Informes Sectoriales

Nota Sectorial del Sector del Mueble de hogar en México

Elaborado por la Oficina Comercial de la Embajada de España en México

ICEX

INTRODUCCIÓN 2
DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL SECTOR 2
ANÁLISIS DE LA OFERTA 5
ANÁLISIS CUANITATIVO 5
COSTES DEL SECTOR 8
ANÁLISIS CUALITATIVO 8
DISEÑO Y ESTILO MEXICANO DE HOGAR 9
ESTRUCTURA DEL SECTOR 10
NORMAS TÉCNICAS Y ARANCELES 11
MEDIOS DE TRANSPORTE MÁS HABITUALES 12
ANÁLISIS DEL COMERCIO Y LA DEMANDA 13
DISTRIBUCIÓN 13
FINANCIACIÓN 14
PROMOCIÓN 14
PLANES DEL GOBIERNO QUE AFECTAN A LA DEMANDA 15
TIPO DE DEMANDA 15
CONCLUSIONES 17
ANEXO I. TASAS Y CALENDARIO DE REDUCCIÓN 19
ANEXO II NOM-050-SCFI-1994 20
ANEXO III NOM-EM-144-SEMARNAT 27
ANEXO IV. SITUCIÓN MACROECONÓMICA DEL PAÍS 33
SITUACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ECONOMÍA 33
PERSPECTIVAS DEL MERCADO 34
COMERCIO EXTERIOR 35

INTRODUCCIÓN

El sector del mueble general en México incluye distintos subsectores como mueble de oficina, mueble de cocina, mueble de baño, de exteriores y jardines, mueble de diseño y mueble de hogar entre otros.

El último de estos subsectores es en el que nos vamos a centrar a lo largo de esta nota e incorpora productos varios como salas, comedores, asientos, cómodas, tocadores, escritorios y mesas, librerías y vitrinas, muebles auxiliares, salas (tresillos, bisillos y sillones), reclinables, convertibles,....

DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

Dentro de los muebles de hogar, en el mercado mexicano, existen múltiples clasificaciones aunque la más común es una mezcla entre materiales utilizados, utilidad final del mueble y estilos

Mueble infantil: cunas, corralitos,...

Mueble rústico: comedores, cantinas, libreros,...

Mueble tapizado: reclinables, tapizados en piel, tapizados en tela,...

Mueble tubular: antecomedores, mesas de ordenador,...

Mueble de madera: recámaras, comedores, mesas,...

Muebles clásicos

Muebles de diseño

Otros para el hogar.

Las partidas arancelarias no se corresponden con esta clasificación previa, sino que más bien hacen referencia a los materiales con los que cada uno de ellos es producido.

Podemos distinguir tres grandes partidas que corresponden con (9401) Asientos, (9403) los demás muebles y sus partes (oficina hogar, cocina) y (9404) somieres y colchones.

En el cuadro inferior hemos remarcado en color azul aquellas partidas en las que se incluyen mayoritariamente los productos del mueble de hogar en México, la tasa base y la categoría de cada una de las fracciones. Junto con el calendario de desgravación adjuntado en los

anexos se puede calcular fácilmente el arancel actual para cada uno de los artículos. De esta forma delimitamos el sector objeto de análisis

Fracción	Descripción	Tasa Base	Categoría
94	**MUEBLES; MOBILIARIO MEDICO - QUIRURGICO; ARTICULOS DE CAMA Y SIMILARES; APARATOS DE ALUMBRADO NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRAS PARTIDAS; ANUNCIOS, LETREROS Y PLACAS INDICADORAS, LUMINOSOS, Y ARTICULOS SIMILARES; CONSTRUCCIONES PREFABRICADAS.**		
94.01	**Asientos (excepto los de la partida 94.02), incluso los transformables en cama, y sus partes.**		
9401.30	- Asientos giratorios de altura ajustable.		
9401.30.01	Asientos giratorios de altura ajustable.	15	C
9401.40	- Asientos transformables en cama, excepto el material de acampar o de jardín.		
9401.40.01	Asientos transformables en cama, excepto el material de acampar o de jardín.	15	C
9401.50	- Asientos de ratán (roten), mimbre, bambú o materias similares.		
9401.50.01	Asientos de ratán (roten), mimbre, bambú o materias similares.	15	A
	- Los demás asientos, con armazón de madera:		
9401.61	-- Tapizados.		
9401.61.01	Tapizados.	15	C
9401.69	-- Los demás.		
9401.69.99	Los demás.	15	C
	- Los demás asientos, con armazón de metal:		
9401.71	-- Tapizados.		
9401.71.01	Tapizados.	15	C
9401.79	-- Los demás.		
9401.79.99	Los demás.	15	C
9401.80	- Los demás asientos.		
9401.80.99	Los demás asientos.	15	C
9401.90	- Partes.		
9401.90.01	Reconocibles como concebidas exclusivamente para lo comprendido en la fracción 9401.20.01.	10	A
9401.90.02	Reconocibles como concebidas exclusivamente para tractores agrícolas e industriales.	Ex.	A
9401.90.99	Los demás.	15	A
94.03	**Los demás muebles y sus partes.**		
9403.10	- Muebles de metal del tipo de los utilizados en oficinas.		
9403.10.01	Archiveros de cajones, accionados electrónicamente.	20	C
9403.10.99	Los demás.	20	C
9403.20	- Los demás muebles de metal.		
9403.20.01	Atriles.	20	A
9403.20.02	Mesas reconocibles como concebidas exclusivamente para dibujo o trazado (restiradores), sin equipar.	20	B
9403.20.03	Gabinetes de seguridad biológica y flujo laminar con control y reciclado de aire, contenidos en un solo cuerpo, para uso en laboratorio.	15	A
9403.20.99	Los demás.	20	C

9403.30	- Muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas.		
9403.30.01	Muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas.	15	C
9403.40	- Muebles de madera del tipo de los utilizados en cocinas.		
9403.40.01	Muebles de madera del tipo de los utilizados en cocinas.	15	C
9403.50	- Muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios.		
9403.50.01	Muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios.	15	C
9403.60	- Los demás muebles de madera.		
9403.60.01	Mesas, reconocibles como concebidas exclusivamente para dibujo o trazado (restiradores) sin equipar.	20	C
9403.60.02	Atriles.	20	A
9403.60.99	Los demás.	15	C
9403.70	- Muebles de plástico.		
9403.70.01	Atriles.	20	C
9403.70.99	Los demás.	20	C
9403.80	- Muebles de otras materias, incluidos el ratán (roten), mimbre, bambú o materias similares.		
9403.80.01	Muebles de otras materias, incluidos el ratán (roten), mimbre, bambú o materias similares.	20	A
9403.90	- Partes.		
9403.90.01	Partes.	10	A
94.04	**Somieres; artículos de cama y artículos similares (por ejemplo: colchones, cubrepiés, edredones, cojines, pufes, almohadas), con muelles (resortes), rellenos o guarnecidos interiormente con cualquier materia, incluidos los de caucho o plástico celulares, recubiertos o nó.**		
9404.10	- Somieres.		
9404.10.01	Somieres.	20	B
	- Colchones:		
9404.21	-- De caucho o plástico celulares, recubiertos o no.		
9404.21.01	Colchonetas.	20	B+
9404.21.99	Los demás.	20	B+
9404.29	-- De otras materias.		
9404.29.99	De otras materias.	20	C
9404.30	- Sacos (bolsas) de dormir.		
9404.30.01	Sacos (bolsas) de dormir.	20	B
9404.90	- Los demás.		
9404.90.99	Los demás.	20	B

El sector del mueble a nivel mundial es una industria que ocupa un alto porcentaje de trabajo manual. Mientras en los países más industrializados han conseguido sustituir el trabajo humano por máquinas suficientemente sofisticadas, en México, debido al nivel de los salarios es más rentable no equiparse con tecnología a cambio de contratar más cantidad de mano de obra Esto es una de las causas de la falta de competitividad del sector, ya que el mercado actual exige altos volúmenes de producción y estándares de calidad que la mano de obra no puede conseguir sola.

Es por ello que los planes del Gobierno tratan de promover que la industria se equipe con más tecnología o bien que se impulse la producción de mueble tradicional con alto contenido en mano de obra, como dos estrategias alternativas de futuro. Dado la escasez de empresas con capacidad para financiar la compra de máquinas la tendencia ha sido hacia la elaboración de mueble rústico, apolillado o de hierro forjado.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

ANÁLISIS CUANITATIVO

El sector del mueble mueve unos 700 millones de dólares al año, de los cuales el 80% corresponde al mueble de hogar. El crecimiento del sector depende no sólo de la expansión poblacional, sino de la construcción habitacional y como ésta se ha deprimido en los dos últimos años, el sector padece un receso, que sin embargo, podría ser transitorio si el crecimiento general se recupera.

Hasta hace un par de años, la adquisición de muebles era mayoritariamente local, pero en últimas fechas se ha incrementado la importación debido a la apertura comercial y a la reducción de la protección efectiva de este sector. Aunque los materiales representan más del 40 por ciento del costo de producción, esto no constituye una restricción importante al producto local; la demanda es la principal limitante.

A continuación observamos el caso concreto de las partidas arancelarias 94035001 (muebles de dormitorio de madera) y 94036099 (los demás muebles de madera), que tienen cierta representatividad en el sector del mueble de hogar. La tendencia general nos indica un descenso muy importante en la cuota de mercado de un 35% y 50% respectivamente de quien hasta ahora ha sido el amo y señor del mercado del mueble importado en México: los EE.UU..

Puede que este país haya sido más afectado que ningún otro por la crisis del 2000, pero también es cierto que otros países como China , Italia y en menor medida España, han sabido aprovechar mejor que ningún otro ante esta oportunidad para aumentar su cuota de mercado.

El diseño y la calidad a un precio aceptable y sobre todo los beneficios derivados de la firma del TLC con la Unión Europea en cuestión de aranceles, son puntos claves para tan buena reacción de los productores europeos.

Fte. Secretaría de Economía
Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales
Inteligencia Comercial

Importaciones

94035001: Muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios.

Valor en miles de dólares

País	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	ene-mar 2002
Total	9,188	15,423	22,347	23,529	30,706	9,866	5,714	7,009	10,96	12,086	26,452	25,476	5,781
Estados Unidos de América	8,605	13,562	20,286	20,139	23,532	6,516	4,139	4,546	6,686	6,447	16,797	10,572	1,925
China	0	4	15	37	59	96	50	64	144	490	1,347	3,957	7,850
Italia	294	648	804	1,4	2,842	1,014	499	902	1,183	1,101	1,965	3,002	1,152
Canada	0	757	47	371	647	408	526	777	1,323	1,675	2,704	2,666	546
España	26	72	581	691	1,765	1,204	129	249	164	281	691	1,565	3900
Francia	30	5	71	156	105	56	54	20	320	482	709	922	210
Dinamarca	6	0	2	152	498	178	57	196	559	608	566	661	139
Indonesia	0	1	83	15	79	41	68	63	136	224	591	590	81
Taiwan	128	96	195	132	178	87	66	55	94	211	296	205	42
Brasil	0	0	0	1	4	0	0	0	0	18	66	194	192
Turquia	0	0	0	0	0	0	0	1	1	20	2	175	83
Filipinas	5	0	6	2	49	27	43	39	41	150	181	169	76
Malasia	0	0	19	16	17	1	0	1	44	127	89	155	49
Tailandia	0	1	4	0	7	11	1	4	18	18	93	129	6
India	0	11	10	54	14	16	9	26	60	111	101	117	16
Belgica	3	0	0	4	20	0	0	1	0	11	22	74	43
Hong Kong	22	14	16	9	4	2	1	0	15	11	71	38	0

Nota 1: *Los datos presentados solamente consideran las modificaciones derivadas de la publicación de la TIGIE en el DOF, el 18 de enero de 2002 , y no toman en cuenta cualquier cambio anterior a esta fecha.*
Nota 2: *La información presentada es proporcionada por Banco de México y es únicamente de referencia. La Secretaría de Economía no se hace responsable por la forma en que se utilice o interprete esta información.*

Nota 3: *Distribución de las fracciones con base en la correlación publicada el 18 de enero de 2002 en el DOF.*

Fte. Secretaría de Economía
Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales
Inteligencia Comercial

Importaciones

94036099: Los demás muebles de madera.

Valor en miles de dólares

País	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	ene-mar 2002
Total	17,961	24,192	40,89	49,516	71,527	26,204	21,808	26,661	37,444	42,992	71,616	55,734	12,038
EE.UU	15,584	19,918	33,418	39,577	53,735	17,865	17,274	19,411	25,483	30,108	53,954	29,927	5,95
China	20	61	129	535	1,854	527	555	1,374	2,179	2,529	4,556	8,177	1,776
España	402	565	1,221	2,240	3,004	3,774	4,660	1,570	2,660	2,439	1,220	4,306	1,086

Italia	523	821	1,731	1,681	3,082	905	765	787	1,549	1,275	2,513	2,501	672
Malasia	0	0	145	221	554	157	52	162	408	459	1,280	1,345	232
Tailandia	22	33	193	257	796	121	200	62	414	254	578	1,196	134
Brasil	74	14	4	14	4	11	4	21	18	62	525	1,053	331
Taiwan	292	911	1,813	1,634	3,104	1,083	472	622	922	1,416	1,485	971	198
Indonesia	2	92	92	72	209	132	78	118	271	634	621	969	231
Canada	18	62	79	375	1,282	158	632	683	438	607	1,032	770	80
Francia	193	464	234	1,141	355	344	232	166	447	224	232	670	227
Dinamarca	61	12	72	181	146	49	34	62	424	853	650	640	316
Colombia	0	11	12	30	51	5	14	17	4	9	149	564	109
Filipinas	4	0	42	95	191	60	117	108	286	432	439	382	177
Argentina	2	0	55	24	3	0	57	6	15	33	7	298	0
Alemania	40	198	209	120	239	205	259	311	924	148	738	297	268
India	18	9	73	90	87	90	82	128	284	445	325	291	84

Nota 1: *Los datos presentados solamente consideran las modificaciones derivadas de la publicación de la TIGIE en el DOF, el 18 de enero de 2002 , y no toman en cuenta cualquier cambio anterior a esta fecha.*
Nota 2: *La información presentada es proporcionada por Banco de México y es únicamente de referencia. La Secretaría de Economía no se hace responsable por la forma en que se utilice o interprete esta información.*

Nota 3: *Distribución de las fracciones con base en la correlación publicada el 18 de enero de 2002 en el DOF.*

Ambos cuadros muestran la aparición de tres nuevos actores en el mercado del mueble de hogar :

China, que acumula una cuota en determinadas partidas de un tercio de la de los EE.UU. En los últimos años está experimentando crecimientos de hasta el 100% en algunas partidas, a pesar de las cuotas compensatorias que se le imponen a demás de los aranceles. Es un país de gran potencialidad con el que nadie puede competir en precio.

Italia, ha crecido también a unas tasas considerables en los últimos años, aunque parece que se ha quedado un poco estancada en 2002 . Su principal ventaja competitiva es valor añadido del diseño italiano y la fuerte imagen de marca del país en este aspecto.

España, a pesar de disponer hoy día de una cuota de mercado no tan amplia como los anteriores, crece a tasas de hasta 200% y 300%. No disponiendo de la imagen del diseño italiano, pero si de frescura y dinamismo, los productos españoles son considerados y de muy alta calidad técnica, diseño apreciado y precio competitivo para el posicionamiento que tienen.

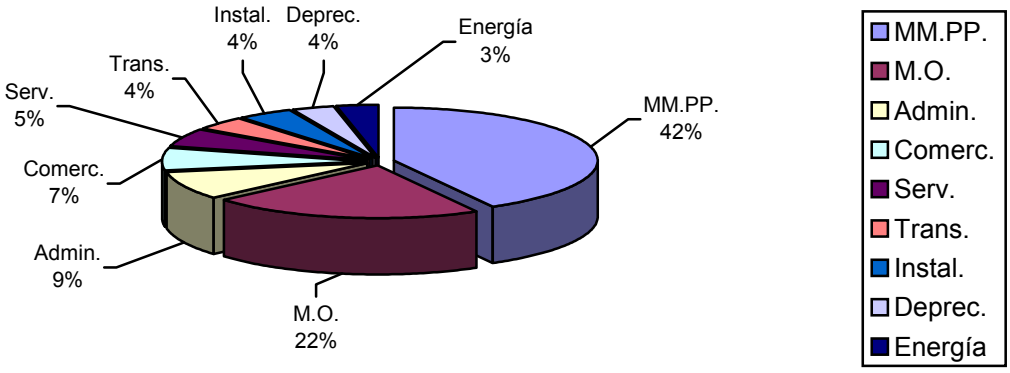
En cuanto a la distribución geográfica de l as áreas manufactureras de muebles de hogar en el país, son principalmente Jalisco 16 %, Ciudad de México 11 %, Nuevo León con un 8 %, Estado de México 7 %, Chihuahua 7 %, Baja California Norte 5 %, Puebla 4 %, Coahuila 3%, y Michoacán 1%.

Debemos tener muy en cuenta la importancia que tiene en el ensamblaje toda la región fronteriza con EE.UU., donde se ubican la gran mayoría de las maquiladoras que exportan su producción al país vecino.

COSTES DEL SECTOR

Según datos del Sistema de Información de Jalisco (SEIJAL), la industria muebles presenta la distribución de costes que afecta de forma casi idéntica al subsegmento del hogar.

Distrib. Gastos	MM.PP.	Mano Obra	Admin.	Comerc.	Servicios	Transp..	Instalac.	Deprec.	Energía
	41.9	21.7	8.5	7.2	5.4	4.3	4.3	3.5	3.2



Últimamente se viene notando una tendencia al alza de determinados factores como son la comercialización (11.27%), mano de obra (9.4%), Administración (9.31%) y materia prima (8.3%).

ANÁLISIS CUALITATIVO

Como hemos dicho previamente, la producción nacional de mueble de hogar es fundamentalmente artesanal, intensiva en mano de obra y muy poco mecanizada. La madera y de estilo rústico, con un diseño muy característico y poco innovador copan un alto porcentaje de la oferta. También existe cierta producción de hierro forjado y en menor medida cuero y fibras

naturales como ratán o mimbre. Los diseños más modernos utilizan como materia prima tableros MDF, y tubulares de aluminio y otros metales como acero.

La especie más usada para la elaboración de estos productos es mayoritariamente el pino para muebles de hogar rústicos y roble rojo o blanco, arce, chopo y fresno para muebles de más calidad; aunque estos últimos no suponen más de un 20% de la producción total. Actualmente el 50% de la madera utilizada para su producción es importada, fundamentalmente roble de los EE.UU.. El resto es producto nacional de pino y maderas tropicales.

DISEÑO Y ESTILO MEXICANO DE HOGAR

Dentro del mueble de hogar mexicano, podemos distinguir tres estilos predominantes:

Estilo colonial, caracterizado por su contraste entre la sobriedad del mobiliario y el colorido de los tapizados. Las maderas más utilizadas son el pino, mesquite y palo de rosas entre otras.

En caso de muebles tapizados como salas, utilizan estructuras de madera y llevan cojines forrados con tapicería de lana y algodón de colores vivos, como rosa mexicano o azul rey.

Por su parte, los comedores están diseñados con pedestales de madera sólidos y las sillas son de líneas rectas y talladas.

Los accesorios que complementan la decoración con este tipo de muebles suelen ser el arte sacro, cerámica, vidrio soplado, plata, velas,...

Estilo rústico, es el más económico debido a la calidad de los materiales, que generalmente son todos nacionales. Los colores más utilizados en sus tapizados son azul rey, naranja, amarillo verde y terracota.

Como veníamos comentando anteriormente, estos muebles, en ocasiones, tienen apariencia de madera apolillada, pintados a mano, con elementos de hierro forjado de colores óxido o verde.

En las salas que combinan madera con textiles, a veces se acompañan con cojines de lana burda y aspecto pesado, mientras que los comedores y las recámaras pueden ser tanto de madera como de hierro, al igual que los muebles auxiliares.

Los complementos de este tipo de decoración suelen barros, lana virgen, instrumentos de hierro forjado, ...

Probablemente el estilo más sofisticado nacional, sea el del mueble **Barragán**, que recoge características propias del minimalismo. Líneas rectas, grandes dimensiones, mejores pulidos y

terminados, ausencia de ornamentos,.... y fundamentalmente utiliza maderas claras como el cedro blanco.

El estilo **mexicano contemporáneo**, es sencillo, cálido y versátil; de materiales simples y poco trabajados. Viene a ser un estilo intermedio entre al rústico y Barragán, pero de bastante mejor calidad que el primero. Las maderas más utilizadas son el pino y el cedro blanco, que se combinan con el cuero o herrajes simples. Las tonalidades de los tapizados suelen ser neutras como blanco, crema o beige.

ESTRUCTURA DEL SECTOR

La producción se caracteriza por su escaso diseño y muy poco avance tecnológico, por ello resulta poco competitivo frente a los muebles europeos o norteamericanos, a pesar de la ventaja competitiva en costes que deberían debido al costo de la mano de obra.

El 86% de las más 19.000 sociedades (con 118.000 empleados) relacionadas con el sector del mueble, son micro empresas y pequeñas firmas y un 11.5% y el resto son medianas y grandes. Esto explica en cierto modo la baja competitividad de estas empresas frente a producto exteriores, que aprovechan las ventajas de la producción a escala y mecanización de los procesos.

La industria mueblera produjo a lo largo del año 2002 un total de 8.223 millones de pesos, lo que significa un 3% de la producción industrial mexicana.

La capacidad instalada es aprovechada en un 60% y básicamente artesanal, por lo que aquellos muebles en los que sean necesarias inexcusablemente máquinas, están fuera de competitividad en precio y calidad.

Hay que tener en cuenta el peso en el sector de la reparación del mueble, que emplea a unas 47.000 personas de las 118.000 mencionadas previamente lo que supone un 42% del sector industrial. Por otro lado, el sector comercial eleva la cifra de personal empleado hasta las 193.000 personas.

Tan solo un 7% de las empresas mexicanas fabricantes de mueble de hogar ,exportan de forma habitual parte de sus productos.

Existen 498 maquiladoras de muebles, de las cuales 461 están situadas en la frontera con los EE.UU. con capital estadounidense y mexicano y tan solo un 8% de ellas presenta capital que no sea estadounidense o mexicano (japonés, libanés, inglés, taiwanés o español). Estas empresas maquiladoras son responsables de un 70% del total de las exportaciones y esto permite que la

balanza comercial sea positiva en esta partida. A parte de los muebles de hogar, la industria maquiladora también trabaja con muebles de oficina, cocina, centros para televisión, mesas para ordenadores, ataúdes y otras partes de muebles.

Adicionalmente, hay unas 400 empresas no maquiladoras, que han tenido experiencias en los mercados exteriores.

México un exportador neto de mueble con 3.118 millones de U.S.$ (2% del sector manufacturero), frente a tan solo 750 millones de U.S. $ de importaciones (0.5% de las importaciones de manufacturas), teniendo en cuenta, como se menciona en el párrafo anterior, que gran parte de estas exportaciones son debidas a la maquila de la franja fronteriza norte mencionada anteriormente.

NORMAS TÉCNICAS Y ARANCELES

La única NOM (Norma Oficial Mexicana de obligado cumplimiento) que se aplica sobre este tipo de productos en general es la NOM-050-SCFI-1994, que tiene por objeto establecer la información comercial que deben contener los productos de fabricación nacional o extranjera que se destinen a los consumidores en el territorio nacional y establecer las características de dicha información. Esta norma dispone que la etiqueta incluya en español el nombre genérico y marca, tipo de producto, avisos o precauciones, descripción del producto y términos de la garantía, especificaciones, nombre y marca del importador y/ distribuidor, el número del registro general del importador.....

Dicha NOM viene adjunta al final del documento como el ANEXO IV.

Existen otras NOM´s de carácter particular y concretas dependiendo de la especificidad del producto, como es el caso de la NOM-133/3-SCFI-1999 que se aplica a corrales y encierros para infantes.

En cuestiones medioambientales, no existe ninguna NOM específica que afecte al sector de mueble de hogar.

Hay que tener en cuenta otras normas generales que afectan al comercio general internacional, como la reciente NOM-EM-144-SEMARNAT. Esta establece las especificaciones técnicas de la medida fitosanitaria (tratamiento) y el uso de la marca que acredita y la aplicación de la misma, para el embalaje de madera que se utiliza en el comercio internacional (pallets). Aunque está aprobada y previsto que se aplique en los países NAFTA desde el 1 de Enero de 2004, México y

EE.UU. han solicitado una prórroga, y previsiblemente no se empiece a aplicar hasta mediados de 2004.

En cuanto los aranceles vigentes (plasmados en el cuadro de partidas arancelarias previo) y aplicables a productos de la unión europea (EUR1) varían generalmente entre la exención y el 5% dependiendo de la partida a la que corresponda. Pero para el 2007 disfrutarán de la dispensa fiscal total.

MEDIOS DE TRANSPORTE MÁS HABITUALES

El transporte marítimo es el medio más utilizado en las relaciones comerciales entre España y México. A lo largo de sus 11.500 Km. de costa, México cuenta con 22 puertos comerciales entre los que destaca el de Altamira y Veracruz en el Golfo de México y Manzanillo y Lázaro Cárdenas en la costa del Pacífico por el importante tráfico de mercancías que absorben. Le siguen en importancia Acapulco, Puerto Vallarta, Guaymas, Tampico, Topolobampo, Mazatlán y Tuxptán.

En general, los importadores mexicanos solicitan precios FOB en euros o US$ a sus proveedores españoles con llegada al puerto de Veracruz.

El trayecto entre los puertos de las ciudades de Valencia y Barcelona y el de Veracruz tiene una duración que oscila entre los 21 y los 27 días, dependiendo de las condiciones climatológicas.

Señalar, por último, que el transporte interno de mercancías una vez llegan al puerto de destino se caracteriza por su elevado coste en relación con el flete.

La **red de carreteras** mexicana tiene una extensión de 318.952 Km., de los que únicamente el 32% están asfaltados. Del total, 49.546 Km. corresponden a carreteras federales, 58.873 Km. a carreteras estatales y el resto a caminos rurales. En general, las carreteras no se encuentran en óptimas condiciones debido a su antigüedad y al deficiente mantenimiento de las mismas.

La **red ferroviaria** se extiende a lo largo de 26.623 Km. y está compuesta principalmente por tres ejes norte sur uno a lo largo de la costa del Pacífico, otro en la zona centro y uno en la región noreste. Existe, asimismo, un cuarto eje que enlaza Ciudad de México con la península del Yucatán.

México posee **aeropuertos** en todas las ciudades que cuentan con más de 500.000 habitantes. Así, de los 82 aeropuertos del país, un total de 48 reciben vuelos internacionales, siendo los de Ciudad de México, Cancún, Guadalajara, Monterrey, Acapulco, Tijuana y Puerto Vallarta los que absorben la mayor parte del tráfico aéreo (el 90% aproximadamente).

ANÁLISIS DEL COMERCIO Y LA DEMANDA

DISTRIBUCIÓN

Las cadenas mayoristas, poco a poco van copando el mercado de la distribución apoyándose en su gran capacidad de compras y posibilidad de importar a precios muy favorables, desplazando cada vez más a los pequeños distribuidores.

Esta ha llevado a que los pequeños fabricantes de muebles, que encajaban muy bien en un mercado regional, tengan que intensificar la búsqueda de clientes que les sostengan la producción mínima para subsistir. Por ello y cada vez más, aumenta el número de fábricas que instalan sus propias tiendas, y que utilizan la cercanía territorial (facilidad de logística y abarata costos) para competir en precios y mejorar las propuestas de las grandes cadenas nacionales.

La principal preocupación de la micro y pequeña industria es encontrar mercados para comercializar sus productos. El principal problema que enfrenta la pequeña y gran industria no maquiladora es satisfacer la demanda de altos volúmenes de sus mercados. La planta maquiladora no enfrenta problemas de comercialización.

MICRO Y PEQUEÑA INDUSTRIA	La falta de canales de comercialización estables es una preocupación permanente, la industria es vulnerable a variaciones del mercado o de la relación con los mayoristas. La búsqueda de mercados en los cuales comercializar sus productos es permanente.
MEDIANA Y GRAN INDUSTRIA NO MAQUILADORA	Existe demanda estable para sus productos, la principal preocupación es satisfacer las demandas de alto volumen, que implica en ocasiones crecer en instalaciones y equipamiento.
INDUSTRIA MAQUILADORA	Caso 1 La comercialización no es el ámbito de competencia de la industria, las plantas se limitan a producir y a expedir producto terminado a su matriz en EUA. Caso 2 Existe demanda estable y creciente para sus productos que se distribuyen a EUA a través de distribuidores mayoristas o directamente a grandes

tiendas departamentales.

Actualmente existen tiendas de cobertura nacional (Electra, Famsa, Hnos. Vazquez, Viana, Singer, Salinas, Rocha,...) que dominan el mercado de distribución formal. Pero aún gran parte de la distribución se hace a través de mercadillos, ferias populares, rastros, tiendas de carretera,....

La recomendación para entrar en el sector, es sin duda, localizar y trabajar con socios mexicanos, que están al tanto de las tendencias y cambios cruciales que pueden afectar al mercado. Ellos conocerán en muchas ocasiones, personalmente, a los tomadores de decisión en las empresas y la competencia.

FINANCIACIÓN

Normalmente los fabricantes venden a 30 días vista y los distribuidores a 15, 30 o 45 días vista y ofrecen descuentos de hasta el 15% a sus mejores clientes. Es muy recomendable asegurar las ventas con algún instrumento de cobro, a ser posible a través de cartas de crédito irrevocables. Algunas veces las grandes cadenas de supermercados y tiendas especializadas en muebles reciben crédito gratuito de los proveedores o fabricantes de hasta 120 días.

En cuanto al consumidor final, en tiendas especializadas, las tasas de interés a pagar por la compra fluctúan entre el 70% y 140% anual, sin embargo, los precios de las compras con pago al contado suelen ser más bajos que en tiendas departamentales (que financian las compras con tasas de entre 36% y 70%). Los créditos pueden ser de hasta 2 años y se autorizan en unas 48 horas y la mercancía se entrega de 3 a 5 días después de la operación.

PROMOCIÓN

Es un elemento clave en la comercialización del mueble de hogar e incluye visitas personales a tiendas especializadas, proporcionar a las tiendas catálogos, posters,.... y anuncios en revistas especializadas del sector.

PLANES DEL GOBIERNO QUE AFECTAN A LA DEMANDA

Con el pretexto de defenderse del tan temido ataque de los muebles chinos y apoyar a los fabricantes mexicanos, el Consejo de Fomento a la Vivienda junto con FONACONT (Fondo de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores) otorgará de 100.000 a 150.000 créditos al año para amueblar casas de interés social. El programa se iniciará el próximo mes de Marzo de 2004 en toda la República y se mantendrá hasta el 2006.

TIPO DE DEMANDA

De forma resumida podemos distinguir tres tipos de consumidores mexicanos:

- Un **40% de la población mexicana apenas puede comprar muebles debido a su nivel de ingresos** y por ello, en el mejor de los casos recurren al estilo tradicional de muebles toscos y duraderos.
- La **población con renta intermedia representa el 40-45%** de la población y sus preferencias se orientan hacia el mueble clásico de calidad media con acabados brillantes y pulidos, maderas más bien oscuras, tapizados, cristal y espejos...
- Para el 80% de la población, el factor que más influye en la decisión de compra, y con diferencia, es el precio, seguido de la calidad y el diseño.
- Cuando el consumidor medio mexicano compra un mueble, está haciendo una inversión y espera que para varios años. La poca importancia que tenía el diseño del producto en esta primera compra, se diluye hasta desaparecer como elemento motivador de una segunda compra de reposición.
- A pesar de lo que se pueda pensar, los gustos del consumidor medio mexicano son más parecidos a los de sus vecinos norteamericanos que a los españoles o europeos. Y desde luego los estándares y medidas se rigen por los del vecino del norte. Así por ejemplo las camas siguen los patrones de matrimonial, Queen o King size, de 1,30, 1,50 o 2 metros respectivamente.
- Solo el **15% restante puede permitirse muebles de alta calidad y con cierto diseño** y muchos de ellos acuden al mercado y productos de importación.

- A pesar de la primera impresión, tenemos que tener en cuenta que cuando hablamos del mercado mexicano se manejan 102 millones de personas y aunque en porcentaje los consumidores potenciales sean pocos, las cifras absolutas son sustanciales.

CONCLUSIONES

A pesar de las similitudes que espontáneamente podamos encontrar entre el mercado mexicano y español (idioma, cultura,...) debemos ser conscientes de las diferencias de fondo que existen entre ambos mercados.

La industria de mueble de hogar es, en un alto porcentaje, artesanal y familiar y por ello poco competitiva a pesar del la ventaja en costos (mano de obra) de la que disponen. La inversión en capital ha sido y es realmente baja, por lo que son raros los proceso que requieran de la intervención de máquinas para obtener productos tecnológicamente avanzados. La falta de tecnología en el sector, que se tiene que suplir con mano de obra, es un problema grave, del que los empresarios son conscientes y europeos y norteamericanos están aprovechando.

Por esto el producto nacional que más abunda es el mueble rústico, duradero, barato y aunque con un diseño particular (incluso atractivo para Europa como mueble de campo), muy lejos de ser valorado por ello.

El mercado sigue siendo dominado por los Norteamericanos con más de un 50% de la cuota de mercado. Por su parte China crece vertiginosamente y ya domina más del 25% de las importaciones en el país. Italia es el líder por excelencia del sector de mueble de diseño mientras que España la sigue de cerca, ofreciendo muebles de calidad, precio aceptable para sus características y un diseño que cada vez más apreciado.

El canal de distribución formal más común es el de tiendas especializadas y departamentales, aunque existe buena parte de la producción que se distribuye a través de mercadillos, ferias, tiendas de carretera,.... y otros circuitos más informales.

El arancel del mueble de hogar oscilaba entre la exención y el 5% en 2003, según partidas, reduciéndose hasta la exención total en el 2007. A parte de estos no existen más trabas o normas que cumplir que la NOM-050-SCFI-1994.

A pesar de que solo un 15% de la población disponga de un nivel de renta medio-alto o muy alto, debemos ser conscientes de que detrás de ello existe un mercado de unos 15 millones de consumidores.

El segmento que ocupan la cima en la pirámide de distribución salarial, opta por muebles generalmente de importación y diseño. El resto muebles más económicos y duraderos; generalmente de estilo rústico.

Por último, y a pesar de lo que pudiera pensarse a priori, se aprecia una mayor similitud con el esquema de gustos y preferencias norteamericanos que con el europeo.

ANEXO I. TASAS Y CALENDARIO DE REDUCCIÓN

TRATADO DE LIBRE COMERCIO

TASAS Y CALENDARIO DE REDUCCIÓN

- **CATEGORIA A:**
  ELIMINAN TODOS LOS DERECHOS A PARTIR DE LA ENTRADA EN VIGOR

- **CATEGORIA B:**
  ELIMINAN TODOS LOS DERECHOS EN 4 PARTES IGUALES:
  1° 01/ JULIO/ 2000
  2° 01/ ENERO/ 2001
  3° 01/ ENERO/ 2002
  4° 01/ ENERO/ 2003

- **CATEGORIA B+:**

TASA BASE MEXICANA	2000	2001	2002	2003	2004	2005
20	18	12	8	5	2.5	0
15	13	10	7	5	2.5	0
10	8	6	4	4	2	0
7	5	4	3	2	1	0
5	4	3	2	2	1	0

- **CATEGORIA C:**

TASA BASE MEXICANA	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
20	18	12	8	5	5	4	3	0
15	13	10	7	5	5	4	3	0
10	8	6	5	4	4	3	1	0
7	5	4	3	3	2	2	1	0
5	4	3	2	2	2	1	1	0

ANEXO II NOM-050-SCFI-1994

01-24-96 NORMA Oficial Mexicana NOM-050-SCFI-1994, Información comercial-Disposiciones generales para productos.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.- Dirección General de Normas.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-050-SCFI-1994, INFORMACION COMERCIAL-DISPOSICIONES GENERALES PARA PRODUCTOS.

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, por conducto de la Dirección General de Normas, con fundamento en los artículos 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1o., 39 fracción V, 40 fracción XII, 47 fracción IV de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; 19 fracciones III y IV de la Ley Federal de Protección al Consumidor; 9 y 24 fracciones I y XV del Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; 5o. fracción XIII inciso a) del Acuerdo que adscribe Orgánicamente Unidades Administrativas y delega Facultades en los Subsecretarios, Oficial Mayor, Jefes de Unidad, Directores Generales, Coordinador General y otros Subalternos de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 29 de marzo de 1994 y reformado por decreto publicado en el mismo medio informativo de 14 de septiembre del mismo año, y

CONSIDERANDO

Que es necesario adecuar el marco regulador de la actividad económica nacional,

Que siendo responsabilidad del Gobierno Federal procurar las medidas que sean necesarias para garantizar que los productos y servicios que se comercialicen en territorio nacional ostenten la información comercial necesaria para que los consumidores y usuarios puedan tomar adecuadamente sus decisiones de compra y usar y disfrutar plenamente los productos y servicios que adquieren,

Que la Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece que las normas oficiales mexicanas se constituyen como el instrumento idóneo para la prosecución de estos objetivos, se expide la siguiente:

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-050-SCFI-1994, INFORMACION COMERCIAL-DISPOSICIONES GENERALES PARA PRODUCTOS.

Para estos efectos, esta Norma Oficial Mexicana entrará en vigor el 1 de noviembre de 1996.

Sufragio Efectivo. No Reelección.

México, D.F., a 3 de enero de 1996.- La Directora General de Normas, **Ma. Eugenia Bracho González**.- Rúbrica.

PREFACIO

En la elaboración de la presente Norma Oficial Mexicana participaron, por parte del sector público:

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

Dirección General de Políticas Comerciales

Dirección General de Política Industrial

Dirección General de Normas

SECRETARIA DE SALUD

Subsecretaría de Regulación y Fomento Sanitario

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO (ADMINISTRACION GENERAL DE ADUANAS)

Por parte del sector privado participaron:

INSTITUTO MEXICANO DEL ENVASE

CAMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE CHIHUAHUA

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA ELECTRONICA Y DE COMUNICACIONES ELECTRICAS

ASOCIACION NACIONAL DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE LA REPUBLICA MEXICANA

CONFEDERACION DE CAMARAS NACIONALES DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO

ASOCIACION DE PARTES Y ACCESORIOS AUTOMOTRICES (AUTOMOTIVE PARTS & ACCESSORIES ASSOCIATION)

ST. JOHN-VILLAREAL ASSOCIATES

CAMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MEXICO

ABASTECEDORA LUMEN, S.A. DE C.V.

DISTELLED SPIRITS COUNCIL OF THE UNITED STATES

AMERICAN FOREST & PAPER ASSOCIATION

OFFICE OF THE UNITED STATES TRADE REPRESENTATIVE

UNITED STATES DEPARTMENT OF COMMERCE (NATIONAL INSTITUTE OF STANDARDS AND TECHNOLOGY) "NIST"

AMERICAN FURNITURE MANUFACTURERS ASSOCIATION

ASOCIACION DE FABRICANTES DE EQUIPO Y MOTORES (MEMA)

ASOCIACION NACIONAL DE TIENDAS DE AUTOSERVICIO Y DEPARTAMENTALES, A.C.

ASESORIA CORPORATIVA CIFRA, S.A. DE C.V.

SECTOR FABRICANTE DE BANDAS TRAPEZOIDALES AUTOMOTRICES E INDUSTRIALES, ASI COMO DE MANGUERAS PARA TODO TIPO DE USO, BANDAS DE TIEMPO Y BANDAS DE TRANSMISION DE FUERZA DE LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA HULERA

ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE BICICLETAS, A.C.

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE ACEITES, GRASAS Y JABONES

ASOCIACION MEXICANA DE PRODUCTORES DE FONOGRAMAS Y VIDEOGRAMAS, A.C.

HASBRO DE MEXICO, S.A. DE C.V.

YVES ROCHER

WELLA DE MEXICO, PRODUCTORA DE COSMETICOS, S.A. DE C.V.

TIMKEN DE MEXICO, S.A. DE C.V.

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE PERFUMERIA Y COSMETICA

COMPAñIA HULERA GOODYEAR-OXO, S.A. DE C.V.

ASOCIACION MEXICANA DE LA INDUSTRIA DEL JUGUETE, A.C.

JOHN MIDDLETON

CIGAR ASSOCIATION OF AMERICA

CANACINTRA; SECCIONES DE:

Fabricantes de maquinaria, componentes y partes para maquinaria

Fabricantes de bombas para el manejo de fluidos

Fabricantes de equipo, partes y derivados para la industria azucarera

Fabricantes de recipientes a presión para procesos fisicoquímicos

Fabricantes de equipo para el tratamiento y servicios del agua

Fabricantes de moldes, troqueles, dispositivos y modelos para fundición

Fabricantes de transportadores y equipo para el manejo de materiales

Fabricantes de instrumentación industrial

Fabricantes máquinas-herramientas

Fabricantes de tractores e implementos agrícolas

Industriales de la parafina

Plantas recicladoras de subproductos de origen animal

Fabricantes de vidrio, artículos de vidrio cristal

Industrias varias

Fabricantes de artesanías artísticas, de hojalaterías, alfarerías y otras

Fabricantes de artículos de cuero para el uso industrial

Fabricantes de colchones, borras, estopas y guatas

Fabricantes de materiales, equipos y artículos dentales

Fabricantes de artículos de piel y viaje

Fabricantes de persianas, cortinas y cortinas metálicas

Talleres y laboratorios eléctricos y electrónicos

Laboratorios de prótesis dental

Fabricantes de muebles

ASOCIACION DE FABRICANTES DE CAUCHO DE LOS ESTADOS UNIDOS (UNITED STATES RUBBER MANUFACTURERS ASSOCIATION "RMA")

ABASTECEDORA LUMEN, S.A. DE C.V.

SMITHLINE BEECHAM

URREA HERRAMIENTAS PROFESIONALES, S.A. DE C.V.

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA CERVEZA Y DE LA MALTA

MEAD SCHOOL AND OFFICE PRODUCTS INTERNATIONAL

FORT HOWARD CORP

CONFEDERACION DE ASOCIACIONES DE AGENTES ADUANALES DE LA REPUBLICA MEXICANA

AIR CONDITIONING AND REFRIGERATION INSTITUTE

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA CELULOSA Y DEL PAPEL

SECCION DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE PRODUCTOS FOTOGRAFICOS DE ANIERM

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA HULERA

CEVICA, S.A. DE C.V.

DISEñO EN CANASTAS Y DESHIDRATADO

CERVEZAS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.

MASCOMEX, S.A. DE C.V.

JUGUETES ALGARA, S.A. DE C.V.

TOTAL HOME, S.A. DE C.V.

GILLETTE MANUFACTURA, S.A. DE C.V.

GRUPO SCANDI

ACE HARDWARE CORPORATION

CONLON, FRANZ, PHELAN, ETC. ABOGADOS

ASOCIACION NACIONAL DE LA INDUSTRIA QUIMICA

CONTINENTAL BAKING COMPANY (CBC INTERNATIONAL) M-B SALES L.P.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-050-SCFI-1994, INFORMACION COMERCIAL-DISPOSICIONES GENERALES PARA PRODUCTOS.

1. Objetivo

Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer la información comercial que deben contener los productos de fabricación nacional o extranjera que se destinen a los consumidores en el territorio nacional y establecer las características de dicha información.

2. Campo de aplicación

2.1 Esta Norma es aplicable a todos los productos de fabricación nacional y extranjera destinados a los consumidores en territorio nacional.

2.2 La presente Norma no se aplica a:

a) Los productos que estén sujetos a disposiciones de información comercial contenidas en normas oficiales mexicanas específicas o en alguna otra reglamentación vigente;

b) Los productos a granel;

c) Los animales vivos;

d) Los libros, revistas, fascículos y las publicaciones periódicas en cualquier presentación, incluyendo de manera enunciativa y no limitativa, discos magnéticos y compactos, cintas y artículos análogos;

e) Los demás productos que determine la autoridad competente, conforme a sus atribuciones.

3. Referencias

Esta Norma se complementa con las siguientes normas oficiales mexicanas vigentes:

NOM-008-SCFI	Sistema General de Unidades de Medida.
NOM-030-SCFI	Información comercial - Declaración de cantidad en la etiqueta Especificaciones.

4. Definiciones

Se establecen las siguientes definiciones para efectos de la presente Norma:

4.1 Consumidor

Persona física o moral que adquiere o disfruta, como destinatario final, productos. No es consumidor quien adquiera, almacene, utilice o consuma productos con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros.

4.2 Embalaje

Material que envuelve, contiene y protege los productos, para efecto de su almacenamiento y transporte.

4.3 Envase

Cualquier recipiente o envoltura en el cual está contenido el producto para su venta al consumidor.

4.4 Envase múltiple

Cualquier recipiente o envoltura en el que se encuentran contenidos dos o más variedades iguales de productos preenvasados, destinados para su venta al consumidor en dicha presentación.

4.5 Envase colectivo

Cualquier recipiente o envoltura en el que se encuentran contenidos dos o más variedades diferentes de productos preenvasados, destinados para su venta al consumidor en dicha presentación.

4.6 Etiqueta

Cualquier rótulo, marbete, inscripción, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, escrita, impresa, estarcida, marcada, grabada en alto o bajo relieve, adherida o sobrepuesta al producto, a su envase o, cuando no sea posible por las características del producto o su envase, al embalaje.

4.7 Garantía

Documento mediante el cual el productor o importador se compromete a respaldar el producto contra defectos de funcionamiento, de los materiales o de la mano de obra empleados en la fabricación del producto.

4.8 Instructivo

Información por escrito dirigida al consumidor que explica cómo debe usarse y aprovecharse el producto.

4.9 Manual de operación

Documento que proporciona la información necesaria para el ensamblado, instalación, conexión y mantenimiento del producto.

4.10 Preenvasado

Proceso en virtud del cual un producto es colocado en un envase de cualquier naturaleza, sin encontrarse presente el consumidor, y la cantidad de producto contenida en el envase no puede ser alterada a menos que éste sea abierto o modificado.

4.11 Producto a granel

Producto que debe pesarse, contarse o medirse en presencia del consumidor por no encontrarse preenvasado al momento de su venta.

4.12 Productos peligrosos

Aquellos definidos así por las normas oficiales mexicanas y la legislación vigente.

4.13 Secretaría

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

4.14 Superficie principal de exhibición

De conformidad con la NOM-030-SCFI, aquella parte de la etiqueta o envase a la que se le da mayor importancia para ostentar el nombre y la marca comercial del producto, excluyendo las tapas y fondos de latas, tapas de frascos, hombros y cuellos de botellas.

5. Especificaciones de Información

5.1 Requisitos generales

5.1.1 La información acerca de los productos debe ser veraz y describirse y presentarse de forma tal que no induzca a error al consumidor con respecto a la naturaleza y características de los productos.

5.2 Información comercial

5.2.1 Los productos sujetos a la aplicación de esta Norma deben contener en sus etiquetas, cuando menos, la siguiente información comercial obligatoria:

a) Nombre o denominación genérica del producto, cuando no sea identificable a simple vista por el consumidor.

b) Indicación de cantidad conforme a la NOM-030-SCFI.

c) Nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del productor o responsable de la fabricación para productos nacionales. En el caso de productos importados, esta información deberá ser proporcionada a la Secretaría por el importador a solicitud de ésta.

La Secretaría proporcionará esta información a los consumidores que así lo soliciten cuando existan quejas sobre los productos.

d) Leyenda que identifique el país de origen del producto, por ejemplo " producto de...", "hecho en...", "manufacturado en..." u otros análogos, sujeto a lo dispuesto en los tratados internacionales de los cuales México sea parte.

e) Las advertencias de riesgos por medio de leyendas, gráficas o símbolos precautorios en el caso de productos peligrosos.

f) Cuando el uso, manejo o conservación del producto requiera de instrucciones, debe presentarse esa información o indicarse en un instructivo o manual de operación anexo, anotándose en la respectiva etiqueta "VEASE INSTRUCTIVO ANEXO" o “MANUAL DE OPERACION ANEXO”.

g) Cuando corresponda, la fecha de caducidad o de consumo preferente.

h) Tratándose de productos importados, nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del importador. Esta información puede incorporarse al producto en territorio nacional, después del despacho aduanero y antes de la comercialización del producto.

5.2.2 Idioma y términos

La información que se ostente en las etiquetas de los productos debe:

a) Expresarse en idioma español, sin perjuicio de que se exprese también en otros idiomas. Cuando la información comercial se exprese en otros idiomas debe aparecer también en español, cuando menos con el mismo tamaño y proporcionalidad tipográfica y de manera igualmente ostensible. En todos los casos debe indicarse cuando menos la información establecida en el punto 5.2.1.

b) Expresarse en términos comprensibles y legibles, de manera tal que el tamaño y tipo de letra permitan al consumidor su lectura a simple vista.

c) Cumplir con lo que establecen las normas oficiales mexicanas NOM-008-SCFI y NOM-030-SCFI (ver Referencias), sin perjuicio de que además se puedan expresar en otros sistemas de unidades. La información que se exprese en un sistema de unidades distinto al Sistema General de Unidades de Medida debe aparecer también en este último, cuando menos con el mismo tamaño y proporcionalidad tipográfica y de manera igualmente ostensible.

d) Presentarse en etiqueta fijada de manera tal que permanezca disponible hasta el momento de su uso o consumo en condiciones normales, la cual debe aplicarse en cada unidad o envase múltiple o colectivo.

e) Estar colocada en la superficie principal de exhibición, tratándose al menos de la siguiente información:

i) nombre genérico del producto en los términos del inciso 5.2.1 a), y

ii) indicación de cantidad.

5.3 Instructivos, manuales de operación y garantías

5.3.1 Idioma

Los instructivos, manuales de operación y garantías deben expresarse en idioma español y de acuerdo al Sistema General de Unidades de Medida, sin perjuicio de que además se expresen en otros idiomas y sistemas de unidades. Cuando la información se exprese en otros idiomas, debe aparecer también en idioma español, cuidando que por lo menos sea con el mismo tamaño y proporcionalidad tipográfica y de manera igualmente ostensible.

5.3.2 Contenido

Los productos objeto de esta Norma, cuyo uso, manejo o conservación requiera de instrucciones, deben ir acompañados, sin cargo adicional para el consumidor, de los instructivos, manuales de operación y, en su caso, garantías, los cuales deben contener indicaciones claras y precisas para el uso normal, manejo, conservación, ensamble y aprovechamiento de los productos, así como las advertencias para el manejo seguro y confiable de los mismos.

5.3.2.1 Los instructivos y manuales de operación adicionalmente deben indicar:

a) Nombre, denominación o razón social del productor nacional, o importador, domicilio fiscal y teléfono de servicio en territorio nacional.

b) Identificación del producto al que corresponde.

c) Precauciones para el usuario o consumidor.

d) Cuando proceda, las indicaciones para su instalación, conexión, ensamble o mantenimiento para su adecuado funcionamiento.

Cuando se ofrezca garantía por los productos y se incorporen en ella los datos a que se refiere el inciso "a", no será requisito indicarlos también en el instructivo y manuales de operación.

5.3.3 Garantías

Cuando se ofrezcan garantías por los proveedores, éstas deben expedirse en los términos y forma establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor e indicar y cumplir con lo siguiente:

a) Nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del productor nacional o importador del producto y teléfonos de servicio en territorio nacional.

b) Identificación del producto al que corresponde la garantía.

c) Nombre y domicilio de los establecimientos en la República Mexicana donde puede hacerse efectiva la garantía, así como aquellos donde el consumidor pueda adquirir partes y refacciones.

d) Duración de la garantía.

e) Conceptos que cubre la garantía y limitaciones o excepciones.

f) Procedimiento para hacer efectiva la garantía.

g) Precisar la fecha en que el consumidor recibió el producto o indicar los documentos de referencia donde ésta se señale. Es responsabilidad del comerciante asegurarse que esta información esté presente al momento de la venta del producto al consumidor, de no hacerlo así, el comerciante deberá cumplir con los términos de la garantía directamente.

h) Para hacer efectiva la garantía no podrán exigirse otros requisitos que la presentación del producto, la póliza vigente y comprobante de venta.

5.3.4 Incorporación de los instructivos, manuales de operación y garantías

En todos los casos, los instructivos, manuales de operación y garantías deben entregarse al consumidor en el establecimiento comercial cuando adquiera los productos.

6. Vigilancia

La vigilancia de la presente Norma está a cargo de la autoridad competente y las unidades de verificación acreditadas para el efecto.

7. Bibliografía

Ley Federal de Protección al Consumidor.

Diario Oficial de la Federación del 24 de diciembre de 1992.

Acuerdo que establece la información en español que deberán contener los productos importados y la autorización para usar otros idiomas cuando los productos nacionales se exporten.

Diario Oficial de la Federación del 19 de junio de 1987.

Abrogado.

Acuerdo por el que se modifica la fracción III del artículo primero del que establece la información en español que deberán contener los productos importados y la autorización para usar otros idiomas cuando los productos nacionales se exporten.

Diario Oficial de la Federación del 10 de marzo de 1983.

Abrogado.

Acuerdo que identifica las fracciones arancelarias de las Tarifas de la Ley del Impuesto General de Importación y de la de Exportación que clasifican las mercancías sujetas al cumplimiento de las normas oficiales mexicanas.

Diario Oficial de la Federación del 7 de marzo de 1994.

8. Concordancia con normas internacionales

ISO. Guide 14 Product Information for consumers. First edition 1977-03-01.

Concordancia parcial.

ISO. Guide 37 Instructions for use of products of consumer interest. First edition 1983-05-01.

Concordancia parcial.

ISO. Guide 41 Standards for packaging- Consumer requirements.

First edition 1984-04-15.

Concordancia parcial.

México, D.F., a 3 de enero de 1996.- La Directora General de Normas, **Ma. Eugenia Bracho González.-** Rúbrica.

ANEXO III NOM-EM-144-SEMARNAT

SECRETARIA DE MEDIO AMBIENTE
Y RECURSOS NATURALES

NORMA Oficial Mexicana de Emergencia NOM-EM-144-SEMARNAT, Que establece las especificaciones técnicas de la medida fitosanitaria (tratamiento) y el uso de la marca que acredita la aplicación de la misma, para el embalaje de madera que se utiliza en el comercio internacional.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

JUAN JOSE GARCIA DE ALBA BUSTAMANTE, Subsecretario de Fomento y Normatividad Ambiental, con fundamento en el artículo 32 bis fracciones I, II, IV, V y XLI de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; en los artículos 16 fracciones XVI y XXVI, 119 y 120 de la Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable; 1o., 2o., 4o., 5o. y 19 de la Ley Federal de Sanidad Vegetal; 40, 41 y 48 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y 8o. fracción V y 32 fracción XII del Reglamento Interior de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, y

CONSIDERANDO

Que los embalajes de madera son esenciales en el comercio internacional para el movimiento y protección de bienes y mercancías.

Que los embalajes de madera son comúnmente fabricados con madera no manufacturada, la cual carece de un procesamiento o tratamiento suficiente para eliminar las plagas vivas presentes en la madera en bruto o recién cortada.

Que se han realizado, en los diversos puntos de ingreso de bienes o mercancías de importación, intercepciones de plagas no nativas de importancia cuarentenaria presentes en el embalaje de madera y que estas plagas son capaces de sobrevivir, introducirse y dispersarse en parte o todo el territorio nacional, por lo que el embalaje de madera es considerado una de las principales vías en el movimiento de plagas no nativas de cuarentena.

Que México es parte contratante de la Convención de acuerdo con el Decreto Promulgatorio de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria, aprobado mediante la Resolución 12/97 del 29o. periodo de sesiones de la Conferencia de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), celebrado en Roma, Italia, el diecisiete de noviembre de mil novecientos noventa y siete y publicado para su debida observancia en el **Diario Oficial de la Federación** el 30 de noviembre de 2000.

Que en marzo de 2002, la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria adoptó una norma internacional para el embalaje de madera denominado: “Directrices para Reglamentar el Embalaje de Madera Utilizado en el Comercio Internacional,” publicación número 15; esta Norma reconoce el riesgo, para la salud de los vegetales, asociado con el embalaje de madera, cuyo alcance describe las medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción y/o diseminación de plagas cuarentenarias asociadas al embalaje de madera, fabricado con madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional, incluyendo una Marca reconocida internacionalmente; asimismo, describe las medidas que además de ser aceptadas a nivel mundial, han sido aprobadas y que todos los países podrán aplicar al embalaje de madera para eliminar casi en su totalidad el riesgo de la mayoría de plagas cuarentenarias y reducir considerablemente el riesgo de otras plagas que puedan estar asociadas con dicho embalaje.

Que dentro de dicha norma internacional en el perfil de los requisitos los países exportadores deben establecer procedimientos para verificar la aplicación de las medidas aprobadas, incluyendo la aplicación de una Marca reconocida mundialmente.

Que el 24 de abril de 2003 los países de la Organización Norteamericana de Protección a las Plantas (NAPPO), Canadá, Estados Unidos y México, acordaron implementar medidas a partir del 2 de enero de 2004 para adoptar la Norma para "Directrices para Reglamentar el Embalaje de Madera Utilizado en el Comercio Internacional".

Que en la reunión 27a. de la NAPPO celebrada del 20 al 24 de octubre de 2003, en la ciudad de Nueva Orleans, Estados Unidos de América, México se comprometió a implementar gradualmente la NIMF 015 iniciando a partir de enero de 2004, de no iniciarse el marcaje del embalaje se generaría una amenaza inminentemente para el funcionamiento del comercio internacional debido a causas de protección ambiental.

A fin evitar riesgo fitosanitarios y poner en peligro el comercio nacional, es necesario dar a conocer la medida fitosanitaria reconocida y la Marca que atestigua que se aplicó dicha medida. Por lo anterior me permito expedir la siguiente:

NORMA OFICIAL MEXICANA DE EMERGENCIA NOM-EM-144-SEMARNAT, QUE ESTABLECE LAS ESPECIFICACIONES TECNICAS DE LA MEDIDA FITOSANITARIA (TRATAMIENTO) Y EL USO DE LA MARCA QUE ACREDITA LA APLICACION DE LA MISMA, PARA EL EMBALAJE DE MADERA QUE SE UTILIZA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

INDICE

1. Objetivo y campo de aplicación

2. Referencias

3. Definiciones

4. Especificaciones

5. Procedimiento de evaluación de la conformidad

6. Grado de concordancia con normas y recomendaciones internacionales

7. Observancia de la Norma

8. Bibliografía

1. Objetivo y campo de aplicación

La presente Norma tiene por objeto dar a conocer las especificaciones técnicas de la medida fitosanitaria (tratamiento) reconocida y el uso de la Marca que atestigua la aplicación de la misma, para el embalaje de madera que se utilice en el comercio internacional. Es de aplicación en todo el territorio nacional.

2. Referencias

No existen referencias para la aplicación de la presente Norma.

3. Definiciones

Para efectos de esta Norma, se entenderá por:

3.1. Centro de chapa: Subproducto de la producción de chapa que conlleva altas temperaturas y que consiste en el centro de un tronco que resulta del proceso de cortado de la chapa.

3.2. Dirección: Dirección General de Gestión Forestal y de Suelos.

3.3. Embalaje de madera: Madera o productos de madera (excluyendo los productos de papel) utilizados para sujetar, proteger o transportar un envío, como son las tarimas, cajas, cajones, jaulas, carretes, madera para estiba y calzas, entre otros.

3.4. Embalaje de madera manufacturada: Embalaje de madera elaborado totalmente con productos a base de madera tales como el contrachapado, los tableros de partículas, los tableros de fibra orientada o las hojas de chapa que se han producido utilizando pegamento, calor y presión o una combinación de los mismos.

3.5. FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (siglas en inglés).

3.6. Fumigación: Tratamiento con un agente químico que alcanza al producto básico completamente o primordialmente en estado gaseoso.

3.7. Impregnación química a presión (IQP): Tratamiento a la madera con un preservador químico mediante un proceso de presión de acuerdo con especificaciones técnicas reconocidas en esta Norma.

3.8. Madera para estiba: Embalaje de madera usado para soportar un cargamento, pero que no está asociado con el producto básico.

3.9. Marca: Estampado reconocido internacionalmente, aplicada a un artículo reglamentado para atestiguar su situación fitosanitaria.

3.10. Medida fitosanitaria: Cualquier legislación, reglamento o procedimiento oficial que tenga el propósito de prevenir la introducción y/o diseminación de plagas cuarentenarias, o de limitar las repercusiones económicas de las plagas no cuarentenarias reglamentadas.

3.11. Plaga cuarentenaria: Una plaga de importancia económica potencial para el área en peligro aun cuando la plaga no existe o, si existe, no está extendida y se encuentra bajo control oficial.

3.12. Persona: Persona física o moral.

3.13. PROFEPA: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente.

3.14. Secado en estufa: Proceso por el cual se seca la madera en una cámara cerrada mediante el uso controlado de calor y/o humedad hasta alcanzar un determinado contenido de humedad.

3.15. Secretaría: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

3.16. Tratamiento: Procedimiento autorizado para matar, eliminar o esterilizar plagas.

3.17. Tratamiento térmico: Proceso mediante el cual un producto básico es sometido al calor hasta alcanzar una temperatura mínima, durante un periodo mínimo de tiempo, conforme a especificaciones técnicas reconocidas por esta Norma.

4. Especificaciones

4.1. Especificaciones generales

4.1.1. La Marca a la que se refiere la presente Norma es reconocida mundialmente y tiene como finalidad atestiguar que el embalaje de madera fue sometido a la medida fitosanitaria (tratamiento) establecida en la presente Norma.

4.1.2. Quien desee usar para sí o para terceros la Marca deberá solicitar la autorización correspondiente a la Secretaría.

4.1.3. Quedan exceptuados de la presente Norma, los siguientes casos de embalajes de madera:

4.1.3.1. Los fabricados en su totalidad de madera manufacturada, tales como el contrachapado, los tableros de partículas, los tableros de fibra orientada o las hojas de chapa, que se han producido utilizando pegamento, calor o presión o con una combinación de los mismos.

4.1.3.2. Los centros de chapa, el aserrín, la viruta y la madera en bruto cortada en trozos con un espesor igual o menor a 6 mm (seis milímetros).

4.1.4. La medida fitosanitaria (tratamiento) establecida en la presente Norma, reduce significativamente el riesgo de introducción al país de las siguientes plagas asociadas al embalaje de madera:

Insectos:

Anobiidae

Bostrichidae

Buprestidae

Cerambycidae

Curculionidae

Isóptera

Lyctidae (con algunas excepciones para el tratamiento térmico)

Oedemeridae

Scolytidae

Siricidae

Nemátodos:

Bursaphelenchus xylophilus

4.1.5. Cualquier persona que pretenda usar alguna medida fitosanitaria (tratamiento) alterna no establecida o reconocida en la presente Norma, deberá solicitar a la Secretaría su autorización, siguiendo el procedimiento establecido en el artículo 49 de la Ley Federal sobre Metodología y Normalización.

4.2. Lineamientos específicos.

4.2.1. De la medida fitosanitaria reconocida.

La medida fitosanitaria reconocida para el embalaje de madera es el Tratamiento Térmico.

4.2.1.1. Tratamiento Térmico (TT). Deberá aplicarse calor a la madera sin corteza de acuerdo con una secuela de tiempo-temperatura que permita alcanzar una temperatura mínima al centro de la tabla de 56°C, por un mínimo de 30 minutos.

El secado en estufa (KD), la impregnación química a presión (IQP) u otros tratamientos pueden considerarse tratamientos térmicos en la medida en que cumplan con las especificaciones del párrafo anterior.

Cuando el embalaje de madera sea sometido a uno de estos tratamientos mencionados las siglas se incorporarán a la Marca después de la abreviatura TT.

4.2.1.2. Las estufas de secado de madera son instalaciones compuestas por un conjunto de equipos, realizado con el fin de producir, en un ambiente limitado, un clima con propiedades aptas al secado de la madera. Estas instalaciones deberán tener como mínimo lo siguiente:

a) Un sistema de calefacción capaz de calentar la madera, las paredes de la celda y de suministrar calor para la evaporación de la humedad de la madera al nivel deseado.

b) Un sistema de ventilación con la finalidad de producir una circulación de aire apropiada a través de las pilas de madera y de los intercambiadores de calor.

c) Un sistema semiautomático o automático de medición y regulación para el control del proceso de secado.

d) Un sistema de humidificación para restablecer el nivel adecuado de humedad.

4.2.1.3. En caso de que la Secretaría autorice alguna medida fitosanitaria alterna en términos del numeral 4.1.5. de esta Norma; la publicación de la autorización que se realice en el **Diario Oficial de la Federación**, deberá incluir: el tipo de tratamiento autorizado, las especificaciones técnicas de la misma y la abreviatura que la identifique para que sea incluida en la Marca.

4.2.2. Del uso de la Marca.

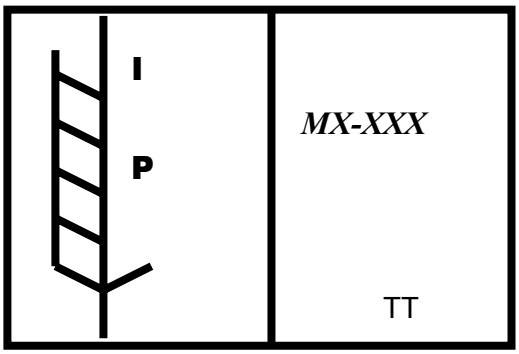
La Marca avalará que el embalaje de madera fue sometido a la medida fitosanitaria (tratamiento) establecidas en el apartado 4.2.1 de la presente Norma, o aquellas que, en su caso, se autoricen en los términos del punto 4.1.5. de esta Norma.

4.2.2.1. La Marca de tratamiento deberá ser legible, permanente y colocarse en un lugar visible en por lo menos dos lados opuestos del embalaje de madera. Los colores rojo y naranja no deben usarse como color de la Marca. La Marca puede ser pintada con pintura permanente preferentemente en negro, grabada con calor o rotulada. Las etiquetas o calcomanías no están permitidas. La Marca es intransferible.

4.2.2.2. La colocación de la Marca en la madera para estiba dependerá de las dimensiones y podrá ser colocada a equidistancias a lo largo de la estiba.

4.2.2.3. La figura de la Marca y el contenido deberá ajustarse a lo siguiente:

Figura de la Marca



Contenido de la Marca:

a) XXX- Número único otorgado por la Secretaría a la persona autorizada para el uso de la Marca.

b) MX- Las dos letras del código ISO para México.

c) TT- Abreviatura del tratamiento térmico a 56°C por un mínimo de 30 minutos.

e) (AAA)- Código de la identificación de la persona autorizada (opcional).

5. Procedimiento de Evaluación de la Conformidad

La evaluación de la conformidad de la presente Norma será realizada por personal oficial y de la dirección, respecto de la aplicación de los tratamientos fitosanitarios autorizados y del uso de la Marca.

6. Grado de concordancia con otras normas y recomendaciones internacionales

Esta Norma Oficial Mexicana concuerda parcialmente con la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional adoptada el 15 de marzo de 2002 por la Comisión Interina de Medidas Fitosanitarias de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de la FAO.

7. Observancia de la Norma

La vigilancia del cumplimiento de la presente Norma corresponde a la Secretaría, por conducto de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente, cuyo personal realizará los trabajos de inspección y vigilancia que sean necesarios.

Las infracciones a la misma se sancionarán en los términos de la Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable y el Reglamento en vigor, y demás disposiciones legales aplicables.

8. Bibliografía

8.1. FAO 2002. Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional. NIMF Pub. No. 15, Roma, Italia, 16 p.

8.2. FAO 1999. Glosario de Términos Fitosanitarios. NIMF Pub. No. 5, Roma, Italia, pp. 44-56.

TRANSITORIO

UNICO.- La presente Norma entrará en vigor al día siguiente al de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**.

Dado en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los trece días del mes de noviembre de dos mil tres.- El Subsecretario de Fomento y Normatividad Ambiental y Presidente del Comité Consultivo Nacional de Normalización de Medio Ambiente y Recursos Naturales, **Juan José García de Alba Bustamante**.- Rúbrica.

ANEXO IV. SITUCIÓN MACROECONÓMICA DEL PAÍS

SITUACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ECONOMÍA

Como bien sabemos, la economía mexicana se caracteriza principalmente por la dependencia de sus vecinos estadounidenses y desde de la crisis que comenzó en Agosto de 2000 todavía no se han publicado datos que avalen con total seguridad la recuperación económica, aunque todos quieren intuirla.

Las perspectivas de la economía mexicana siguen decayendo. Además de tener que soportar la incertidumbre sobre la solvencia de la economía de EE UU la economía nacional se ve afectada por una política económica estricta, ya que el Banco Central esta ansioso por mantener las crecientes expectativas **inflacionistas** para poder mantener sus metas monetarias.

El siguiente cuadro resumen de los indicadores económicos muestra una radiografía de la situación de la economía mexicana.

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
PIB (var. anual en %)	4.9	3.7	6.6	-0.3	0.9	0.4	Q3 2003
Inflación (IPC, var. anual %)	18.6	12.3	9.0	4.4	5.7	4.0	sep-03
Tipo de Cambio (Pesos/US$)	9.87	9.50	9.65	9.16	10.40	11.03	31-oct-03
Cuenta Corriente (US$ m)	-15,786	-14,000	-18,162	-18,068	-14,004	-11,502	Q2 2003

Latin-Focus Consensus Forecast (www.latin-focus.com)

El pobre crecimiento del **PIB** (0,4%) no anima a los agentes del mercado y plantea serias dudas para los inversionistas. La gran diferencia entre las previsiones de crecimiento a principio de año y a día de hoy es decepcionantes y cuestionan las optimistas previsiones de crecimiento para el 2004 (alrededor de un 3%).

Así todo la recuperación económica tiene que llegar, aunque se retrasará hasta que despegue del todo la economía americana.

La estructura económica sectorial del país, corresponde en términos de aportación al PIB, con la de un país desarrollado, pero está un poco atrasada en cuanto a distribución de la fuerza laboral entre los distintos sectores.

México todavía necesita ciertas reformas estructurales para resolver sus problemas, modernizarse e incrementar su nivel de vida. La **Reforma Eléctrica** es una de las más polémicas, pero requiere un cambio constitucional y la opinión pública y la oposición no está a favor, utilizando el argumento de la pérdida de la soberanía nacional.

La **Reforma fiscal**, según lo propuesto por el Gobierno, consistiría en aplicar un tipo único para el impuesto del IVA del 10% frente a los que se venía haciendo (medicinas, educación y libros exentos; Franjas fronterizas 10% y tipo general para el resto del país 15%). El monto total del impuesto no variaría muchos, pero se simplificaría la recaudación. También se ha planteado una modificación del ISR (IRPF). Aunque no se sabe como acabará todo esto, el Parlamento tendrá que resolver la cuestión de ambos impuestos antes del 31 de Diciembre, ya que en México no se contempla la prorroga presupuestaria.

Entre otras medidas liberarles que el Gobierno está discutiendo, se encuentra la privatización de algunas de las Agencias Paraestatales. Y aunque el interés en estos momentos se centra en las dos reformas anteriores, todo hace prever la oposición de la opinión pública, de nuevo con el argumento de pérdida de soberanía nacional.

PERSPECTIVAS DEL MERCADO

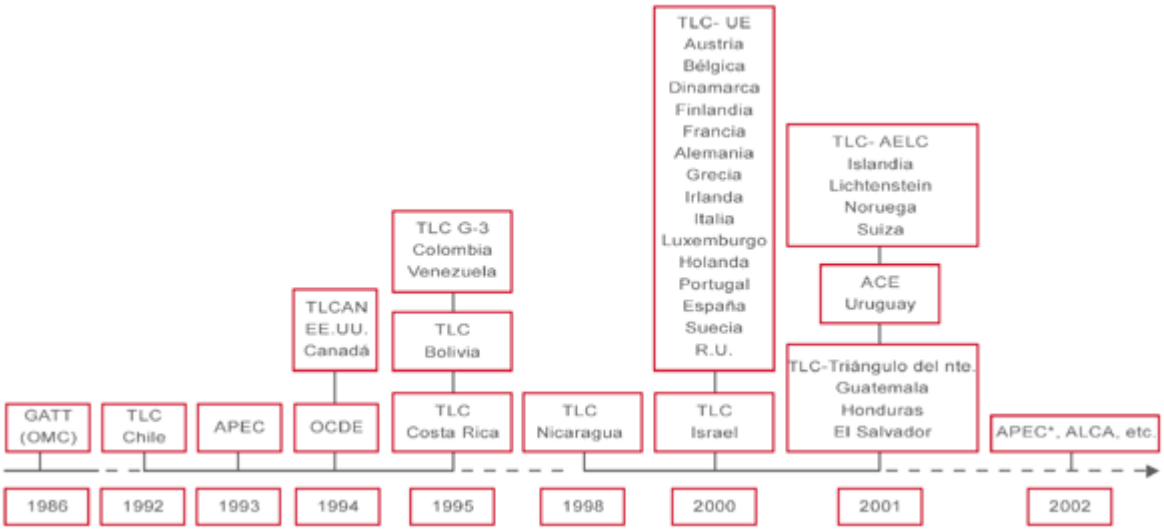
A pesar de los erráticos datos anteriores y debido a la fuerte ligazón con la economía estadounidense, se espera que la recuperación definitiva se produzca con consistencia a lo largo del año que viene.

Las reformas mencionadas anteriormente, aunque tienen visos de no aclararse prontamente, son fundamentales para la agilización de la economía y aumentar la eficiencia. Un paso hacia delante para ganarse la confianza de los inversores extranjeros.

En definitiva, conviene vigilar de cerca el mercado mexicano y la evolución de oportunidades de inversión y comerciales con el país debido a las altas posibilidades de éxito económico si el gobierno lleva a cabo un buena gestión.

COMERCIO EXTERIOR

México es uno de los países con más tratados comerciales que existe. Con diez acuerdos de libre comercio cubre 32 mercados nacionales en tres continentes distintos, convirtiéndose así en uno de los países aparentemente mas abiertos a las economías externas y al mercado exterior que existe.



Fte. Secretaría de Economía

Concretamente, el Tratado de Libre Comercio firmado entre la Unión Europea y México, establece el desarme arancelario pleno para el 2007. Hasta entonces habrá una reducción progresiva de los aranceles de todos los productos, lo que es un aliciente importante para el comercio exterior Unión Europea-México y sitúa en una posición mucho más competitiva nuestros productos en el mercado mexicano.

También es cierto, que los complicados trámites aduaneros y múltiples requisitos que se les exigen a los productos extranjeros, sirven de barreras no arancelarias que dificultan las transacciones económicas. En cierto modo, parece que existe un deseo de abrirse al exterior, pero por otra parte cierto miedo y por ello tendencia al proteccionismo.