



FUNDACIÓN PREMIO NACIONAL
DE EXPORTACIÓN A.C.

NUEVO MODELO DEL PREMIO NACIONAL DE EXPORTACIÓN



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

INDICE

I. INTRODUCCIÓN	3
II. EL PAPEL DEL SECTOR EXTERNO EN LOS MODELOS DE CRECIMIENTO ADOPTADOS POR MÉXICO	4
a. Las primeras experiencias orientadas al exterior.....	5
b. El modelo de industrialización vía la sustitución de importaciones.....	5
c. Modelo de crecimiento basado en la apertura con estabilidad macroeconómica.....	6
d. La suscripción de Acuerdos de Libre Comercio.....	7
e. Hacia el fortalecimiento del mercado interno y la consolidación del sector exportador.....	8
III. EL NUEVO MODELO DEL PREMIO NACIONAL DE EXPORTACIÓN	9
IV. CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO MODELO	12
V. MODELO PARA EMPRESAS, INSTITUCIONES EDUCATIVAS, ORGANISMOS PROMOTORES DE COMERCIO EXTERIOR Y CADENAS O ALIANZAS INNOVADORAS DE COMERCIO EXTERIOR	15
V.1 Primera Etapa.Preguntas Estratégicas: Para todas las Empresas, con excepción de las Empresas Franquiciantes.....	18
Únicamente para las empresas IMMEX:.....	22
V.2 Primera Etapa. Preguntas Extratégicas: Únicamente para Empresas Franquiciantes.....	23
V.3 Instituciones Educativas.....	26
V.3.a. Introducción.....	26
V.3.b Primera Etapa. Preguntas Estratégicas: Únicamente para Instituciones Educativas.....	28
V.4 Primera Etapa. Preguntas Estratégicas: Únicamente para Organismos Promotores de Comercio Exterior.....	32
V.5 Cadenas o Alianzas Innovadoras de Comercio Exterior.....	36
V.5.a. Introducción.....	36
V.5.b. Primera Etapa.Preguntas Estratégicas: Únicamente para Cadenas o Alianzas Innovadoras de Comercio Exterior.....	38
V.6 Segunda Etapa. Preguntas Específicas.....	40
V.7 Tercera Etapa. Visita de Campo.....	42
V.8 Comité de Premiación.....	43

I. INTRODUCCIÓN

Vivimos en tiempos de profunda globalización. Nuestro mundo se vuelve cada vez más estrecho y la interdependencia entre bloques y países se ha acrecentado a niveles insospechados. Los acontecimientos económicos, ya sean positivos o negativos, se transmiten de manera inmediata entre los mercados mundiales generando subidas o caídas de la actividad económica, a una velocidad nunca antes vista.

El comercio internacional es ahora más dinámico y competitivo. Las empresas dominantes cada vez luchan más para mantener su preeminencia en el mercado. Las 500 empresas más importantes de la revista *Fortune* cambian cada año y no hay manera de predecir si mantendrán su lugar el año entrante, ante el arribo constante de nuevos y más agresivos competidores.

Bloques y países buscan constantemente nuevas y mejores formas de acceso a los mercados, a través de alianzas, tratados o convenios que les brinden oportunidades superiores a las de sus competidores, y por supuesto, también a través de la oferta de bienes y servicios cada vez más competitivos.

Conforme avanza el proceso globalizador, empresas y agencias dedicadas al comercio exterior continúan la búsqueda de estrategias y mecanismos para fomentar el acceso a los mercados y la competitividad de las exportaciones nacionales. Innovación, desarrollo tecnológico y diversificación parecen ser elementos comunes de la política de los países que buscan afianzarse en los mercados internacionales.

En este contexto, México debe esforzarse por preservar el papel preponderante que ha venido jugando en los últimos veinte años en los mercados internacionales. Las experiencias pasadas y presentes de nuestro país son elementos valiosos para



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

encontrar nuevas estrategias de inserción a los mercados, tanto nuevos como tradicionales.

La Fundación Premio Nacional de Exportación, A.C., pretende jugar un papel importante en la estrategia de comercio exterior de México, al analizar cuidadosamente el desempeño de las empresas que se han destacado en la exportación y evaluar los méritos particulares que las hacen merecedoras del Premio Nacional de Exportación. La divulgación de casos de éxito, la identificación de métodos más competitivos para exportar y la recopilación de mejores prácticas para su difusión al sector exportador, son objetivos fundamentales de la Fundación en el contexto del proceso anual de búsqueda de ganadores del Premio Nacional de Exportación.

Como introducción al nuevo modelo del Premio, se presenta a continuación un breve análisis de la manera en que México ha ido modificando sus estrategias de crecimiento, así como el papel que ha jugado el sector externo en la evolución de la economía nacional.

II. EL PAPEL DEL SECTOR EXTERNO EN LOS MODELOS DE CRECIMIENTO ADOPTADOS POR MÉXICO

El proceso de desarrollo económico de México ha sido accidentado, con diversos periodos de alto crecimiento con estabilidad, pero también con crisis económicas que han estado acompañadas de devaluaciones, inflación elevada, desempleo y recesión. Sin duda, estas experiencias le han brindado a México la madurez y la capacidad necesarias para ensayar hoy estrategias de crecimiento que no hubieran sido posibles anteriormente. La transición por diversos modelos de crecimiento en el



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

siglo pasado, nos brinda hoy la posibilidad de aprovechar esas experiencias y delinear políticas modernas e innovadoras acordes con la realidad mundial actual.

a. Las primeras experiencias orientadas al exterior

Es durante el Porfiriato cuando México hace su debut en los mercados internacionales con la exportación de algunos productos primarios como fueron el henequén, caña, tabaco y caucho. La industrialización en ese periodo continuó vía la explotación de minerales y con el surgimiento de la metalurgia mediante la fundición de plata, cobre y plomo. El sector manufacturero estuvo conformado en ese periodo fundamentalmente por empresas textiles. Ese incipiente modelo de crecimiento estaba orientado al exterior y se sustentaba en la atracción de inversión extranjera directa y la exportación de bienes primarios con escaso o nulo contenido de valor agregado. El modelo se mantuvo durante las primeras cuatro décadas del Siglo XX y sería desplazado únicamente gracias a la influencia que ejerció la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) en países latinoamericanos a finales de la década de los 40s y durante los 50s, al recomendar a los países de la región, la adopción de un modelo de crecimiento basado en la sustitución de importaciones.

b. El modelo de industrialización vía la sustitución de importaciones

Así, nuestro país adoptó a mediados del Siglo XX el modelo de industrialización basado en la sustitución de importaciones con sus diversas variantes, desarrollo estabilizador (1950-1970), desarrollo compartido (1970-1976) y desarrollo basado en las exportaciones petroleras (1976-1982). En ese periodo las tasas de crecimiento del país fueron aceleradas y se logró establecer una base industrial que si bien a la larga resultó ineficiente, en principio transformó al país en una economía de industrialización incipiente. Como era de esperarse, este modelo de crecimiento



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

hacia adentro, socavó totalmente los esfuerzos de exportación de las empresas nacionales.

Aunque dicho modelo brindó al país algunos periodos de alto crecimiento con estabilidad, desafortunadamente al agotarse en 1982, se había propiciado un mercado interno sobreprotegido, de sesgo anti-exportador, con una industria ineficiente, productora de bienes de baja calidad y alto precio, incapaz de competir en el exterior. Pero más graves eran los desequilibrios fiscal y externo, provocados, respectivamente, por las distorsiones generadas por el fomento a la industrialización, tales como subsidios, exenciones y deuda pública, y el endeudamiento externo provocado por los empréstitos al desarrollo de la industria petrolera y el creciente déficit de la balanza comercial.

c. Modelo de crecimiento basado en la apertura con estabilidad macroeconómica

Agotado el modelo de sustitución de importaciones, nuestro país adoptó uno nuevo basado en la apertura con estabilidad macroeconómica. Dicho modelo de “crecimiento hacia afuera” cambió totalmente las estrategias gubernamentales de impulso al desarrollo, sustituyó completamente la política de “crecimiento hacia adentro”, y abrió las fronteras a la competencia del exterior. El nuevo modelo eliminó el exagerado proteccionismo comercial que había existido durante el periodo de sustitución de importaciones y flexibilizó notablemente el régimen impuesto por la estricta ley de inversión extranjera vigente hasta ese momento.

Con la apertura desapareció el sesgo anti-exportador originado por el modelo de sustitución de importaciones. Se tomaron también medidas para devolver al país la estabilidad macroeconómica como la reducción del gasto público, la desincorporación de muchas empresas paraestatales ineficientes, el control de la



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

desmedida deuda externa y la eliminación de la reglamentación excesiva al comercio y la inversión.

El nuevo modelo proporcionó al país una importante base exportadora, le permitió atraer flujos de inversión extranjera como nunca antes y brindó una fuerte competitividad a las exportaciones gracias a la suscripción de tratados de libre comercio con diversos países y bloques regionales. Gracias a dichos tratados, México encontró un camino con menos obstáculos hacia los mercados externos.

d. La suscripción de Acuerdos de Libre Comercio

La estrategia de suscribir acuerdos de libre comercio surgió cuando el gobierno se percató de que los beneficios del ingreso de nuestro país al GATT eran insuficientes para aprovechar las ventajas de la liberalización comercial efectuada a partir de 1983, y que las naciones exportadoras de capitales de Europa y Asia se resistían a traer flujos de inversión directa a México. La suscripción de un acuerdo de libre comercio con nuestros vecinos de América del Norte fue la mejor forma de maximizar los beneficios de la liberalización comercial, vía el incremento de nuestras exportaciones y el aumento de la inversión estadounidense hacia México. América Latina se veía también como una opción viable para este fin.

El Acuerdo de Libre Comercio con Chile y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte que entraron en vigor en 1992 y 1994 respectivamente, dieron inicio a una nueva época en la que México decidió adoptar el libre comercio para lograr que nuestras exportaciones de bienes y servicios y las corrientes de inversión fueran más intensas, ordenadas y equitativas para beneficio de consumidores e inversionistas de los países firmantes. Los resultados fueron positivos sin duda.

Después de que tan sólo 15 años antes, México no figuraba como un país destacado en el comercio mundial, para 1997 México se había convertido ya en una



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

potencia exportadora. A partir de 1983, el sector exportador fue gradualmente convirtiéndose en el motor de crecimiento de la economía mexicana y se ha mantenido así hasta este momento.

Sin embargo, poco a poco se ha podido observar que el modelo ha comenzado a mostrar signos incipientes de agotamiento, ante la erosión de las preferencias arancelarias negociadas originalmente y el surgimiento de países en desarrollo que cada vez basan más su competitividad en innovación y desarrollo tecnológico, como son Brasil, Rusia, India, China, Corea y Sudáfrica.

Dichos países no siguieron una estrategia de negociación de acuerdos de libre comercio para aumentar su competitividad, sino que prefirieron implementar importantes estrategias de fomento industrial en sectores e industrias de alto potencial y crecimiento, favoreciendo el incremento de la productividad, la innovación y el desarrollo tecnológico.

e. Hacia el fortalecimiento del mercado interno y la consolidación del sector exportador

Ante la pérdida de competitividad que nuestro país ha venido experimentando gradualmente y el escenario internacional antes descrito, numerosas veces se alzan hoy en día pidiendo impulsar nuevamente una estrategia de crecimiento hacia adentro, advirtiendo que la elevada dependencia de las exportaciones como motor de crecimiento es una estrategia de alto riesgo, como fue posible observar durante la crisis económica mundial de 2009.

Si bien existe razón en los argumentos antes señalados, lo acontecido en 2009 no debe constituir un impedimento para que las exportaciones sigan jugando un papel importante en el desarrollo económico de nuestro país. Ya pasaron los tiempos en



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

que los modelos de crecimiento eran o blancos o negros, es decir, de “crecimiento hacia afuera” o de “crecimiento hacia adentro”.

En la actualidad, México debe seguir un modelo de crecimiento hacia afuera y hacia adentro, fortaleciendo nuestras exportaciones para que contengan mayor valor agregado, sean más innovadoras y utilicen cada vez mayores desarrollos tecnológicos, y propiciando el fortalecimiento del mercado interno, para que se transforme también en motor alternativo de crecimiento y ayude a evitar que choques externos como el ocurrido en 2009, puedan descarrilar nuevamente el crecimiento de la economía nacional.

III. EL NUEVO MODELO DEL PREMIO NACIONAL DE EXPORTACIÓN

En el contexto antes descrito, el nuevo modelo del Premio Nacional de Exportación busca estimular a las empresas exportadoras mexicanas para que continúen siendo el motor primario de crecimiento de la economía mexicana, intentando identificar especialmente, a aquellas empresas que han sido capaces de adaptarse a la globalización, haciéndose más competitivas al incorporar en sus exportaciones, métodos, sistemas, procesos, tecnologías, productos o servicios innovadores, de mayor valor agregado y con más alto contenido tecnológico.

El mundo ha cambiado mucho desde 1993, fecha en que se elaboró el modelo original del Premio Nacional de Exportación y que había venido operando razonablemente bien durante los últimos 16 años. Sin embargo, en nuestros días el proceso de globalización se ha profundizado. Las empresas tienen una capacidad



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

de respuesta casi inmediata a los cambios de condiciones externas y de preferencias del consumidor. La flexibilidad es importante para las empresas.

Es por ello, que en lugar de continuar con un modelo rígido, la Fundación Premio Nacional de Exportación, A.C. eligió adoptar un nuevo modelo de naturaleza flexible, simplificado, que busca obtener respuestas directas y muy concretas de cada empresa o institución participante, para que sin recurrir a respuestas rebuscadas y grandilocuentes, manifiesten lo que a su juicio mejor las identifica como posibles ganadoras del Premio Nacional de Exportación. El nuevo modelo se mantiene estricto en relación con la calidad, pues garantiza que los evaluadores profundicen en la segunda etapa, en todos aquellos puntos que consideren sustantivos para identificar casos de éxito y mejores prácticas en materia de comercio exterior de las empresas, instituciones y organizaciones participantes.

En síntesis, el nuevo modelo va de lo estratégico a lo específico, en lugar de continuar la práctica del modelo original que consistía en ir de lo general a lo particular. El nuevo modelo busca identificar de manera inmediata si una empresa tiene verdadero mérito exportador, permitiendo que sea la propia empresa la que identifique, de entrada, que es lo más relevante de su proceso exportador, para profundizar después en las características específicas que lo han hecho exitoso.

El nuevo modelo busca también aprovechar al máximo las herramientas electrónicas modernas para agilizar los tiempos, evitar impresiones en papel, simplificar los procesos de evaluación y brindar transparencia total al proceso. Todo esto gracias a la utilización del nuevo portal del Premio que vía internet permitirá el registro en línea de solicitudes de empresas, instituciones y evaluadores. El portal se constituirá también en un medio de comunicación entre evaluadores y empresas e instituciones, y generará reportes automáticos para hacer más expedito el proceso.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

Al igual que su predecesor, el nuevo modelo busca:

1. Premiar el esfuerzo de quienes han sabido conquistar los mercados internacionales con base en esfuerzo, dedicación y talento, y ofrecer con ello un ejemplo y modelo a seguir para otras empresas que desean lograrlo también;
2. Ofrecer a empresas, instituciones y otras organizaciones, una herramienta útil de diagnóstico y autoevaluación de sus sistemas, procesos y prácticas de comercio exterior;
3. Diagnosticar el estado de dichos sistemas, procesos y prácticas, identificando las fortalezas y áreas de oportunidad de empresas, instituciones y organizaciones, para mejorar su competitividad y acceso a los mercados internacionales;
4. Proyectar a las empresas, instituciones y organizaciones participantes en el proceso del Premio Nacional de Exportación, como agrupaciones de clase mundial, sin importar sector o tamaño;

Adicionalmente, el nuevo modelo pretende:

5. Identificar casos de éxito reproducibles a nivel nacional y mejores prácticas en materia de comercio exterior para transferirlas al sector exportador y mejorar la competitividad de México en el mundo;
6. Investigar a fondo las causas, estrategias y acciones que han favorecido el éxito exportador de empresas, instituciones y organizaciones, para buscar transferirlas posteriormente a otras organizaciones con características similares; y,
7. Detectar y reconocer a las empresas que habiéndose adaptado a la globalización, han generado exportaciones de bienes y servicios con mayor contenido de valor agregado, innovación y adelantos tecnológicos.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

El premio reconoce la necesidad de contar con instrumentos que incentiven y tengan como principal propósito estimular la cultura exportadora y favorecer el uso de los instrumentos de fomento a las exportaciones para lograr una mayor competitividad en los mercados internacionales.

Es así que el Reglamento de la Ley de Comercio Exterior, Título XI, Capítulo Único, en su Artículo 201 establece como objetivo del Premio:

“... premiar y reconocer anualmente el esfuerzo, la constancia y creatividad de los exportadores nacionales y de las instituciones que apoyen la actividad exportadora. En particular, el Premio tendrá los siguientes objetivos:

- I. Estimular el aumento y diversificación de las ventas de productos mexicanos en el exterior;
- II. Difundir internacionalmente la calidad y competitividad de la oferta exportable mexicana;
- III. Arraigar una sólida cultura exportadora entre los agentes económicos nacionales, y
- IV. Fomentar el desarrollo de mecanismos que apoyen el crecimiento de las exportaciones mexicanas.”

IV. CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO MODELO

El nuevo Modelo del Premio Nacional de Exportación refleja el compromiso y la experiencia de las empresas mexicanas exportadoras participantes que se han distinguido por la conquista de los mercados internacionales con esfuerzo,



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

creatividad, diferenciación y constancia, así como de las instituciones y organizaciones que prestan servicios efectivos en beneficio del desarrollo del sector exportador y que han generado resultados relevantes e impactos positivos dentro del desarrollo social y económico del país.

Las características más importantes del nuevo modelo son:

1. Va de las cuestiones más estratégicas que explican el éxito de la empresa, a las causas específicas que lo provocaron;
2. Busca simplificar los procedimientos, dividiendo en dos partes la información que debe proporcionarse, para hacer más accesible la participación de empresas, instituciones y organizaciones. La primera parte consta de preguntas estratégicas, sencillas y muy directas, y la segunda de preguntas específicas de gran profundidad.
3. Busca identificar de manera inmediata si las empresas, instituciones u organizaciones registradas para participar en el Premio, realmente tienen mérito exportador para pasar a una segunda etapa, en la que se profundizará sobre las razones del éxito y las áreas de oportunidad existentes;
4. Evita que las empresas, instituciones u organizaciones que carecen de méritos para concursar por el Premio, inviertan su valioso tiempo y el de los evaluadores, que de manera honorífica donan su trabajo para analizar a las agrupaciones participantes, en un proceso que al menos de momento, no les rendirá frutos;
5. Está orientado a la identificación de casos de éxito y de mejores prácticas, con la finalidad de difundirlas y transferirlas posteriormente a otras empresas, instituciones u organizaciones;



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

6. Utiliza los adelantos de la era de la información para realizar todo el proceso a través del nuevo portal del Premio Nacional de Exportación, lo cual le brinda agilidad y transparencia;

7. Proporciona al modelo un enfoque dinámico y de gran flexibilidad, al permitir que en la segunda etapa del proceso, los evaluadores puedan profundizar con absoluta libertad sobre temas específicos, muy ligados a los estratégicos, que hayan sido identificados durante la primera etapa del proceso.

Como se mencionó en párrafos anteriores, el Modelo tiene el propósito de promover la difusión de experiencias y mejores prácticas de las empresas, instituciones y organizaciones ganadoras y que pueden servir de ejemplo y comparación de los diferentes factores claves para la conquista del espacio exportador o de herramientas acordes a las características particulares de la organización y su entorno. Por ende, no se basa ni pretende ser ninguna teoría o corriente específica, en ese sentido no es un Modelo con carácter prescriptivo.

Las organizaciones participantes podrán identificar sus fortalezas, debilidades y áreas de oportunidad así como sus ventajas competitivas y comparativas, todos éstos, elementos básicos para su conservación y subsistencia en materia de exportación dentro de un mundo sumamente competitivo y globalizado. Idealmente, esto les permitirá generar valor agregado y realizar innovaciones a sus procesos y sistemas de comercio exterior. Asimismo, a través de este Modelo, la empresa o institución educativa podrá darle seguimiento a su desarrollo, evolución y proceso de aprendizaje y alcanzar altos niveles de competitividad y mejorar con ello, el tejido económico y social de México.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

V. MODELO PARA EMPRESAS, INSTITUCIONES EDUCATIVAS, ORGANISMOS PROMOTORES DE COMERCIO EXTERIOR Y CADENAS O ALIANZAS INNOVADORAS DE COMERCIO EXTERIOR

El Modelo para Empresas, Instituciones Educativas, Organismos Promotores de Comercio Exterior y Cadenas o Alianzas Innovadoras de Comercio Exterior, consta de tres etapas. La primera está conformada por un bloque de 48 preguntas estratégicas orientadas a diversos tipos de empresas, instituciones y organizaciones. Dentro de las 48, las primeras 10 preguntas estratégicas deberán ser contestadas por todas las empresas, con excepción de las empresas franquiciantes. Podrán participar también empresas que dependan orgánica y financieramente de los gobiernos estatales o municipales. Las empresas IMMEX deberán contestar las 10 preguntas antes mencionadas más la pregunta 11, que es exclusiva para este tipo de empresas. Las siguientes 13 preguntas estratégicas deberán ser contestadas únicamente por las empresas franquiciantes que participen en el proceso. Las 10 preguntas estratégicas que siguen están dirigidas única y exclusivamente a instituciones educativas. Las 8 subsiguientes se enfocan en los Organismos Promotores de Comercio Exterior. Finalmente, las últimas 6 preguntas son para las organizaciones que se presenten bajo la categoría de Cadenas o Alianzas Innovadoras de Comercio Exterior.

Los criterios para evaluar la primera etapa serán los siguientes:

- Experiencia exportadora, diversificación de mercados y productos, e importancia relativa de su actividad exportadora;



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

- Factores individuales diferenciadores que hacen de la empresa un caso de éxito;
- Ventajas comparativas y competitivas de la empresa;
- Utilización de mecanismos de fomento a las exportaciones tales como tratados y otros programas de apoyo;
- Capacidad de innovación;
- Grado de formalización de sus procesos de comercio exterior;
- Utilización de sistemas o programas de control de calidad
- Estrategia de acceso a mercados
- Efectividad de sus mecanismos de logística
- Claridad en la detección de debilidades, amenazas y áreas de oportunidad de la empresa

Los evaluadores serán responsables de asignar calificaciones del 1 al 10 a las respuestas de las empresas, instituciones y organizaciones participantes, en donde 10 será la calificación más alta y 1 la más baja. Será responsabilidad de la Comisión de Evaluación (Consejo Consultivo de Evaluación) definir cada año, la ponderación que deberá tener cada una de las preguntas de la primera etapa del modelo.

Las empresas que hayan aprobado la primera etapa, estarán en posibilidad de pasar a la segunda. En esa segunda etapa, además de solicitar los estados financieros de la empresa, los evaluadores tendrán oportunidad de hacer preguntas específicas derivadas de lo que haya sido detectado en la primera etapa. Cada evaluador podrá hacer solamente un máximo de dos preguntas a cada empresa, institución educativa, organismo promotor de comercio exterior, o cadena o alianza innovadora de comercio exterior de los que sea responsable. Las preguntas se realizarán por internet a través del portal del Premio Nacional de Exportación. Las empresas, instituciones y organizaciones contestarán las preguntas por la misma vía. No existe un cuestionario prefijado para la segunda etapa, sino que con toda flexibilidad, los



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

evaluadores podrán hacer preguntas sobre cualquier área, tema o aspecto de la empresa evaluada.

Las empresas que hayan sido aprobadas en la segunda etapa estarán en posibilidad de pasar a la tercera. Durante la tercera etapa se llevará a cabo la visita de campo a las empresas, instituciones, organismos promotores de comercio exterior, o cadenas o alianzas innovadoras que permanezcan en el proceso. Existen elementos pre-acordados que los evaluadores deberán revisar durante la visita física a las instalaciones de la empresa, aunque tendrán también la posibilidad de realizar preguntas sobre cualquier tema o aspecto de la empresa visitada.

Finalmente, los evaluadores decidirán después de la visita de campo a las empresas, instituciones, organismos y cadenas o alianzas que hayan llegado a la tercera etapa, cuáles serán las empresas que recomendarán como finalistas al Comité de Premiación, quien tendrá la última palabra para seleccionar a los ganadores del Premio Nacional de exportación en las distintas categorías.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

V.1 Primera Etapa Preguntas Estratégicas

PARA TODAS LAS EMPRESAS, CON EXCEPCIÓN DE LAS EMPRESAS FRANQUICIANTES

1.- ¿Cuáles son sus 5 principales productos y/o servicios de exportación, los mercados a los que los dirige, el número de clientes, el monto de sus exportaciones y el porcentaje que dichas exportaciones representan dentro de sus ventas totales?

1.1. Enlistar en los cuadros siguientes, correspondientes a 2007, 2008 y 2009, los 5 principales productos o servicios de exportación, los mercados a los que los exporta, el número de clientes por mercado, los montos por producto y mercado de sus ventas internacionales y los porcentajes que cada uno de ellos representa con respecto a sus ventas totales.

2007				
Producto/servicio	Mercados (país)	No. de clientes	Monto (M.N.)	Porcentaje
1				
2				
3				
4				
5				



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

2008				
Producto/servicio	Mercados (país)	No. de clientes	Monto (M.N.)	Porcentaje
1				
2				
3				
4				
5				

2009				
Producto/servicio	Mercados (país)	No. de clientes	Monto (M.N.)	Porcentaje
1				
2				
3				
4				
5				



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

2. ¿Cuáles son los factores que a su juicio han determinado el éxito exportador de su empresa?

2.1. Mencionar y explicar al menos 3 factores internos o externos a la empresa, que usted considera hayan sido determinantes para lograr su éxito exportador. En una cuartilla, la empresa deberá proporcionar de manera concisa aquella información que mejor describa los factores que han determinado su éxito exportador.

3. ¿Cuáles son los factores que considera que hacen a su empresa merecedora del Premio Nacional de Exportación?

3.1. Explicar y desarrollar al menos 3 factores por los cuales considera que su empresa es merecedora del Premio. En un mínimo de 2 cuartillas y un máximo de 3, la empresa deberá enlistar y explicar aquellos factores que desde su punto de vista, convierten a su empresa en merecedora del Premio Nacional de Exportación.

4. ¿Se ha beneficiado usted de algún Tratado de Libre Comercio en sus exportaciones, o qué factores lo han hecho competitivo en los mercados internacionales?

4.1. En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 2, la empresa deberá explicar si algún Tratado de Libre Comercio le ha permitido hacer más competitivas sus exportaciones, ya sea a través de preferencias arancelarias, aprovechamiento de reglas de origen para la obtención de insumos, cuotas o cupos, o cualquier otro mecanismo derivado de dicho Tratado. De no ser así, o si existiesen factores adicionales que han influido para que su empresa haya logrado un mejor acceso a los mercados internacionales, por favor menciónelos.

5. ¿Cuál es el grado de importancia que su empresa le asigna a la innovación de productos, procesos o servicios?

5.1. En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 2, la empresa deberá indicar qué tan importante es la innovación dentro de su empresa, así como las estrategias, políticas o prácticas que ha puesto en marcha para lograr innovar en productos, procesos o servicios.

6. ¿Sus procesos de comercio exterior están debidamente institucionalizados y formalizados?



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

6.1. En un mínimo de 2 cuartillas y un máximo de 3, describa el conjunto de sistemas, procesos y actividades que su empresa realiza de manera cotidiana y automática para el adecuado desempeño de sus actividades de exportación, incluyendo de ser el caso, optimización de su proveeduría, eficiencia en la producción, control de inventarios, mercadotecnia y otros que considere importantes mencionar, siempre y cuando estén relacionados con los procesos de comercio exterior de su empresa.

7. ¿Tiene usted establecidos mecanismos o procesos de control de calidad?

7.1. En una cuartilla describa los mecanismos, procesos o sistemas de control de calidad que su empresa ha implementado para hacer más competitivas sus exportaciones. Describa a grandes rasgos cuáles son sus estándares de calidad, así como la forma en que se aplican a las actividades de exportación.

8. Describa su estrategia de acceso a mercados.

8.1. En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 2, describa los aspectos que su empresa toma en cuenta para la selección de sus mercados de exportación, así como la metodología, técnica o procedimiento que sigue, para garantizar el mejor acceso posible de sus productos o servicios a dichos mercados, incluyendo estrategias o mecanismos de promoción, negociación y comercialización.

9. Describa usted sus procesos de logística de importaciones y exportaciones.

9.1. En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 2, describa de manera precisa los procedimientos y mecanismos que utiliza para hacer más eficiente a su empresa en los procesos de importación de bienes intermedios, insumos o servicios y en la exportación de bienes o servicios hacia el exterior. Mencione a grandes rasgos, en caso de tenerlas, sus políticas de proveedores, clientes, aduanas, transporte, canales de distribución y otros que considere importantes.

10. ¿Cuáles son a su juicio, las principales debilidades o áreas de oportunidad de su empresa?

10.1 Describa en una cuartilla:

- i. Los aspectos de su empresa en los que considera que podría haber mejoras;



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

- ii. Los aspectos que usted corregiría para mejorar sus operaciones de comercio exterior; y,
- iii. Los aspectos que, aun estando fuera de su alcance, limitan su acceso y competitividad en los mercados internacionales.

Adicionalmente a las anteriores, únicamente las empresas que participen bajo la categoría de empresas IMMEX, deberán contestar la siguiente pregunta:

11. ¿Ha detectado alguna oportunidad de mejora en sus operaciones de comercio exterior derivada de los programas o instrumentos autorizados a la empresa por la Secretaría de Economía? De ser el caso, descríbala.

11.1. Mencionar y explicar en un máximo de 2 cuartillas los beneficios que la aplicación de programas o instrumentos aprobados por la Secretaría de Economía le han brindado a la empresa. Al hacerlo, favor de indicar el nombre del programa con el que cuenta, así como la fecha de inicio del mismo.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

V.2 Primera Etapa Preguntas Estratégicas

UNICAMENTE PARA EMPRESAS FRANQUICIANTES

12. Giro de la empresa franquiciante:

13. Fecha de establecimiento:

14. Unidades propias:

Unidades franquiciadas:

15. Cierre de unidades (explique cuántas, en dónde y por qué cerraron):

15.1 Indicar el número de unidades cerradas, el lugar donde se ubicaban y el contexto en el que se dio el cierre de dichas unidades, incluyendo factores directos e indirectos, internos y externos.

16. Unidades franquiciadas en el extranjero:

16.1 Enlistar dentro del cuadro las unidades franquiciadas que se localizan en el extranjero, indicando el país y la ciudad de ubicación, así como el número de la correspondiente unidad y la fecha de apertura.

País	Ciudad	No. De Unidades	Fechas de apertura

17. Indique de los insumos nacionales que sus franquiciatarios utilizan para operar las unidades franquiciatarias en el extranjero, ¿Cuáles son y a cuánto asciende la venta anual?

17.1 Mencionar en el siguiente cuadro los principales insumos nacionales que los franquiciatarios utilizan para operar las unidades franquiciadas en el extranjero, indicando el porcentaje que dichos insumos representan del producto final, así como el monto por insumo a la que ascienden las ventas anuales.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

Nombre del insumo	% de Integración de Producto final	Monto de Exportaciones Anuales

18. ¿Cuáles son los factores que a su juicio han determinado su éxito como exportador de su franquicia?

18.1 Mencionar y explicar al menos 3 factores internos o externos a la empresa que han determinado el éxito exportador de su franquicia. En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 2, la empresa deberá proporcionar de manera precisa y concisa aquella información que mejor describa los factores que han determinado su éxito exportador.

19. ¿Cuáles son los factores distintivos que considera que hacen a su empresa merecedora del Premio Nacional de Exportación?

19.1 Explicar y desarrollar en un mínimo de 2 cuartillas y un máximo de 3, al menos 3 factores que hacen a su empresa franquiciante, desde su punto de vista, merecedora del Premio Nacional de Exportación.

20. ¿Se ha beneficiado su empresa de algún Tratado de Libre Comercio en sus exportaciones, o que factores lo han hecho competitivo en los mercados internacionales?

20.1 En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 2, la empresa franquiciante deberá indicar los Tratados de Libre Comercio a través de los cuales recibe un trato preferencial en las operaciones de exportación. En caso de no aplicar para beneficios de Tratados de Libre Comercio mencionar otros factores internos o externos a la organización que hayan contribuido a incrementar su competitividad en los mercados internacionales.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

21. ¿Se ha beneficiado su empresa del Programa Nacional de Franquicias de la Secretaría de Economía?

21.1 En caso afirmativo, desarrollar en un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 2, qué beneficios y oportunidades de mejora ha obtenido del Programa Nacional de Franquicias de la Secretaría de Economía.

22. ¿Sus procesos de franquiciamiento están debidamente institucionalizados y formalizados? Descríbalos.

22.1 Describa el conjunto de sistemas, procedimientos y actividades que su empresa realiza de manera cotidiana y automática para el adecuado desempeño de sus actividades de empresa franquiciante, incluyendo de ser el caso, optimización de su proveeduría, eficiencia en la producción, control de inventarios, mercadotecnia y otros que considere importantes mencionar, siempre y cuando estén relacionados con los procesos de franquiciamiento en el exterior de su empresa.

23. ¿Tiene usted establecidos mecanismos o procesos de control de calidad? Descríbalos.

23.1 Describa el Sistema de Gestión de Calidad bajo el cual opera su empresa franquiciante y detalle la metodología mediante la cual operan sus estándares de calidad.

24. Describa su estrategia de acceso a mercados. ¿Ha sido de manera directa o a través de alguna firma consultora especializada?

24.1 Describa los aspectos que considera para la selección de sus mercados, la metodología para identificar el país o mercado propicio para la ubicación de la unidad de franquicia, indicando si el franquiciamiento se dio de manera directa o recurrieron a los servicios de una firma consultora especializada.

V.3 INSTITUCIONES EDUCATIVAS

a. Introducción

La categoría de Instituciones Educativas posee sus propias preguntas estratégicas y criterios de evaluación. El Modelo para dichas instituciones representa una herramienta de análisis que proporciona una evaluación objetiva, transparente y confiable respecto de su contribución al desarrollo exportador.

Estos criterios aplican de manera general a las Instituciones Educativas con programas de enseñanza en materia de comercio exterior y/o que realicen actividades de apoyo al sector exportador.

El Modelo permite a las instituciones educativas conocer si realmente cuentan con los méritos suficientes para aspirar a obtener el Premio Nacional de Exportación, dado que en cada una de las preguntas del cuestionario, la institución tiene oportunidad de hacer un juicio de valor sobre su verdadera aportación tanto al estudiante, al comercio exterior de México, a empresas, instituciones y organizaciones, a la sociedad y por supuesto, a la competitividad de nuestro país.

El Modelo propicia que las instituciones educativas participantes, busquen en todo momento agregar valor al alumnado por medio de programas, herramientas y otros mecanismos que le permitan responder a los desafíos y necesidades de la época actual. Dentro del modelo propuesto, se considera como un indicador fundamental de la calidad del producto educativo, el impacto que la educación tiene en los alumnos, medida a través de la transformación de los profesionistas en líderes emprendedores, innovadores y competitivos que promuevan el desarrollo del comercio exterior de México con visión, responsabilidad, vocación y firme compromiso.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

Cabe reconocer que en la economía actual, las ventajas comparativas de los países se están basando especialmente en la capacidad de generar conocimiento y desarrollar habilidades con el fin de optimizar la actuación más conveniente de las personas en su contexto social y a su vez generar ambientes empresariales con valores intelectuales, morales y sociales bien definidos.

En ese sentido, las instituciones educativas deben jugar un papel protagónico y dar la mayor importancia a sus programas de formación en materia de comercio exterior, fortaleciéndolos con actividades que propicien una efectiva vinculación con empresas exportadoras, instituciones y organizaciones del sector, propiciando la investigación en el tema, favoreciendo la suscripción de Convenios Académicos, programas de intercambio estudiantil y de docentes y la publicación de estudios, manuales o cualquier texto o documento en la materia.

Adicionalmente, dichas instituciones deben ofrecer materias que presenten al estudiante un panorama más realista del comercio internacional, con ejercicios y ejemplos de casos reales, con la finalidad de que el egresado cuente con mayor capacidad profesional a la hora de tomar decisiones o generar estrategias comerciales.

Sólo así las empresas podrán confiar en que las instituciones académicas están formando profesionistas bien calificados, de buen nivel, que podrán encontrar las respuestas adecuadas para muchos de los problemas y retos que dichas unidades productivas enfrentan en la coyuntura internacional actual



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

V.3.b Primera Etapa Preguntas Estratégicas

UNICAMENTE PARA INSTITUCIONES EDUCATIVAS

El objetivo de esta etapa es que las Instituciones Educativas participantes presenten información relacionada con sus programas de enseñanza en materia de comercio exterior y/o con actividades de apoyo al sector exportador.

25. ¿Cuántos y cuáles programas vinculados con el comercio exterior ofrece su Institución Educativa (carreras técnicas, licenciaturas, postgrados, diplomados talleres o equivalente relacionados con el área de comercio exterior y/o promoción de las exportaciones)?

25.1 Mencione uno a uno los programas que ofrece su Institución Educativa relacionados con el comercio exterior, su nombre, el tiempo que conlleva el cursarlo, así como el reconocimiento, título, diploma o certificado que el estudiante obtiene al completarlo debidamente.

26. Indique dentro del cuadro los principales resultados académicos de sus programas vinculados al área de comercio exterior y/o promoción de las exportaciones en los últimos tres años:

26.1 Llene cuidadosamente el cuadro que se presenta a continuación. Note que los datos que se solicitan en las dos columnas subsiguientes a la que contiene el año, se refieren a la población escolar total y a los egresados totales, es decir, no solamente a los vinculados con el área de comercio exterior. Las tres columnas finales si hacen referencia exclusivamente a la población estudiantil vinculado a áreas de comercio exterior.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

AÑO	POBLACIÓN ESCOLAR TOTAL	EGRESADOS TOTALES		NÚMERO DE ALUMNOS EFECTUANDO PRÁCTICAS PROFESIONALES EN ÁREAS DE COMERCIO EXTERIOR	NÚMERO DE ALUMNOS CON SERVICIO SOCIAL EN ÁREAS DE COMERCIO EXTERIOR	PORCENTAJE DE EGRESADOS LABORANDO EN ÁREAS DE COMERCIO EXTERIOR.
		TITULADOS	NO TITULADOS			
2007						
2008						
2009						

27. Describa si la Institución Educativa o alguno de sus profesores, alumnos o egresados ha obtenido alguna distinción, premio o reconocimiento nacional o internacional, en áreas o programas vinculados al comercio exterior y/o promoción de las exportaciones.

27.1 Mencione en caso de haberlo, el nombre del profesor, alumno o egresado, que haya recibido la distinción, premio o reconocimiento, la institución u organización que lo otorga, los motivos por los que lo otorgó y los beneficios que ha significado para la institución la obtención del mismo.

28. ¿Por qué considera que su Institución Educativa tiene más mérito para obtener el Premio Nacional de Exportación que otras instituciones equivalentes?

28.1 En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 3, describa cuidadosamente los factores que a su juicio, distinguen a su institución de las demás y las razones por las cuales tiene mayores méritos para obtener el Premio Nacional de Exportación.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

29. ¿Cuál es el valor agregado que su Institución Educativa le ofrece a los estudiantes de carreras y programas vinculados con el comercio exterior en comparación con los de otras instituciones afines?

29.1 En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 2, describa los elementos que a su juicio hacen más rica y útil la preparación que brinda su institución en temas de comercio exterior, en comparación con las de otras instituciones equivalentes.

30. ¿Cuáles han sido a su juicio, las contribuciones más importantes de su Institución Educativa a la enseñanza, la práctica o al desarrollo del comercio exterior en México?

30.1 En un mínimo de 2 cuartillas y un máximo de 3, describa de manera muy concisa, si las hubiera, las aportaciones más importantes que su institución ha hecho a la enseñanza, la práctica o el desarrollo del comercio exterior en México.

31. ¿Qué actividades, programas o eventos realiza su Institución Educativa que tengan vinculación directa y efectiva con empresas, emprendedores, organismos, dependencias o instituciones de México o del exterior, relacionadas con el comercio internacional?

31.1 En un mínimo de 2 cuartillas y un máximo de 3, describa de manera puntual y concisa todas aquellas actividades, programas o eventos que propicien una relación directa de sus profesores, alumnos o egresados con empresas, emprendedores, organismos, dependencias o instituciones de México o del exterior, vinculadas al comercio exterior.

32. ¿Cuáles son a su juicio los conocimientos, metodologías o herramientas técnicas que su Institución Educativa proporciona a sus estudiantes de carreras vinculadas con el comercio exterior, para transformarlos en líderes



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

innovadores y emprendedores, preocupados por la inserción competitiva de México en los mercados internacionales?

32.1 En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 2, mencione los elementos que a su juicio, su institución proporciona a sus alumnos y que son cruciales para orientarlos, formarlos y transformarlos en líderes innovadores y emprendedores, con una visión competitiva de nuestro país.

33. ¿Su institución favorece a través de sus programas académicos, la vinculación de sus alumnos con empresas, organizaciones o instituciones relacionadas con el comercio exterior? ¿Con cuáles y con qué objetivos? ¿Cuáles considera que son los beneficios para los alumnos?

33.1 En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 3, mencione los programas académicos con que cuenta su institución para propiciar la vinculación de sus alumnos con el sector real de la economía, representado por empresas, organizaciones o instituciones vinculadas al comercio exterior, los objetivos que persigue dicha práctica y los beneficios que se derivan para sus estudiantes.

34. ¿Cuáles son los principales beneficios que a su parecer, obtendrían una empresa, organización o institución, al contratar a un profesionista egresado de su institución de carreras vinculadas al comercio exterior?

34.1 En 1 cuartilla describa cuales a su juicio, serían los beneficios más importantes que obtendría una empresa, institución u organización, que contrate a un egresado de su institución en comparación con los egresados de otras instituciones equivalentes.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

V.4 Primera Etapa Preguntas Estratégicas

UNICAMENTE PARA ORGANISMOS PROMOTORES DE COMERCIO EXTERIOR

35.- ¿Qué servicios, programas e instrumentos ofrece su organismo para apoyar las exportaciones de las empresas nacionales y cuánto tiempo ha estado en operación?

35.1. En un máximo de 3 cuartillas explique de manera concisa y clara cada uno de los servicios, programas e instrumentos que ofrece su organismo para apoyar las exportaciones de las empresas de nuestro país y el tiempo en que cada uno de ellos ha permanecido en operación.

36.- Indique cuántas MiPyMEs, de qué sector y de que producto y/o servicio apoyó en los últimos 3 años para que se posicionaran en mercados internacionales a través de sus distintos programas.

36.1 Anote en los cuadros que aparecen a continuación, los nombres de las empresas atendidas, el sector al que pertenecen, así como los mercados a los que han dirigido sus productos o servicios en los últimos tres años.

2007				
Empresa	Sector	Mercado(s)	Producto	Servicio



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

2008				
Empresa	Sector	Mercado(s)	Producto	Servicio

2009				
Empresa	Sector	Mercado(s)	Producto	Servicio

37.- ¿Cuál es el monto total anual de ventas al exterior logrado en conjunto por las empresas que han sido apoyadas por su organismo en los últimos tres años, así como la proporción que en su conjunto representan de las ventas anuales totales de dichas empresas?

37.1 Indique con números en dólares el monto total anual de ventas logrado en conjunto por las empresas que su organización ha atendido en los últimos tres años y el porcentaje que éstas cantidades representan de las ventas anuales totales de dichas empresas.

38.- ¿Cuáles son las ventajas que su organismo ofrece a las empresas exportadoras en comparación con otros organismos promotores del comercio exterior?



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

38.1 Describa en un máximo de 2 cuartillas cuales son, a su juicio, las principales ventajas ofrecidas por su organismo en comparación con las que ofrecen otros organismos similares.

39.- ¿Cuáles son los factores que a su juicio, convierten a su organismo en merecedor del Premio Nacional de Exportación?

39.1 Describa en un máximo de 2 cuartillas los factores más importantes que de acuerdo a usted, lo hacen el candidato idóneo para obtener el Premio Nacional de Exportación en esta categoría.

40.- Explique de qué manera las acciones de su organismo favorecen la competitividad de las empresas exportadoras, así como los casos que a su juicio, constituyan la prueba más fehaciente del éxito de su organismo.

40.1 Explique usted en un máximo de 3 cuartillas las acciones que su organismo lleva a cabo para lograr que las empresas exportadoras que atiende sean más competitivas en el exterior y dé 3 ejemplos que usted considera son prueba de su éxito.

41.- ¿Cómo organismo conector de las capacidades y debilidades de las empresas exportadoras, mencione las estrategias, programas o actividades que considera más importantes para que las empresas mexicanas generen oferta exportable innovadora?

41.1 En un máximo de dos cuartillas explique cuáles son las estrategias, programas o actividades que a su juicio, permitirían a las empresas mexicanas contar con productos y/o servicios innovadores que aumentarían su capacidad para competir en los mercados internacionales.

42.- ¿Comente si su Organismo cuenta con vínculos o acuerdos con otras organizaciones de apoyo a empresas exportadoras, tales como universidades,



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

centros de investigación u otros. Indique en qué consisten dichos vínculos o acuerdos.

42.1 Identifique y describa en un máximo de 2 cuartillas cuales son las alianzas, vínculos, acuerdos o redes con que su organismo cuenta para complementar o brindar mejores servicios a las empresas exportadoras.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

V.5 CADENAS O ALIANZAS INNOVADORAS DE COMERCIO EXTERIOR

a. Introducción

Hasta 2009, el Premio Nacional de Exportación se había venido entregando únicamente a empresas e instituciones educativas individuales. El modelo original del Premio no contenía una categoría en la que pudieran considerarse participaciones de grupos de empresas, consorcios, *clusters* o conglomerados, tampoco se permitía la participación de agrupaciones con una composición que incluyera empresas, instituciones y dependencias o entidades gubernamentales.

Con objeto de abrir nuevas avenidas de participación en el Premio, que eventualmente se traduzcan en importantes beneficios para el fomento de la competitividad de nuestro país en el mundo, se ha incluido una nueva categoría en el Premio Nacional de Exportación que lleva por nombre “Cadenas o Alianzas Innovadoras de Comercio Exterior”.

Dentro de esta categoría podrán participar grupos de empresas, consorcios, *clusters* y conglomerados, así como otro tipo de alianzas estratégicas que podrán incluir empresas públicas, universidades y dependencias o entidades gubernamentales, tanto federales como estatales, que a través de una muy estrecha colaboración, hayan contribuido a incrementar la competitividad de una región o de un sector específico de la economía nacional.

Para participar en esta categoría no se requerirá que exista una figura jurídica formal de asociación entre los participantes, sino que basta que de manera colegiada, acuerden el nombre con el que participarán en el proceso del Premio Nacional de Exportación. Si bien, los integrantes de dicha alianza estratégica no requerirán contar con una alianza de naturaleza jurídica vinculante, los miembros individuales



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

de dicha alianza si deberán estar constituidos formalmente y tener personalidad jurídica propia.

En el contexto de globalización profunda por la que atraviesa el mundo, en México debemos estar abiertos a nuevas experiencias y modelos innovadores de colaboración, para que mediante el aprovechamiento de nuevas y poderosas sinergias, se logre dar un impulso a nuestro país para que continúe por el camino de la recuperación de la competitividad perdida.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

V.5.b Primera Etapa Preguntas Estratégicas

UNICAMENTE PARA CADENAS O ALIANZAS INNOVADORAS DE COMERCIO EXTERIOR

43. ¿Quiénes integran la “Cadena o Alianza Innovadora de Comercio Exterior” que se presenta al proceso del Premio? ¿Cuál es la denominación que recibe dicha cadena o alianza estratégica y a qué se dedica?

43.1 Mencione en un máximo de 2 cuartillas a cada uno de los integrantes de la Cadena o Alianza Innovadora de Comercio Exterior que se presenta; anote claramente el nombre como será conocida dicha cadena o alianza y describa de manera clara y detallada las actividades que realiza.

44. ¿Cuál es la contribución de la cadena o alianza al fomento de las exportaciones mexicanas, así como el impacto que ha tenido sobre la competitividad regional o sectorial?

44.1 Describa detalladamente en un máximo de 4 cuartillas, la manera en que la cadena o la alianza ha venido fomentando las exportaciones mexicanas de bienes y servicios al exterior, los montos involucrados, los productos de que se trata y presente los argumentos, y de ser posible, los indicadores de impacto que muestren un incremento de la competitividad regional o sectorial como resultado de la implementación de la cadena o alianza innovadora de comercio exterior.

45. ¿Cuáles son a su juicio, los factores de innovación que hicieron posible el éxito del proyecto y los que hacen a la cadena o alianza merecedora del Premio Nacional de Exportación?



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

45.1 En un máximo de 3 cuartillas, describa con lujo de detalles en qué consiste la innovación de la cadena o alianza, los atributos con que cuenta, los beneficios que ha traído su implementación y la manera en que cada una de las partes ha contribuido a su éxito.

46. ¿Existen procesos o mecanismos institucionalizados o formalizados orientados a la promoción de las exportaciones dentro de la cadena o alianza innovadora de comercio exterior?

46.1 En un mínimo de 1 cuartilla y un máximo de 2, describa si como resultado de la colaboración estratégica entre las partes, existen procesos vinculados al comercio exterior de la cadena o alianza que se hayan formalizado o institucionalizado como resultado de esta experiencia.

47. ¿Existe la posibilidad de replicar su cadena o alianza en otras Entidades Federativas, o bien, en sectores diferentes al que se ha descrito en este cuestionario?

47.1 En 1 cuartilla indique claramente si su cadena o alianza es susceptible de transferencia a regiones o sectores distintos a los originales, los requerimientos que deben cumplirse para lograrlo y las necesidades que deberán atenderse para hacerlo exitosamente.

48. ¿Cuáles considera usted que son las fortalezas más grandes de la cadena o alianza, así como las áreas de oportunidad que aún existen? ¿Cuáles son las acciones que emprenderá la cadena o alianza para atender dichas áreas de oportunidad y mantener las fortalezas encontradas?

48.1 Describa en dos cuartillas como máximo las fortalezas más importantes y las áreas de oportunidad con las que cuenta la cadena o alianza y las acciones que llevará a cabo para aprovecharlas.

V.6 Segunda Etapa Preguntas Específicas

Como se mencionó anteriormente, una de las características del nuevo modelo del Premio Nacional de Exportación es que va de lo estratégico a lo específico. El mecanismo de esta segunda etapa, denominada Preguntas Específicas, consiste en que los evaluadores profundicen en todas aquellas cuestiones que consideren relevantes para identificar posibles casos de éxito y mejores prácticas en materia de comercio exterior de las empresas, instituciones u organizaciones participantes.

Los Evaluadores podrán realizar preguntas específicas de gran profundidad, solicitando así información más detallada y concreta de ciertas áreas de interés sobre las empresas, instituciones, organismos promotores o cadenas y alianzas innovadoras participantes que calificaron a la segunda etapa. Se adentrarán en cualquier aspecto en que requieran aclaraciones o mayor conocimiento, pero sobre todo, que esté relacionado a las respuestas dadas a las preguntas estratégicas efectuadas durante la primera etapa del proceso.

Así, los Evaluadores podrían realizar preguntas sobre cuestiones tales como: estados financieros; estructura organizativa; capacitación y desarrollo del personal; planeación estratégica; desarrollo y fortalecimiento de sus capacidades clave de producción; normas, regulaciones y certificaciones; desarrollo de proveedores; instrumentos de apoyo a las exportaciones, selección de mercados, promoción y distribución de sus productos y/o servicios; clientes; conocimientos técnicos y especializados en el área de comercialización extranjera; y ejecución de estrategias definidas, entre otras.

Lo anterior servirá para que los evaluadores identifiquen si la empresa, institución, organismo o cadena o alianza innovadora que clasificó a esta etapa, sigue contando



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

con el suficiente mérito exportador, para continuar hacia la tercera y última etapa del modelo del Premio Nacional de Exportación.

Esta segunda etapa es dinámica y de relación estrecha entre el evaluador y la empresa, institución, organismo u organización participante, ya que existe una interacción inmediata a través del portal, lo que permitirá que el proceso de evaluación sea más ágil, flexible y personalizado.

V.7 Tercera Etapa Visita de Campo

La visita de campo es la última de las tres etapas del proceso de evaluación. El objetivo fundamental es corroborar la información presentada por parte de las organizaciones participantes durante las dos etapas anteriores y percibir de manera presencial si realmente existen méritos suficientes para obtener el Premio Nacional de Exportación.

La Comisión de Evaluación determinará las empresas, instituciones, organismos y organizaciones que recibirán la visita de los evaluadores, de conformidad con los resultados de la segunda etapa del proceso. Las visitas se realizarán en las fechas que de manera coordinada acuerden las empresas y la Comisión de Evaluación.

Con estas visitas, los evaluadores terminarán de definir a los candidatos finalistas que serán presentados al Comité de Premiación, órgano máximo de decisión del Premio Nacional de Exportación.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

V.8 Comité de Premiación

La Comisión de Evaluación (Consejo Consultivo de Evaluación), emitirá sus recomendaciones sobre las empresas, instituciones, organismos y cadenas o alianzas que, a juicio de sus miembros, puedan ser merecedores de obtener el Premio Nacional de Exportación.

Durante una reunión del Comité de Premiación (Comité Evaluador), los coordinadores de las diferentes categorías del Premio dentro de la Comisión de Evaluación, expondrán ante los integrantes del Comité las principales características y méritos de los finalistas, sin mencionar sus nombres. Dichos integrantes no podrán en ningún momento saber cuáles son las empresas, instituciones, organismos y cadenas o alianzas que estarán siendo evaluados en dicha sesión. Para lograr este importante objetivo, los finalistas serán identificados con claves especiales que permitirán su anonimato. Los integrantes del Comité de Premiación podrán así emitir un voto secreto para elegir a los ganadores del Premio.

Los integrantes del Comité de Premiación son:

1. Secretaría de Economía.
2. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.
3. Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
4. Secretaría de Desarrollo Social.
5. Secretaría de Educación Pública.
6. Secretaría de Energía.
7. Secretaría de Hacienda y Crédito Público.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

8. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
9. Secretaría de Relaciones Exteriores.
10. Secretaría del Trabajo y Previsión Social.
11. PROMEXICO.
12. Nacional Financiera, S. N. C.
13. Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología.
14. Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos.
15. Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana, A. C.
16. Consejo Nacional Agropecuario.
17. Consejo Coordinador Empresarial.
18. Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo de la República Mexicana.
19. Cámara Nacional de la Industria de la Transformación.
20. Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México.

Las empresas, instituciones, organismos y cadenas o alianzas que obtengan la mayoría de votos serán identificados como los ganadores del Premio Nacional de Exportación.



Fundación Premio Nacional
de Exportación, A.C.

Los nombres de los ganadores del Premio Nacional de Exportación podrán ser dados a conocer únicamente durante la Ceremonia de Premiación que presidirá el Presidente de la República. Todos los finalistas podrán ser invitados a la Ceremonia, pero no será sino hasta el momento en que el Presidente entregue los Premios, que los finalistas conocerán quienes son los ganadores.

Los ganadores recibirán un trofeo o presea, un diploma y una placa conmemorativa de manos del Presidente de la República y podrán desde ese momento hacer uso del emblema del Premio Nacional de Exportación en forma permanente siempre y cuando se consigne el año en que fue otorgado.