	FABRICACIÓN DE EQUIPO DE GENERACIÓN ELECTRICA	182
FABRICACIÓN DE EQUIPO DE TRANSPORTE Y SUS PARTES	DE	321	FABRICACIÓN DE MUEBLE	169
INDUSTRIA ALIMENTARIA CON		264	RECICLAJE Y ACOPIO DE DESPERDICIOS	129

FUENTE: Secretaria de Economía

### 3.4 Situación de las empresas manufactureras del estado de Michoacán.

De acuerdo con la información del INEGI en el 2004, el estado de Michoacán se encontraba conformado por 141,543 unidades económicas, de las cuales solo 21,403 están clasificadas en el sector de industrias manufactureras, destacando los subsectores; de la industria alimentaria con 5821, de la confección de productos textiles, excepto prendas de vestir con 1453, el de la industria de la madera con 2724, el de fabricación de productos a base de minerales no metálicos con 3310, el de fabricación de productos metálicos con 2537, fabricación de muebles y el de productos relacionados con 2290.

Con relación al desarrollo de las empresas que participan en el comercio exterior, destaca el sector manufacturero que viene aprovechando la vocación agroindustrial y riqueza de recursos naturales del estado de Michoacán, ya que un gran número de estas exportan productos frescos, utilizando los beneficios del programa de importación temporal, ahora denominados Immex.

De acuerdo con los registros que existen en la Secretaria de Economía, en el periodo que se analiza (2000 al 2005), suman un total de 138 empresas ubicadas en el estado de

Michoacán; número que ha venido variando debido a las condiciones económicas del país, manteniéndose en promedio anual de 80 empresas exportadoras con programa IMMEX.

### 3.4.1 Localización de las empresas con programa IMMEX

Las empresas manufactureras exportadoras del estado de Michoacán se localizan principalmente en lugares apropiados, donde puedan encontrar a costos competitivos los factores de producción (tierra, mano de obra y capital), necesarios para realizar sus procesos productivos, además de contar con infraestructura que facilite la exportación de las diferentes mercancías a los mercados destino.

Derivado de lo anterior, de las ciento treinta y ocho empresas manufactureras con programa IMMEX, se localizan en 28 municipios del estado, destacando: Morelia, Jacona, Uruapan, Zamora, los Reyes y Lázaro Cárdenas, que en conjunto suman 82 empresas, y que representa el 65% del total. El 35% restante se ubican en Zacapu, Tinguindin, Tlalpujahuá, Apatzingán, entre otros. (TABLA 3).

TABLA 3  
LOCALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS IMMEX POR ACTIVIDAD  
(PERIODO 2000-2005)

MUNICIPIO	ALIMENTOS	TEXTIL	MADERA	QUIMICOS	MINERALES NO METALICOS	INDUSTRIAS METALICAS BASICAS	PRODUCTOS METALICOS MAQ. Y EQ.	OTRAS
URUAPAN	27	1	0	0	0	0	0	1
ZAMORA	16	1	0	0	0	0	0	0
MORELIA	1	1	1	5	1	0	3	1
JACONA	15	2		0	0	0	0	0
LAZARO CARDENAS	0	0	0	1	1	3	1	0
LOS REYES	7	0	0	0	0	0	0	0
OTROS MUNICIPIOS	23	12	4	4	3	0	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>89</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>

FUENTE: Secretaría de Economía

### 3.4.2 Actividades de las empresas manufactureras del estado de Michoacán

Las principales actividades que realizan las empresas manufactureras IMMEX del estado de Michoacán, se pueden clasificar en: alimentos, textil, madera, químicos, minerales no metálicos, industrias metálicas básicas, productos metálicos y otras. Sin embargo derivado de la vocación agroindustrial del estado de Michoacán, el 64% de las empresas se dedican al sector de alimentos, el 12% al sector textil, el 8% al químico, el 5% a otras 4% al sector madera, el 4% a minerales no metálicos principalmente. (tabla No.3).

En lo que corresponde a las 89 empresas IMMEX dedicadas a actividades del sector alimentos, el 80% realizan el empaqueo, conservación y exportación de productos frescos, tal es el caso de aguacate, fresa, zarzamora, mango, toronja, limón y hortalizas, que desafortunadamente no incorporan valor agregado al producto, por lo que sus costos de exportación son bajos, además de que concentran sus exportaciones a los Estados Unidos, por lo que compiten en este mercado con productores de Chile, Argentina, Perú, entre otros, por lo que su ventaja competitiva se basa en los costos del transporte por la proximidad a dicho mercado. El 20 % restante se dedican al procesamiento de algunos productos frescos, como son principalmente: del aguacate, como son el guacamole, pasta y aceite, de la fresa y mango bases para yogur y mermelas, del limón, aceite.

Las 46 empresas manufactureras restantes, realizan diferentes procesos industriales de transformación; de las cuales 14 se dedican al sector textil, mismas que elaboran prendas de vestir. En el sector químico destacan los productos de películas plásticas utilizadas en el empaque, las cuales son manufacturados por empresas localizadas en Zacapu. En el sector de industrias metálicas básicas, destacan las empresas siderúrgicas ubicadas en el Puerto de Lázaro Cárdenas, que aportan hasta el 60% del valor de las exportaciones del estado de Michoacán, las que producen: planchón de acero, varilla y alambrión.

**TABLA 4  
PRODUCTOS ELABORADOS POR EMPRESAS MANUFACTURERAS  
(PERIODO 2000-2005)**

MUNICIPIO	NO EMPRESAS	ALIMENTOS	TEXTIL	MADERA	QUIMICO	MINERALES NO METALICOS	INDUSTRIAS METALICAS BASICAS	PRODUCTOS METALICOS MAQ. Y EQUIP.
URUAPAN	27	AGUACATE, ZARZAMORA MANGO	MANTAS					
ZAMORA	16	GUACAMOLE FRESA HORTALIZAS CONGELADAS BASES PARA YOGURT	PRENDAS DE VESTIR					
MORELIA	13	GUACAMOLE Y HORTALIZAS CONGELADAS			TUBOS PVC SACOS DE POLIPROPILENO	MINERALES ENCAPSULADOS		SERVICIOS TURBINAS
JACONA	17	FRESA HORTALIZAS CONGELADAS	PRENDAS DE VESTIR					
LAZARO CARDENAS	6				FERTILIZANTES		PLANCHÓN VARILLA ALAMBRO	SERVICIOS
LOS REYES	7	AGUACATE ZARZAMORA						
OTROS MUNICIPIOS	49	AGUACATE, ZARZAMORA MANGO ZARZAMOR	PRENDAS DE VESTIR ARTICULOS DEPORTIVOS	MADERA MUEBLES MARCOS				SERVICIOS TURBINAS
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>							

FUENTE: SECRETARIA DE ECONOMIA

### 3.4.3 Mercados de exportación de las empresas manufactureras

Los principales mercados destino de los productos de exportación del sector manufacturero del estado de Michoacán son: La Unión Europea, en donde destacan por el valor de las exportaciones Alemania, España, Holanda, Reino Unido y Francia, enviándose principalmente productos del sector alimentos (aguacate, zarzamora, mango, toronja, flores frescas, guacamole y pasta de aguacate), así como productos del sector siderúrgico como planchón, varilla y alambro de acero.

Las exportaciones al continente Asiático, destacan las destinadas a Japón, que debido al acuerdo firmado con ese país en el año del 2005, fueron beneficiados la mayoría de los productos agropecuarios originarios de México que no pagan arancel de importación, en los que se encuentran las mercancías como son: el aguacate, mango, limón, zarzamora, toronja. Los envíos para otros países como China y Corea, aun son poco representativas las exportaciones.

El mercado de Norte América, tradicionalmente representa el mejor mercado de nuestros productos, destinándose casi el 89% a los Estados Unidos, en virtud de la cercanía y la demanda de productos nacionales por la población inmigrante que vive en ese país, por lo que tradicionalmente el exportador nacional tiene como objetivo dicho mercado, además

de que el TLCAN, ha beneficiado el intercambio de mercancías. En este sentido los productos de exportación de Michoacán, destacan el aguacate, zarzamora, mango, toronja, aceite de limón guacamole, preparados de frutas, muebles de madera, artículos navideños, planchón y varilla de acero.

Las exportaciones para los países Latinoamericanos solo representan el 3% a nivel nacional, de las cuales nuestro estado tiene poco intercambio comercial con esta región, sobresaliendo por el valor de las exportaciones: Brasil, Colombia, Venezuela, principalmente. Los productos destinados a esta región son: películas plásticas, medicamentos veterinarios, viruta de jabón., resinas, principalmente.

#### **3.4.4 Balanza Comercial de las empresas IMMEX de Michoacán**

Las empresas manufactureras de exportación han contribuido en gran medida en el crecimiento de las exportaciones del estado de Michoacán, ya que en la última década el estado ha mostrado una balanza super habitaría. Las ventas realizadas en el periodo de estudio, por este sector fue por un valor de 13,000 millones de dólares, de los cuales exportó 5,000 millones de dólares. En este sentido las exportaciones del sector han sido en forma creciente, a excepción del año 2001. Los productos de la industria siderúrgica, como son el planchón de acero, varilla, alambón y alambre recocido, representan el 70% del valor de las exportaciones del estado de Michoacán, seguido del rubro de frutas frescas con el 20%, seguido por alimentos preparados.

En lo que corresponde a las importaciones realizadas por el sector manufacturero de Michoacán, las empresas realizaron operaciones al amparo del programa Immex por un valor de 2,733 millones de dólares, que corresponden a maquinaria y equipo, materiales intermedios y material de empaque principalmente, mostrando un saldo favorable en su balanza comercial.

TABLA 5

COMPORTAMIENTO ANUAL DE LA BALANZA COMERCIAL DEL SECTOR MANUFACTURERO  
(PERIODO 2000-2005)

AÑO	VENTAS TOTALES (Miles de dólares)	EXPORTACIONES (Miles de dólares)	IMPORTACIONES (Miles de dólares)
2000	1,809,515	793,545	453,649
2001	1,795,811	572,900	278,124
2002	1,491,087	784,891	362,081
2003	1,911,561	877,539	277,900
2004	3,000,878	1,379,867	609,955
2005	3,098,424	1,465,026	751,971
<b>TOTAL</b>	<b>13,107,276</b>	<b>5,873,768</b>	<b>2,733,680</b>

FUENTE: SECRETARÍA DE ECONOMÍA

<sup>1</sup> Graizbord Boris, Ruiz Crescencio. (1999). Reestructuración regional-sectorial en México, 1980-1993: una evaluación. *Revista de Comercio Exterior*, vol 49, Núm. 4, p 321-330.

<sup>2</sup> Guía Básica del Exportador (12ava. Edición) Banco Nacional de Comercio Exterior, 2005, pag.53-66

<sup>3</sup> Samuelson, Paul, Williams D. Nordhaus, Lourdes Dieck, J. Jesús Salazar. (2001). *Macroeconomía con Aplicaciones a México*. México: McGraw-Hill.

<sup>4</sup> Guía Básica del Exportador (12ava. Edición) Banco Nacional de Comercio Exterior, 2005

<sup>5</sup> Serra Jaime, Los empresarios y la modernización económica, México, Edit. Porrúa, 1991. 100 p.

<sup>6</sup> Ibid

<sup>7</sup> Lawrence, D. (2003). Los Origenes de la Industria Maquiladora en México. *Comercio Exterior*, pag. 1045-1056.

## **Capítulo 4 El impacto de los Programas IMMEX en las exportaciones de Michoacán: Una propuesta metodológica Alternativa**

Como se estableció en el capítulo 1, este trabajo de investigación de las empresas exportadoras del estado de Michoacán se desarrollaría bajo el esquema de un *diseño de* cuasi-experimental, mismo que tiene la característica de que los grupos de estudio no se han conformado al azar y en algunos casos, no utilizan un grupo de control<sup>1</sup>, esto es, se trata de grupos naturales como el caso del sector manufacturero de exportación de Michoacán, conformado por 138 empresas, con la característica de que operaron al amparo del Programa de Industria Maquiladora, Manufacturera de Exportación y de Servicios (IMMEX) autorizado por la Secretaría de Economía en el periodo del año 2000 al 2005.

Por lo anterior, la recolección de datos se obtuvo de la información proporcionada por las maquiladoras con programa IMMEX a la Secretaría de Economía, mediante los reportes anuales correspondientes al periodo de estudio, que consisten básicamente en los datos de las operaciones realizadas bajo el amparo de dicho programa, como son: ventas totales, valor de las exportaciones, valor de importaciones, así como el producto de exportación, dichos datos servirán de base para materializar el marco teórico y conceptual a través de la hipótesis, objetivos del estudio y el planteamiento del problema. Los temas se clasificarán de la siguiente manera:

- **Medición**
- **Obtención de Datos**
- **Procesamiento de los datos obtenidos**

## **4.1 Medición**

En este capítulo se examinará el aspecto de medición, a fin de sentar las bases que versan sobre la construcción y aplicación de instrumentos específicos de medición de las variables independientes que afectan a la variable dependiente (exportaciones), y desarrollar el procesamiento de la información de los datos de la balanza comercial de las empresas exportadoras de Michoacán que cuentan con programa IMMEX.

De acuerdo con Stevens, la medición es la asignación de valores numéricos a objetos o eventos con reglas<sup>2</sup> Un valor numérico es un símbolo de la forma 1,2,3...o I,II, III...No tiene significado cuantitativo a menos que se le dé tal significado<sup>3</sup>.

## **4.2 Niveles o Escalas de mediciones**

### **4.2.1 Escala Nominal:**

La escala de medida nominal, puede considerarse la escala de nivel más bajo, y consiste en la asignación, puramente arbitraria de números o símbolos a cada una de las diferentes categorías en las cuales podemos dividir el carácter que observamos, sin que puedan establecerse relaciones entre dichas categorías, a no ser el de que cada elemento pueda pertenecer a una y solo una de estas categorías.

Se trata de agrupar objetos en clases, de modo que todos los que pertenezcan a la misma sean equivalentes respecto del atributo o propiedad en estudio, después de lo cual se asignan nombres a tales clases, y el hecho de que a veces, en lugar de denominaciones, se le atribuyan números, puede ser una de las razones por las cuales se le conoce como "medidas nominales".

#### **4.2.2 Escala Ordinal:**

En caso de que puedan detectarse diversos grados de un atributo o propiedad de un objeto, la medida ordinal es la indicada, puesto que entonces puede recurrirse a la propiedad de "orden" de los números asignándolo a los objetos en estudio de modo que, si la cifra asignada al objeto A es mayor que la de B, puede inferirse que A posee un mayor grado de atributo que B.

La asignación de números a las distintas categorías no puede ser completamente arbitraria, debe hacerse atendiendo al orden existente entre éstas. Los caracteres que posee una escala de medida ordinal permiten, por el hecho mismo de poder ordenar todas sus categorías, el cálculo de las medidas estadísticas de posición, como por ejemplo la mediana.

#### **4.2.3 Escalas de intervalos iguales:**

La escala de intervalos iguales, está caracterizada por una unidad de medida común y constante que asigna un número igual al número de unidades equivalentes a la de la magnitud que posea el elemento observado. Es importante destacar que el punto cero en las escalas de intervalos iguales es arbitrario, y no refleja en ningún momento ausencia de la magnitud que estamos midiendo. Esta escala, además de poseer las características de la escala ordinal, encontramos que la asignación de los números a los elementos es tan precisa que podemos determinar la magnitud de los intervalos (distancia) entre todos los elementos de la escala. Sin lugar a dudas, podemos decir que la escala de intervalos es la primera escala verdaderamente cuantitativa y a los caracteres que posean esta escala de medida pueden calcularse todas las medidas estadísticas a excepción del coeficiente de variación.

#### **4.2.4 Escala de coeficientes o Razones:**

El nivel de medida más elevado es el de coeficientes o razones, y se diferencia de las escalas de intervalos iguales únicamente por poseer un punto cero propio como origen; es decir que el valor cero de esta escala significa ausencia de la magnitud que estamos midiendo. Si se observa una carencia total de propiedad, se dispone de una unidad de medida para el efecto. A iguales diferencias entre los números asignados corresponden iguales diferencias en el grado de atributo presente en el objeto de estudio. Además, siendo que cero ya no es arbitrario, sino un valor absoluto, podemos decir que A, tiene dos, tres o cuatro veces la magnitud de la propiedad presente en B.

#### **4.3 Obtención de Datos**

Como se estableció anteriormente, el volumen de datos fue obtenido de la información proporcionada por las 138 empresas exportadoras con programa IMMEX a la Secretaría de Economía, a través de sus reportes anuales de comercio exterior, en cumplimiento de las obligaciones contraídas al suscribir el programa de fomento, dichos reportes corresponden a los ejercicios anuales del 2000 al 2005, periodo analizado en esta investigación, los cuales se concentran en la tabla No. 1. Cabe señalar que los datos representan el valor en miles de pesos de las operaciones de comercio exterior realizadas por este grupo de empresas, mismos que representan:

- a) Ventas totales, que incluyen ventas realizadas en el mercado nacional y en el exterior
- b) Exportaciones: ventas realizadas al exterior
- c) Importaciones: valor de los insumos o maquinarias adquiridos en el extranjero para sus procesos productivos.

#### 4.3.1 Procesamiento de los datos obtenidos en la investigación

Los datos obtenidos de las 138 empresas exportadoras con programa Immex de Michoacán, fueron recopilados en una matriz (Anexo Tabla 1), los cuales fueron procesados con el programa de computo denominados Windows Office (Winword, Excel y Power Point) y SPP FOR Windows, aplicando el análisis estadístico a las variables independientes del objeto de estudio, como son la distribución de frecuencias, las medidas de tendencia central y variabilidad, así como el coeficiente de correlación de producto-momento de Pearson ( $r$ ).

En las tablas No. 2, 3, y 4 se presentan los resultados de la distribución de frecuencia, las medidas de tendencia central, que representan en forma sumaria una serie de valores de una variable cuantitativa De la cual se obtienen los siguientes resultados:

**Tabla No.2**

**MEDIANA**

AÑO VARIABLES	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>VENTAS TOTALES</b>	2,925	2,036	2,972	871	3,569	3,846
<b>EXPORTACIONES</b>	2,026	324	530	260	2,515	3,681
<b>IMPORTACIONES</b>	0	0	0	0	0	0

FUENTE: SECRETARIA DE ECONOMIA, (DATOS REPRESENTADOS EN MILES DE PESOS)

**Tabla No. 3**

**MEDIA ARITMETICA**

AÑO VARIABLES	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>VENTAS TOTALES</b>	149,659	151,953	143,877	166,882	336,786	268,367
<b>EXPORTACIONES</b>	65,632	49,234	70,193	76,611	120,465	127,899
<b>IMPORTACIONES</b>	36,964	24,090	32,647	24,853	52,831	65,648

FUENTE: SECRETARIA DE ECONOMIA, (DATOS REPRESENTADOS EN MILES DE PESOS)

**Tabla No.4**  
**DESVIACIÓN ESTANDAR**

AÑO VARIABLES	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>VENTAS TOTALES</b>	872,972	731,731	771,551	1,016,425	1,888,708	1,639,373
<b>EXPORTACIONES</b>	475,587	260,991	414,003	565,558	989,499	1,021,217
<b>IMPORTACIONES</b>	246,212	116,405	161,630	142,954	354,666	445,699

FUENTE: SECRETARIA DE ECONOMIA, (DATOS REPRESENTADOS EN MILES DE PESOS)

#### 4.3.2 Procesamiento de las variables independientes: Ventas Totales, Importaciones y programas Immex

Uno de los objetivos principales de la investigación fue determinar las variables y en qué medida estas determinan el aumento de las exportaciones de las empresas maquiladoras del estado de Michoacán, en este sentido la correlación **producto-momento de Pearson**, es la herramienta utilizada para realizar el análisis estadístico de los datos.

#### 4.4 Correlación.

La correlación es un método estadístico que permite determinar la presencia o ausencia de asociación entre dos variables sometidas a investigación. Para este caso se tratará de medir el grado de asociación entre el volumen de ventas de las empresas exportadoras y el nivel de exportación de una muestra de unidades de observación. La correlación se describe por medio de índices estadísticos denominados coeficientes de correlación que pueden sugerir si el cambio de una variable se asocia con el cambio de la otra variable.

Los índices más utilizados para medir la asociación entre dos variables es el coeficiente de correlación producto-momento que se aplica a escalas de medición de intervalo o de razón y el coeficiente de correlación de rangos que se utiliza en escalas de medición ordinal.

Al analizar la correlación de una serie de datos el resultado que arroja un coeficiente de correlación fluctúa entre -1.00 y +1.00. Una puntuación de -1.00 sugiere una correlación negativa perfecta. Una puntuación de 0.00 sugiere ausencia de asociación entre las variables y una puntuación de + 1.00 sugiere una correlación positiva perfecta. Una correlación positiva perfecta indica que si una variable aumenta la otra también aumenta, por ejemplo cabe esperar que si el tipo de cambio peso-dólar aumenta el volumen de exportaciones del sector manufacturero del país también aumenta.

En el caso de una correlación negativa perfecta ocurre el aumento de una variable y el decremento o disminución de la otra variable. Por ejemplo ante el aumento del tipo de cambio peso-dólar cabe esperar una disminución o decremento en el volumen de importaciones del país.

Guilford <sup>4</sup>, sugiere como orientación general la siguiente interpretación descriptiva:

La fórmula para el coeficiente de correlación de producto momento Pearson, r, es:

$$r = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}}$$

Donde x e y son las medias de muestra PROMEDIO (matriz1) y PROMEDIO (matriz2).

#### **4.4.1 Resultados de la aplicación de la fórmula para determinar la correlación, producto-momento Pearson.**

Una vez definido el método estadístico “**correlación producto-momento Pearson**”, que se utilizará para determinar la presencia o ausencia de asociación entre dos variables sometidas a investigación, a continuación se presentan los resultados obtenidos al procesar los datos de la balanza comercial de las 138 empresas exportadoras del estado de Michoacán que operaron durante los años del 2000 al 2005, utilizando para este fin el programa SSP-FOR WINDOWS, son los siguientes:

En el ejercicio anual del 2000, los datos de las empresas maquiladoras mostraron que la variable "exportaciones", mantenía poca correlación con las variables de "ventas" e "importaciones", ya que al procesar los datos en el modelo econométrico muestra valores de tan solo .438 y .334, respectivamente. Es de destacar que solo 67 empresas registraron ventas y exportaciones y 95 realizaron importaciones de las 138. (Anexo Tabla No. 1)

**Tabla No. 5**

		venta2000	exp2000	imp2000
venta2000	Correlación de Pearson	1	.438(**)	.192
	Sig. (bilateral)		.000	.120
	N	67	67	67
exp2000	Correlación de Pearson	.438(**)	1	.334(**)
	Sig. (bilateral)	.000		.005
	N	67	69	69
imp2000	Correlación de Pearson	.192	.334(**)	1
	Sig. (bilateral)	.120	.005	
	N	69	69	95

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En lo que corresponden a las operaciones del sector maquilador en el año 2001, los resultados muestran, que la variable "exportaciones" con .986, presenta una alta correlación con la variable de ventas, con lo que se puede suponer que a medida que aumentan las ventas, también se incrementaran las exportaciones. Sin embargo existe baja correlación con respecto a las importaciones, de tan solo .429, Es de destacar que para este periodo aumentan a 70 empresas que registraron ventas y exportaciones y solo 90 realizaron importaciones (tabla No. 6).

**Tabla No. 6**

		venta2001	exp2001	imp2001
venta2001	Correlación de Pearson	1	.986(**)	.948(**)
	Sig. (bilateral)		.000	.000
	N	70	68	67
exp2001	Correlación de Pearson	.986(**)	1	.429(**)
	Sig. (bilateral)	.000		.000
	N	68	71	70
imp2001	Correlación de Pearson	.948(**)	.429(**)	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	
	N	70	70	90

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Para las operaciones realizadas en el año 2002 por el sector maquilador del estado de Michoacán, nos arroja resultados de que la variable "exportaciones" mantiene una alta correlación de .993 con la variable ventas, y baja correlación con las importaciones tal solo .387, Es de destacar que para este periodo disminuyen a 65 empresas que registraron ventas y exportaciones y solo 91 realizaron importaciones (tabla No 7).

**Tabla No. 7**

		venta2002	exp2002	imp2002
venta2002	Correlación de Pearson	1	.993(**)	.(a)
	Sig. (bilateral)		.000	.000
	N	56	53	49
exp2002	Correlación de Pearson	.993(**)	1	.387(**)
	Sig. (bilateral)	.000		.001
	N	53	69	65
imp2002	Correlación de Pearson	.(a)	.387(**)	1
	Sig. (bilateral)	.000	.001	
	N	65	65	91

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

a No se puede calcular porque al menos una variable es constante.

Para el periodo del año 2003, las operaciones de las empresas exportadoras Immex, muestran que la variable "exportaciones", una correlación perfecta con la variable de ventas, con un valor de 1,000 y baja correlación con la variable "importaciones" tan solo el .251. En este periodo aumentan a 72 empresas que registraron ventas y exportaciones y disminuyen a 68 empresas que realizaron importaciones (tabla No. 8).

**Tabla No. 8**

		venta2003	exp2003	imp2003
venta2003	Correlación de Pearson	1	1.000(**)	.227
	Sig. (bilateral)		.000	.069
	N	68	68	65
exp2003	Correlación de Pearson	1.000(**)	1	.251(*)
	Sig. (bilateral)	.000		.039
	N	72	72	68
imp2003	Correlación de Pearson	.227	.251(*)	1
	Sig. (bilateral)	.069	.039	
	N	68	68	93

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

De los resultados de las operaciones del sector maquilador del año 2004, muestra que la variable "exportaciones" mantiene una alta correlación con la variable "ventas" de .962, y baja correlación con la variable "importaciones" de tan solo .251, En este periodo, disminuyeron a 64 empresas que registraron ventas y exportaciones, así como las empresas que realizaron importaciones ( Tabla No.9)

**Tabla No. 9**

		venta2004	exp2004	imp2004
venta2004	Correlación de Pearson	1	.962(**)	.(a)
	Sig. (bilateral)		.000	.000
	N	65	64	65
exp2004	Correlación de Pearson	.962(**)	1	.(a)
	Sig. (bilateral)	.000		.000
	N	64	64	64
imp2004	Correlación de Pearson	.(a)	.(a)	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	
	N	65	64	92

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

a No se puede calcular porque al menos una variable es constante.

Para el último periodo analizado, las operaciones del sector maquilador en el año 2005, que se muestra en la tabla No 10, la variable "exportaciones" mantiene una alta correlación perfecta con la variable "ventas" de 1.000, así como una alta correlación con la variable "importaciones" de .999. Es de destacar que para este periodo se mantienen 64 empresas que registraron ventas y exportaciones, así como 63 empresas que realizaron importaciones.

**Tabla No. 10**

		venta2005	exp2005	imp2005
venta2005	Correlación de Pearson	1	1.000(**)	.999(**)
	Sig. (bilateral)		.000	.000
	N	65	64	64
exp2005	Correlación de Pearson	1.000(**)	1	.999(**)
	Sig. (bilateral)	.000		.000
	N	64	64	63
imp2005	Correlación de Pearson	.999(**)	.999(**)	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	
	N	64	63	93

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

## **4.5 Análisis e interpretación de los resultados**

De la información recopilada de los datos de la balanza comercial de las empresas exportadoras del estado de Michoacán se procedió a sintetizarla de la fuente que se adquirió, esto es clasificarla, organizar y presentar la información en cuadros estadísticos o relaciones de datos con el fin de facilitar su análisis e interpretación. Los datos se dividen en las partes que conforman los estudios para contestar las preguntas de investigación, la evaluación de la hipótesis y la discusión de los resultados que se obtuvieron. Por lo que se abordaran los siguientes temas:

- Variables dependientes e independientes
- Prueba de hipótesis
- Discusión de resultados

Kerlinger, establece que el análisis de los datos significa categorizar, ordenar, manipular y resumir los datos de una investigación para contestar las preguntas planteadas en ella, su propósito es reducir los datos a una forma entendible e interpretable, de tal manera que las relaciones de los problemas de investigación puedan estudiarse y evaluarse. La interpretación utiliza los resultados del análisis, hace inferencias pertinentes a las relaciones de investigación en estudio y presentan conclusiones sobre dichas relaciones.

### **4.5.1 Variables dependientes e independientes**

Una vez procesados los datos de las 138 empresas exportadoras del estado de Michoacán que operaron con programa Immex durante los años del 2000 al 2005, aplicando el método estadístico “**correlación producto-momento Pearson**”, para determinar la presencia o ausencia de asociación entre dos variables sometidas a investigación, a continuación se presentan los resultados:

En el ejercicio anual del 2000, las empresas maquiladoras mostraron que la variable dependiente denominada “exportaciones”, tiene poca correlación con las variables

independientes (ventas e importaciones), Sin embargo en los años del 2001 al 2005 existe una alta correlación de las ventas y exportaciones, sin embargo la variable importaciones muestra baja correlación.

Los resultados obtenidos en el análisis de las operaciones de las empresas maquiladoras, mostrados por la variable "exportaciones", se justifican en virtud de que los programas Immex tienen como objetivo principal, propiciar el incremento de las exportaciones, estableciendo lo los compromisos establecidos en el acuerdo que promueve programas Immex, mismo que se ha ido modificando con el paso del tiempo, ya que en este periodo analizado, las empresas tenían la obligación de exportar 500 mil dólares anuales o bien el 30% de las exportaciones, si realizaron importaciones de maquinaria y equipo; o bien solo el 10% si la empresa solo había importado materias primas y envases. En la actualidad se generalizó el 10% para todas las empresas y se mantuvo los 500 mil dólares.

En cuanto a las variable "importaciones", que muestra poca correlación con las exportaciones, hay que considerar que las empresas utilizan el programa IMMEX, al iniciar operaciones para el equipamiento de la planta, por lo que realizan el mayor numero de importaciones temporales de maquinaria y equipo en uno o dos años, posteriormente, solo importan insumos y material de empaque.

#### **4.6 Prueba de Hipótesis**

La hipótesis general que afirma que el éxito de la operación y permanencia de las empresas manufactureras en el comercio internacional, así como el aumento de las exportaciones, depende de los apoyos que otorgue el gobierno federal, en la obtención de insumos intermedios, maquinaria y equipo con exención de impuestos, que los posibilite de adquirirlos en cualquier parte del mundo con la mejor calidad , necesarios para realizar sus productos o servicios de exportación, se confirma ya que los programas IMMEX otorgan estas facilidades y como se demuestra en el modelo de correlación, que existe un incremento de las exportaciones al aumentar las ventas totales de las empresas manufactureras.

La segunda hipótesis también queda probada, en virtud de que los apoyos fiscales que otorgan los programas de Industria Maquiladora, Manufacturera de Exportación (IMMEX)" a las empresas exportadoras del estado de Michoacán, les permitirá ser más competitivas y aumentar sus exportaciones, al obtener y asegurar el abastecimiento de los recursos necesarios para sus procesos productivos con mejores precios y calidad de cualquier parte del mundo, situación que se demuestra en la alta correlación que existe entre las ventas totales realizadas por las empresas, que deriva en el incremento de las exportaciones.

#### **4.7 Discusión de Resultados**

Los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación, son verídicos ya que se utilizó una base de datos de la Secretaría de Economía, misma que se integra al trabajo de investigación, que fue proporcionada directamente por las empresas exportadoras con programa IMMEX, lo que asegura su confiabilidad. En lo que respecta al periodo analizado, es de destacarse la limitación que existe en la obtención de datos, ya que la citada dependencia federal no cuenta con información pública actualizada de los periodos recientes, ya que los beneficiarios del programa de fomento reportan sus operaciones correspondientes al ejercicio anual anterior en los meses de abril y mayo de cada año, información que no se actualiza de inmediato en la página de la Secretaría de Economía.

El objetivo de la investigación fue determinar cómo las empresas exportadoras han contribuido en el incremento de las exportaciones, y determinar cuál ha sido el impacto de este sector, en el incremento de las exportaciones del estado de Michoacán, y como han contribuido los Programas de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX) en desarrollo regional, propósito que se ha logrado al analizar los datos de este sector que contribuye en gran medida con el incremento de las exportaciones.

Los cambios en materia de comercio exterior y el aumento de inversión extranjera son parte del proceso impulsado principalmente por las empresas manufactureras de exportación, que no necesariamente se han vinculado con el resto de la economía, por lo que queda pendiente el objetivo del gobierno federal de integrar a

la micro empresa como proveedora del sector exportador, ya que este mantiene una mayor competitividad al importar las materias primas y maquinaria del extranjero, facilidad que les brinda a estas empresas los programa IMMEX..

---

<sup>1</sup> Briones, G. (2006). *Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales*. México: Trillas. Pag.90

<sup>2</sup> S Stevens, *Mathematics, Measurente, and Psychophysics, Handbook of Experimental Psychology, New York 1951, p 1, tomado de Fred N. Kerlinger, op cit, p. 443*

<sup>3</sup> Mario, J. B., & Sanchez, S. (2003 1a edición). *Competitividad Internacional de las Empresas Exportadoras de Aguacate*. Morelia: Instituto de Investigaciones Economicas y Empresariales, pag162.

<sup>4</sup> Mario, J. B., & Sanchez, S. (2003 1a edición). *Competitividad Internacional de las Empresas Exportadoras de Aguacate*. Morelia: Instituto de Investigaciones Economicas y Empresariales.p 191

ANEXO TABLA NO. 1

MATRIZ DE DATOS DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS CON PROGRAMA IMMEX DEL ESTADO DE MICHOACÁN

VARIABLES DE DATOS OBTENIDOS DE LOS REPORTES ANUALES DE LAS EMPRESAS IMMEX

EMPRESA	CIUDAD	ACTIVIDAD	PRODUCTO	VTA00	EXP0	IMP00	VT01	EXP1	IMP1	VT02	EXP2	IMP2	VT03	EXP3	IMP3	VT04	EXP4	IMP4	VT05	EXP5	IMP5
1	TLALHUAHUA	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS NO CLASIFICADOS EN OTRA PARTE	ESFERAS DE NAVIDAD	47,627	36,653	5,842	44,033	36,50	4,441	39,023	30,08	3,801	32,886	24,07	2,320	36,453	16,211	3,769	25,081	14,826	1,499
2	JACOVA	ELAB. DE OTROS PROD. ALIMEN PARA EL CONSUMO	FRUTAS CONGELADAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	647,26	108,69	55,980
3	URUAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	MANGO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	URUAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	AGUACATE	7,331	3,866	424	0	0	0	2,626	137	169	3,776	0	0	7,282	2,686	154	17,774	6,343	0
5	JACOVA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	385	109	0	12,764	6,172	532	8,707	3,841	16	20,669	19,43	6	28,433	26,312	304	22,852	18,343	243
6	GABRIELZAMORA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	MANGO	6,406	6,406	88	10,635	5,880	1,868	6,120	6,090	2,355	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	LAZARO CARDENAS	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS QUIMICOS SECUNDARIOS	FERTILIZANTES	1,729	607,001	385,12	1,185,51	642,0	346,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	JACOVA	AGRICULTURA	MANGO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29,205	27,491	1,023
9	URUAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	AGUACATE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	URUAPAN	AGRICULTURA	AGUACATE	68,816	46,202	887	58,810	27,62	292	25,668	24,35	406	12,628	7,814	215	0	0	0	0	0	0
11	PERIBAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	AGUACATE	4,059	3,538	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	MORELIA	FABRICACION DE PRODUCTOS QUIMICOS BASICOS INORGANICOS	PRODUCTOS QUIMICOS	43,556	11,461	13,322	39,610	11,28	11,02	34,765	7,334	14,408	42,979	4,995	19,53	60,978	7,621	25,27	65,739	14,033	22,013
13	MORELIA	FABRICACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	TURBINAS Y SUS PARTES INCL. ACIDO	50,428	50,250	64,001	115,168	115,1	144,8	98,094	98,09	153,17	67,797	67,79	4	70,270	70,270	56,33	38,215	38,215	192,544
14	JACOVA	FABRICACION DE ENVASES Y OTROS PRODUCTOS DE MADERA	PRENDAS DE VESTIR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	COALCOMAN	FABRICACION DE ENVASES Y OTROS PRODUCTOS DE MADERA	MADERA ASERRADA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	URUAPAN	FAB. DE PIEZAS Y ARTICULOS DE HULE EXCEPTO LLANTAS, INCL. ELABORADA	PARTES PARA AUTO	21,430	16,966	8,184	18,100	15,83	2,823	17,554	13,62	157	16,309	13,68	2	15,512	11,752	4	8,799	6,430	70
17	MORELIA	FABRICACION DE ENVASES Y OTROS PRODUCTOS DE MADERA	MADERA ASERRADA	16,811	13,823	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	JACOVA	ELAB. DE OTROS PROD. ALIMEN PARA EL CONSUMO	FRUTAS CONGELADAS	114,885	66,341	5,077	130,105	42,70	17,02	389,03	42,82	20,006	560,10	60,35	36,65	660,21	86,482	51,86	0	0	0
19	URUAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	AGUACATE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	138,42	21,238	300
20	URUAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	LA PIEDAD	PREPARACION Y ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES INCL. MERMELADAS	FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	7,534	1,381	193	8,901	1,974	62	2,247	1,075	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	PUREPERO	FABRICACION DE CALZADO DE CUERO INCL. 100% CUERO Y SUELA	CALZADO INDUSTRIAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23	VILLA MADERO	INDUSTRIAS DE LA MADERA Y PRODUCTOS DE MADERA	MADERA ASERRADA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	URUAPAN	AGRICULTURA	AGUACATE, MANGOS Y PAPAYAS	175,452	121,659	10,863	116,831	116,9	14,06	197,84	183,1	2,686	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	ZACAPU, MICH.	FABRICACION DE PROD. DIVERSOS DE PVC INCL. TAPIZ PARA MURO	PELICULAS PLASTICAS	69,525	69,425	42,263	69,825	67,46	42,14	81,463	77,01	49,764	85,25	48,76	84,753	62,967	42,54	94,775	59,724	54,342	0
26	BUENA VISTA	FABRI. DE ACEITES Y GRASAS VEGETALES COMESTIBLES	ACEITE DE LIMON	0	0	0	0	0	0	17,208	9,656	0	24,086	11,116	1,343	40,462	30,886	0	35,485	30,042	0
27	APATZINGAN	FABRICACION DE ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES	ACEITE DE LIMON	0	0	0	0	0	0	9,863	5,543	1,728	927	722	1,941	8,328	6,315	747	27,544	16,707	24
28	TINGUINDIN	AGRICULTURA	AGUACATE	41,487	36,667	3,244	61,674	51,71	1,528	76,241	61,38	2	176,600	147,8	302	194,65	146,84	32	233,21	133,32	106
29	JACOVA	ELAB. DE OTROS PROD. ALIMEN PARA EL CONSUMO	FRESA CONGELADA	22,690	18,009	578	21,831	17,81	474	24,085	19,59	816	32,174	27,33	606	27,367	23,363	663	21,861	19,006	579
30	JACOVA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	4,996	4,996	814	4,074	4,074	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	JACOVA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	FRESA CONGELADA	7,584	2,044	0	4,845,03	0	0	13,296	6,485	196	16,676	13,47	125	9,859	8,454	151	9,111	5,418	0
32	ZAMORA	PREPARACION Y ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES	FRESA CONGELADA	16,277	16,277	2,228	6,650	3,071	0	1,024	1,013	94	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33	JACOVA	PREPARACION Y ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES INCL. MERMELADAS	FRESA CONGELADA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34	JACOVA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	FRESA CONGELADA	0	0	0	6,348	1,732	0	21,410	8,996	1,091	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35	ZAMORA	PREPARACION Y ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES INCL. MERMELADAS	FRUTAS CONGELADAS	0	0	0	0	0	0	14,421	12,37	167	25,484	22,76	1,392	34,578	27,938	1,255	27,236	19,673	1,356
36	MORELIA	PREPARACION Y ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES	GUACAMOLE Y PULPA DE AGUACATE	92,841	92,841	25,050	101,889	101,5	21,95	121,71	121,7	35,625	127,98	127,3	35,62	134,80	134,78	54,41	150,81	150,52	32,730
37	ZAMORA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	FRESA CONGELADA	0	0	0	0	0	0	3	13	0	12,225	8,883	0	0	0	0	0	0	0
38	JACOVA	CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR	UNIFORMES	2,392	2,376	14	2,520	2,413	1,4	1,846	1,846	10,893	417	418	2,062	0	0	0	0	0	0
39	ZAMORA	FABRICACION DE ROPA EXTERIOR DE TEJIDO DE PUNTO Y OTROS ARTICULOS	PRENDAS DE VESTIR	1,636	661	0	231,077	2,310	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40	LA PIEDAD	FABRICACION DE ROPA EXTERIOR DE TEJIDO DE PUNTO Y OTROS ARTICULOS	PRENDAS DE VESTIR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41	ZAMORA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	3,084	3,084	279	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42	URUAPAN	AGRICULTURA	AGUACATE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
43	TANCITARO	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	AGUACATE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44	URUAPAN	ELAB. Y CONSERVACION DE GUISOS O ALIMENTOS PREPARADOS	GUACAMOLE Y PULPA DE AGUACATE	82,780	48,382	2,811	145,472	77,27	2,545	79,735	22,11	550	83,183	13,47	13,63	82,734	38,950	4,586	87,325	34,437	2,127
45	JACOVA	AGRICULTURA	FRUTAS CONGELADAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

FUENTE: SECRETARÍA DE ECONOMÍA, DATOS OBTENIDOS DE LOS REPORTES ANUALES DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS MICHOACANAS CON PROGRAMA IMMEX

ANEXO TABLA NO. 1

MATRIZ DE DATOS DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS CON PROGRAMA IMMEX DEL ESTADO DE MICHOACÁN

VARIABLES DE DATOS OBTENIDOS DE LOS REPORTES ANUALES DE LAS EMPRESAS IMMEX

EMPRESA	CIUDAD	ACTIVIDAD	VT00	EXP0	IMP00	VT01	EXP1	IMP1	VT02	EXP2	IMP2	VT03	EXP3	IMP3	VT04	EXP4	IMP4	VT05	EXP5	IMP5	
46	ZAMORA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	2,891	2,001	1,769	289	200	176	15,929	14,485	4,215	21,448	14,036	11,055	8,719	7,761	1,558	0	0	0	
47	JACOBA	FRUTAS Y HORTALIZAS	20,051	15,364	35	17,338	16,40	168	23,194	20,06	1,573	33,003	29,90	3,798	36,407	18,984	1,047	46,909	22,015	1,235	
48	VENUSTIANO CARRANZA MORELIA	PREPARACION Y ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES CONGELADAS	16,212	8,511	1,002	12,832	10,556	1,484	6,794	5,226	376,53	2,469	1,853	1,312	2,242	1,044	0	0	0	0	
49	URIJAPAN	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PLASTICO	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	7,890	6,118	0	
50	URIJAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
51	TLALPUJAHUA	FAB. DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS EN OTRA PARTE	0	0	5,214	4,756	629	1,697	952	63	1,187	455	29	8,849	8,205	1,547	13,468	13,355	1,221	0	
52	LOS REYES	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	1,539	236	190	10,084	8,438	1,080	19,458	18,61	3,116	26,762	26,15	3,490	48,778	48,048	3,619	65,062	62,122	2,283	
53	URIJAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	316,994	247,518	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
54	LOS REYES	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
55	URIJAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
56	URIJAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
57	JACOBA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	31,590	29,756	1,040	36,932	31,99	2,547	36,442	32,49	1,542	34,913	9,468	1,828	10,520	3,395	283	12,641	4,420	0	
58	URIJAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	189,888	119,090	2,913	95,958	84,58	1,197	196,97	113	283	217,81	173,6	497	149,24	196,59	164	176,94	156,14	155	
59	ZAMORA	ELABORACION DE OTROS PROD. ALIMENTICIOS PARA CONSUMO HUMANO	52,547	59,743	30,168	605,881	91,83	39,79	624,32	101,3	41,774	662,29	107,9	32,61	715,95	117,71	35,36	781,04	118,72	31,466	
60	JACOBA	PREPARACION Y ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES INCL. MERMELADAS	8,976	7,838	2,137	11,400	10,936	2,157	12,726	142	1,302	10,704	9,743	1,120	16,128	12,573	1,896	15,232	13,912	1,833	
61	TINGUINDIN	ELABORACION DE CONSERVAS ALIMENTICIAS, INCLUYE MERMELADAS	0	0	0	0	0	0	9,240	9,115	213	18,813	19,08	1,317	21,049	20,860	1,638	37,763	35,723	4,449	
62	JACOBA	PREPARACION Y ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES INCL. MERMELADAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
63	JACOBA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	3,318	2,402	21	1,472	1,472	0	3,569	3,285	0	0	0	0	
64	VILLA ESCALANTE	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	165,55	97,48	0	185,79	119,22	766	272,38	172,24	560	
65	URIJAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	41,803	33,34	9	31,066	21,920	0	42,692	29,849	0	
66	ZAMORA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	6,179	5,672	0	8,425	8,343	0	10,819	10,68	62	10,371	10,35	603	14,243	10,392	792	14,093	12,203	1,146	
67	ZAMORA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	5,447	1,773	106	6,670	3,209	325	11,188	6,375	483	9,695	747	116	0	0	0	0	0	0	0
68	JACOBA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	41,149	36,468	3,437	22,328	14,41	2,394	0	0	0	36,883	6,457	0	44,157	14,640	946	0	0	0	
69	ZAMORA	PREPARACION Y ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES	21,371	21,361	4,825	174	103,905	8,457	0	0	0	0	0	0	54,723	38,289	0	0	0	0	
70	GABRIEL ZAMORA	AGRICULTURA	60,810	5,275	174	103,905	8,457	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
71	URIJAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	14,100	7,507	228	16,846	4,007	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
72	PUREPERO	FABRICACION DE OTRO TIPO DE CALZADO NO ESPECIFICADO	41,420	7,214	4,181	22,277	2,372	4,270	30,993	9,518	4,635	46,095	36,82	8,352	45,556	41,011	11,28	64,172	52,472	12,206	
73	ZAMORA	ELABORACION DE OTROS PROD. ALIMENTICIOS PARA CONSUMO HUMANO	159,501	77,200	15,149	182,393	76,39	1,441	182,17	72,48	2,973	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
74	CONTEPEC	CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR	24,063	24,053	2,039	31,270	28,71	5,218	49,185	43,70	6,793	88,076	8,890	0	56,291	26,746	0	70,372	32,266	0	
75	LÁZARO CÁRDENAS	FABRICACION DE LAMINADOS Y TUBOS SIN COSTURA INCL. ALAMBRO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
76	URIJAPAN	AGRICULTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
77	TINGUINDIN	INDUSTRIAS DE LA MADERA Y PRODUCTOS DE MADERA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
78	ZAMORA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	7,326	7,326	1,420	10,929	10,59	2,099	7,765	7,708	916	9,851	9,350	4,058	13,392	12,353	4,046	20,564	20,546	5,194	
79	MORELIA	FUNDICION Y MOLDEO DE PIEZAS METALICAS, FERROSAS Y NO FERROSAS	319	319	0	94	94	0	530	530	1,341	1,513	682	2,620	2,620	1,661	5,781	5,781	3,216	0	
80	MORELIA	INDUSTRIAS BASICAS DE METALES NO FERROSOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	107,119	6,021	61,06	161,64	23,039	97,086	
81	ZAMORA	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
82	URIJAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
83	URIJAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	4,460	3,096	0	3,985	27,52	0	4,958	3,750	0	5,134	3,711	0	5,179	3,658	0	
84	SAN LUCAS	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	141,414	9,269	16,300	141,946	11,86	153,8	0	0	0	160,54	10,19	9,403	192,76	12,663	18,33	211,78	14,928	20,039	
85	LA PIEDRA	FAB. PROD. FARMACEUTICOS INCL. Prod. quimicos y biológicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
86	URIJAPAN	AGRICULTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
87	APATZINGAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,990	1,990	570	0	0	0	0	0	0	
88	URIJAPAN	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
89	TLALPUJAHUA	FABRICACION DE ROPA ENFERMEDO DE PUNTO Y OTROS ARTICULOS	9,689	4,417	9,575	7,270	4,338	6,614	10,568	10,25	324	8,643	7,528	3,198	10,197	9,236	0	10,559	6,732	125	

FUENTE: SECRETARÍA DE ECONOMÍA, DATOS OBTENIDOS DE LOS REPORTES ANUALES DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS MICHOACANAS CON PROGRAMA IMMEX



ANEXO TABLA NO. 1

MATRIZ DE DATOS DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS CON PROGRAMA IMMEX DEL ESTADO DE MICHOACÁN

EMPRESA	CIUDAD	ACTIVIDAD	PRODUCTO	VARIABLES DE DATOS OBTENIDOS DE LOS REPORTES ANUALES DE LAS EMPRESAS IMMEX																
				1					2					3						
				VT01	IMP00	EXP0	VT00	IMR01	VT02	EXP0	IMR02	VT03	EXP0	IMR03	VT04	EXP04	IMR04	VT05	EXP05	IMR05
135	JACOVA	AGRICULTURA	FRESA CONGELADA	43,683	2,986	28,245	41,32	3,067	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
136	URIJAPAN	CULTIVO DE HORTALIZAS Y FLORES (incluye las viveros e invernaderos)	AGUACATE	34,260	0	22,697	25,76	0	40,725	25,2	0	56,00	41,13	0	64,22	52,39	1,628	0	0	0
137	PASTOR ORTIZ	FABRICACION DE ROPA EXTERIOR DE TEJIDO DE PUNTO Y OTROS ARTICULOS	PRENDAS DE VESTIR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
138	LOS REYES	BENEFICIO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE	FRESA Y ZARZAMORA	19,904	4,990	8,728,99	6,301	3,059,3	16,401	8,63	3,992	21,02	9,652	3,056	42,77	15,17	6,709	34,08	16,11	8,271,678
			TOTAL (MILES DE PESOS)	869	136	6	865	68	,954	3,79	891	7,166	924	903	1,833	8,539	503	2,667	5,283	0
			TOTAL (MILES DE DOL.)	1,695,5	453,64	793,545	572,9	278,124	1,491,	784,	362,08	1,911,	877,5	277,9	3,888,	1,379,	609,9	3,098,	1,465,	751,971
				19	3	6	00	627	1	931	1	361	39	00	346	627	35	424	966	0

FUENTE: SECRETARÍA DE ECONOMÍA, DATOS OBTENIDOS DE LOS REPORTES ANUALES DE COMERCIO EXTERIOR PROPORCIONADOS POR LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS MICHOACANAS CON PROGRAMA IMMEX

## BIBLIOGRAFIA

---

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S N C, Guía Básica del Exportador, decima segunda edición. México , 2005

DELGADILLO, J. L, *La Competitividad de la Industria del Calzado de estado de Jalisco*. Mexico, D.F.: Universidad de Guadalajara, Centro de Investigaciones Sociales y Economicas.

DANIELS, Radebaugh, Sullivan.. *Negocios Internacionales, Ambientes y Operaciones*. Edo. de México: Pearson Educación México, S.A. de C.V.México, 2006

JONES, C. W.. *Administración Estratégica, Un Enfoque Integrado*. Bogota, Colombia: Mc Graw Hill Interamericana, S.A. de C.V. ,1996

LESSA, A. B. (1982). *Introducción a la Economía. Un enfoque estructuralista*. Buenos Aires: editorial Siglo XXI ,39 edición.

BONALES Valencia Joel, Sanchez Silva Mario, J. B., & Sanchez, S. (2003 1a edición). *Competitividad Internacional de las Empresas Exportadoras de Aguacate*. Morelia: Instituto de Investigaciones Economicas y Empresariales.

SAMUELSON, P. (2001). *Macroeconomía con Aplicaciones a México*. México: McGraw-Hill.

BRIONES Guillermo, *Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales*, Trillas, 1982

CASTAÑEDA Alejandro, *Revista de Comercio Exterior, Apertura y Crecimiento en México: Apuntes para una Política Económica de estado*, Vol. 49, Num 5, México

DOUGLAS Lawrence, *Revista de Comercio Exterior, “Los orígenes de la Industria Maquiladora en México”*, Vol. 53, Num. 11, México.

TAMAYO y Tamayo Mario, *El Proceso de la Investigación Científica*, Editorial Limusa, segunda edición, México, 1990.