

274

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION



## CONSECUENCIAS MERCADOLÓGICAS DE LA APERTURA COMERCIAL EN LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA  
QUE EN OPCION AL GRADO DE:  
Licenciado en Administración  
P R E S E N T A N :  
ELBA CONCEPCION ARANA CRUZ  
EDUARDO HERNANDEZ MEJIA  
MOISES CUAUHEMOC RAMOS GUZMAN

Asesor: LIC. J. CARLOS VARELA C.  
MEXICO, D. F.

1989

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## INDICE

	Pág.
INTRODUCCION.....	1
PROGRAMA DE ACTIVIDADES.....	3
PARTE I	
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Delimitación y ubicación del problema.....	7
1.2 Objetivo general del estudio.....	9
1.3 Objetivos específicos.....	10
1.4 Necesidades de información.....	11
1.5 Formulación de Hipótesis.....	12
CAPITULO 2: DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO	
2.1 Antecedentes.....	14
2.1.1 Prehispánico.....	14
2.1.2 Colonial.....	14
2.1.3 Independiente.....	15
2.1.4 Siglo XX.....	16

	Pág.
2.2 Situación actual.....	23
2.2.1 Participación en el P.I.B.....	23
2.2.2 Utilización de la mano de obra.....	29
2.2.3 Posición con respecto a otras ramas manufactu- reras.....	35
2.2.4 Producción estimada.....	36
2.2.5 Concentración de la producción en la Indus- tria.....	36
2.2.6 Balanza Comercial.....	39
2.2.7 Pacto de solidaridad Económica.....	46
2.2.8 Cronología.....	50
 2.3 Consumo intermedio de la Industria del Vestido.....	 69

### CAPITULO 3: ACUERDOS DE COMERCIO RELACIONADOS CON LA IN- DUSTRIA DEL VESTIDO

3.1 Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (G.A.T.T.).....	75
3.2 Acuerdo Multifibras.....	85

CAPITULO 4: PROCEDIMIENTOS DE IMPORTACION RELACIONADOS -  
CON LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

PARTE II

CAPITULO 5: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

5.1	Fuentes de Información.....	96
5.2	Cuestionario para consumidores.....	97
5.2.1	Objetivo.....	97
5.2.2	Presentación.....	97
5.2.3	Objetivo de cada pregunta.....	97
5.2.4	Determinación del Universo.....	100
5.2.5	Unidades muestrales.....	101
5.2.6	Determinación del tamaño de la muestra.....	101
5.3	Guía de entrevista para Industriales del Vestido....	103
5.3.1	Objetivo.....	103
5.3.2	Presentación.....	103
5.3.3	Objetivo de cada sección.....	103
5.3.4	Determinación del universo.....	105
5.3.5	Unidades muestrales.....	106
5.3.6	Determinación del tamaño de la muestra.....	107

	Pág.
5.4 Guía de entrevista para comerciantes de ropa.....	108
5.4.1 Objetivo.....	108
5.4.2 Presentación.....	109
5.4.3 Objetivo de cada sección.....	109
5.4.4 Unidades muestrales.....	112
5.4.5 Determinación del tamaño de la muestra.....	112

## CAPITULO 6: PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

6.1 Procesamiento de la investigación a consumidores....	114
6.1.1 Tabla de frecuencias.....	114
6.1.2 Gráficas.....	126
6.1.3 Interpretación de los resultados.....	138
6.1.4 Cruzamiento de variables.....	150
6.2 Procesamiento de la investigación a Industriales del Vestido.....	169
6.2.1 Tabla de frecuencias.....	169
6.2.2 Interpretación de los resultados.....	177
6.3 Procesamiento de la investigación a Comerciantes de ropa.....	182
6.3.1 Tabla de frecuencias.....	182
6.3.2 Interpretación de los resultados.....	190

## PARTE III

## CAPITULO 7: CONCLUSIONES

7.1 Evaluación de objetivos.....	197
7.2 Evaluación de hipótesis.....	202
7.3 Recomendaciones.....	207
BIBLIOGRAFIA.....	208

## INTRODUCCION

En el año de 1979 se propuso el ingreso de México al GATT (Acuerdo Comercial de Aranceles y Comercio), desde entonces surgieron diversas opiniones, unas apoyando tal medida y otras reprobándola.

El ingreso formal del país al mencionado acuerdo fue en -- 1986 y, ubicándonos en el tema del presente estudio, a finales de abril de 1988 el Gobierno decide, dentro del P.S.E. (Pacto de Solidaridad Económica), abrir las fronteras para la exportación de, entre otras mercancías, artículos textiles confeccionados.

Esta apertura ha creado una serie de reacciones, por una parte hay opiniones que la justifican, argumentando que es necesaria para tener una Industria del Vestido más eficiente, capaz de competir internacionalmente, a la competencia que representan los productos de importación.

Si tomamos en cuenta la importancia de la Industria del -- Vestido dentro de la economía nacional, ocupando uno de los primeros lugares en participación dentro del PIB manufacturero y -- con un personal ocupado que representa más del 25% del total en

la rama mencionada, nos podemos imaginar la repercusión que tendría un efecto negativo de dicha apertura, no sólo en el plano económico sino social.

La presente investigación pretende determinar las consecuencias mercadológicas de la apertura de fronteras en la Industria del Vestido, analizando los acontecimientos que se han venido presentando relacionados con el tema, así como la opinión de tres sectores involucrados, que son, los consumidores, los Industriales y los comerciantes en el Distrito Federal y área metropolitana.

**P R O G R A M A**  
**D E**  
**A C T I V I D A D E S**



P A R T E I

## **CAPITULO 1**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## 1.1 DELIMITACION Y UBICACION DEL PROBLEMA

La Apertura Comercial en la Industria del Vestido es parte de una Política Económica que pretende reactivar el crecimiento del país después de una etapa de niveles de inflación muy elevados y un estancamiento del desarrollo económico.

La magnitud del problema que aquí tratamos es tal que, de fracasar esta medida, puede pensarse en daños irreparables para la Industria Nacional y para el país en general. Pero de igual manera, de tener éxito, podemos avanzar hacia un progreso industrial más firme basado en la eficiencia y competitividad de - - nuestras empresas y productos.

En torno a nuestra decisión se mecen dos ideas antagónicas. Unos apoyan la medida afirmando que será benéfico para la industria y para el consumidor y otros sostienen que la Industria Nacional no está preparada para afrontar este reto.

La investigación se llevará a cabo del mes de abril al mes de noviembre de 1988; se hará un estudio longitudinal, es decir, se tratará de conocer las variaciones en el transcurso del tiempo.

Con respecto a los límites espaciales de la investigación,

nuestras unidades de observación se encuentran en el Distrito Federal y Area Metropolitana. Estas unidades deben ser industriales del Vestido dedicados a cualquiera de las 15 secciones en que se divide la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (C.N.I.V.), comerciantes de ropa y consumidores.

Es importante señalar que pretendemos que esta investigación sea de utilidad tanto para industriales como para el Gobierno en un modesto intento por contribuir a mejorar las políticas de éste y el funcionamiento y desarrollo de la Industria del Vestido Mexicana dentro de los lineamientos legales establecidos.

## 1.2 OBJETIVO GENERAL

Identificar el efecto mercadológico de la apertura comercial en la Industria del Vestido del Distrito Federal y Area Metropolitana.

### 1.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- a) Determinar las características generales de la Industria del Vestido en México.
- b) Conocer las estipulaciones del G.A.T.T., en cuanto a inter cambios comerciales en la Industria del Vestido.
- c) Advertir la opinión de los Industriales del Vestido respec to a la apertura comercial en su sector.
- d) Conocer la opinión de comerciantes de ropa acerca de la -- apertura comercial en la Industria del Vestido.
- e) Advertir la opinión de los consumidores respecto a la aper tura comercial en la Industria del Vestido.
- f) Relacionar las opiniones anteriores en base a las Hipóte-- sis Planteadas.
- g) Conocer las características generales de los consumidores de ropa en el D.F. y área metropolitana.

#### 1.4 NECESIDADES DE INFORMACION

- a) Realizar en forma profesional una investigación documental que permita conocer las características de la Industria -- del Vestido, las estipulaciones del G.A.T.T., los procedimientos de importación.
  
- b) Investigación de campo para conocer la opinión de los in-- dustriales, comerciantes y consumidores, en cuanto a la -- apertura comercial, en el D.F. y área metropolitana.

### 1.5 FORMULACION DE HIPOTESIS

- a) El consumidor del D.F. y área metropolitana prefiere las prendas de vestir extranjeras por considerar que son de mejor calidad y precio.
- b) Las ventas de la Industria del Vestido Nacional se verán disminuidas por la apertura de fronteras.
- c) Al comerciante nacional le interesa más el precio que pueda pactar por la mercancía y su consecuente utilidad que la procedencia de la misma.
- d) Los industriales del vestido tendrán que aumentar la calidad de sus productos para competir con los importados.
- e) La apertura comercial provocará el cierre de muchas empresas pequeñas y medianas de la Industria del Vestido.
- f) Los industriales del vestido están en desacuerdo con la apertura de fronteras.

## **CAPITULO 2**

### **DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN MEXICO**

## 2.1 ANTECEDENTES

### 2.1.1 Época Prehispánica

En México, desde la época prehispánica, el vestido ha ocupado un lugar preponderante. En el Códice Mendosino encontramos escritos que nos hablan de que los aztecas, haciendo uso de su poderío, exigían a los 372 pueblos dominados que les proporcionaran toda su vestimenta.

Estos pueblos, utilizando utensilios primitivos pero ingeniosos, elaboraban mantas de algodón para satisfacer la demanda de los aztecas.

Actualmente en algunas regiones del país existen tribus -- que elaboran su vestimenta como lo hacían nuestros antepasados.

### 2.1.2 Época Colonial

Después de la Conquista, eran los españoles quienes exigían telas y vestidos a sus encomendados. Por ejemplo, se dice que en 1529 los Indios Cuzamala, quienes desarrollaron gran habilidad en la creación de telas, entregaban cada 80 días unas 600 mantillas para esclavos y 480 prendas de vestir.

El progreso industrial de la Colonia se vió impedido por los privilegios otorgados a los artesanos españoles en perjuicio del artesano de la Colonia. A pesar de ello, la manufactura de hilados y tejidos de algodón, así como los de lana, creció de manera importante especialmente en las últimas décadas del dominio español, a grado tal que llegaron a ocupar el segundo lugar en cuanto a valor de la producción, después de la minería.

Sin embargo, no obstante la calidad de las vestimentas elaboradas en la Colonia, al parecer nunca se exportaron a España y sí, en cambio, se estableció un comercio a partir del siglo XVI con las Antillas, el cual consistía principalmente en ropa y metales preciosos.

### 2.1.3 Epoca Independiente

A raíz de la Guerra de Independencia se desata una controversia en torno a qué política seguir respecto a la industria nacional.

Por una parte un grupo de industriales exigía protección para la planta nacional y, por otro lado, se pedía que se abrieran las fronteras a los productos extranjeros.

En medio de esta discusión, la industria textil quedó rezagada

gada y con muchos problemas; contaba con una técnica atrasada - que le impidió competir con Europa y los Estados Unidos. Así - mismo, se veía afectada por la carencia de capital y los cons-- tante cambios en los aranceles y prohibiciones internas que se vivían en aquellos tiempos.

Un objetivo que no pudo lograrse en esa época, era el de - no depender de otros países en los productos básicos que po-- drían fabricarse internamente y dentro de esos productos se da-- ba primordial importancia a los tejidos de lana y algodón.

#### 2.1.4 Siglo XX

A raíz de la caída de Porfirio Díaz, la industria textil - trató de continuar con las innovaciones logradas entre 1905 y - 1910; sin embargo, se vio obligada a hacer concesiones a los -- nuevos elementos de poder dentro del Gobierno.

Las ganancias y la producción continuaron incrementándose después del cambio de Gobierno, pero en 1915 toda la economía - mexicana estaba en serias dificultades. Las luchas, huelgas, - las interrupciones en el ferrocarril, la falta de crédito y los frecuentes cambios en el poder, lastimaron seriamente la produc-- ción y el mercado de los textiles.

Para 1913 las compañías de textiles seguían teniendo reu--

niones anuales y repartiendo dividendos. La Compañía Veracruzana, con su planta de Santa Rosa, pagó 13% por acción ese año; - la Compañía Atlixco pagó 6% y Cidosa 8%.

Debido a los disturbios y el consecuente descenso en el -- consumo, en las fábricas bajó la producción y muchas de ellas - tuvieron que cerrar. En 1910 existían aproximadamente 145 fá-- bricas, en 1913 había 108 y en 1914 quedaban sólo 90, para 1918 existían 104.

Tanto los plantíos de algodón, como las fábricas del norte sufrieron debido a su vulnerable localización en el centro de - las actividades militares.

En 1920 la economía vuelve a crecer a pesar de que los pro- blemas internos aún no se resolvían. En la década 1920-1930, - el gobierno de Calles hizo un estudio de la industria textil y continuó con las tarifas proteccionistas.

La depresión mundial de la década siguiente provocó una -- contracción del comercio exterior con el consecuente descenso - en los ingresos del Gobierno y del intercambio de fondos con el extranjero. Se alentó la sustitución de importaciones, entre - ellas las de textiles, con el objeto de disponer de fondos para importaciones básicas, como la maquinaria.

Durante la Segunda Guerra Mundial la situación mejoró ya que el Gobierno Mexicano alentó la venta al exterior de textiles, eximiéndolos del pago de derechos de exportación. Aunado a esto, la necesidad de divisas y la capacidad de la industria textil para cubrir las necesidades internas, alentaron al Gobierno a prohibir la importación de telas de julio de 1947 a enero de 1951. Después de esa fecha se levantó el embargo, pero siguió habiendo impuestos muy altos a las importaciones.

Además de esta protección a la industria textil mexicana, Nacional Financiera autorizó concesiones fiscales y préstamos a 35 compañías de textiles entre 1940 y 1950, por valor de \$116'530,000.00

Sin embargo, una vez lograda la meta de sustitución de importaciones, el Gobierno mostró un menor interés en apoyar la modernización de la industria textil.

### Desarrollo Tecnológico

La industria textil ha sido lenta en adoptar los cambios tecnológicos del presente siglo. Esto se ha atribuido a la falta de interés por parte del Gobierno, a una administración empresarial conservadora y a la creciente participación del movimiento sindical en la estructura de poder en nuestro país.

Además, el inversionista extranjero que ayudó a transformar la industria en México antes de 1910, o bien se fue (hacia 1920), o decidió invertir su capital en empresas más productivas. El aumento en la demanda de textiles durante la Segunda Guerra Mundial, fue solucionado adaptando o comprando maquinaria vieja.

Para 1950 el 90% de los telares en México eran anticuados. La demanda interna y las restricciones a las importaciones demostraron la urgente necesidad de reemplazar el equipo; entre 1952 y 1953 México invirtió casi 5 millones de dólares en maquinaria textil (casi toda usada) comprada en su mayor parte a Estados Unidos.

En la década de los 60's, impulsada por las innovaciones mundiales en equipo textil, por la influencia de las compañías japonesas y estadounidenses que entraron a México entre 1951 y 1960, la Industria Textil, en especial la de algodón, comenzó un programa de modernización. En 1974 el 75% de la maquinaria era automática y estaba clasificada como industria moderna.

Un adelanto importante en el desarrollo tecnológico fue la apertura en 1952 de la primera fábrica en México dedicada exclusivamente a la manufactura de maquinaria textil. La Compañía Toyoda de México, S.A. integrada por capital japonés para hacer máquinas para la corda, el hilado y el tejido, tuvo que cerrar

en 1950 porque no había demanda; sin embargo, en 1960 la planta fue reorganizada bajo el nombre de Siderúrgica Nacional, S.A. - (SIDENA). A partir de entonces se abrieron otras empresas fabricantes de maquinaria textil, pero a la fecha México sigue importando gran parte de su maquinaria.

Otros programas importantes de modernización se llevaron a cabo por dos compañías con sede en E.U. que abrieron fábricas - en México en los '50's: Celanese Corporation of America y Burlington Mills.

### La Demanda

Debido al crecimiento demográfico habido en México durante el presente siglo, la industria textil ha tenido un desarrollo importante.

En 1910 la población de México ascendía a aproximadamente 15 millones de habitantes; para 1965 de más de 40 millones, con un incremento de 3% anual. Desde la década de los 30's la Industria Textil de México ha cubierto la demanda interna de telas de algodón.

### Relaciones Laborales

El movimiento sindical, que llegó a ser un elemento importante en el desarrollo político de México después de 1910, ha -

sido con frecuencia acusado de haber impedido la modernización de la industria.

Los contratos de trabajo firmados en 1912 requerían que a ningún trabajador se le diera responsabilidad por más de 8 cardadoras (mientras que en ese tiempo en los países desarrollados un operador atendía 40), y formulaban otras restricciones análogas para evitar el desplazamiento de obreros por maquinaria automatizada.

Estas concesiones han limitado el incentivo de los manufactureros a reducir costos introduciendo nueva maquinaria.

La industria textil en 1955 tenía 41,560 trabajadores, -- 39,192 de los cuales eran operarios (94.3%) y el resto (5.7%) -- empleados de oficina o supervisores.

En 1965 el número de trabajadores había aumentado a aproximadamente 50,000, lo cual no es un crecimiento significativo -- comparado con la producción y consumo de algodón.

A lo largo de su historia, esta industria ha dado un núcleo de trabajadores fabriles capacitados, sin embargo, tradicionalmente ha sido uno de los segmentos que ha pagado menos.

En 1952, por ejemplo, el salario promedio de un trabajador

textil era menos de 2/3 partes que el de uno de la industria de productos de hule.

Para el año de 1965, el 84% de los trabajadores de la industria del algodón se encontraba en fábricas del centro del país y el 34% del total se localizaba específicamente en el centro textil de Puebla, estado que se caracteriza por un gran número de fábricas, muchas de ellas pequeñas y dedicadas a la tradicional manta de hilo grueso fabricadas en máquinas anticuadas. El D.F. y Veracruz le siguen en número de empleados pero con maquinaria más moderna.

## 2.2 SITUACION ACTUAL

### 2.2.1 Participación en el P.I.B.

De acuerdo con un estudio realizado por la Gerencia de Estudios Económicos de CANAITEX (Cámara Nacional de la Industria Textil), basado en datos de la Secretaría de Programación y Presupuesto, la producción interna del país ha presentado variaciones considerables de 1980 a 1986, observándose una caída desde 1981 al 83 de  $-5\%$  para el primer año y  $-5.3\%$  en el segundo, para posteriormente presentar una recuperación de  $3.7\%$  y  $2.8\%$  para los dos años siguientes y por último una nueva baja del  $-3.8\%$  para el año de 1986. Esta caída se debió a un estancamiento presentado por la economía mexicana en general afectando consecuentemente a las ramas industriales, en este caso, a la industria manufacturera. La rama manufacturera de igual forma presentó un repunte en el 85 del  $5.8\%$  para después sufrir una caída del  $5.6\%$  para el 86, mayor a lo presentado en la Producción General. La misma situación fue sufrida por la Industria del Vestido ya que de igual manera presentó en principio un incremento para 1982 respecto al año anterior del  $4\%$ , y una caída durante los tres años siguientes:  $-5.8\%$ ,  $-3.1\%$  y  $-2.0\%$  respectivamente, un repunte del  $2.4\%$  para el 85 y una baja del  $-4.5\%$  para el 86. Con esto se puede observar la dependencia que tiene la Industria del Vestido de la economía nacional y viceversa. (Ver fig. No. 1).

PRODUCTO INTERNO BRUTO  
(1980-1986)

MILLONES DE PESOS Y VARIACIONES ANUALES

AGD	PIB TOTAL	PIB MANUFACTURERO	PIB TEXTIL	PIB INDUST. VESTIDO
1980	841,855	209,682	12,044	8,607
79/80	8.3	7.2	1.5	
1981	908,765	224,326	12,850	8,950
80/81	7.9	7.0	6.7	4.0
1982	903,839	217,852	11,955	8,427
81/82	(0.5)	(2.9)	(7.0)	5.8
1983	856,174	202,026	11,628	8,168
82/83	(5.3)	(7.3)	(2.7)	(3.1)
1984	887,647	211,684	11,770	8,003
83/84	3.7	4.8	1.2	(2.0)
1985	912,334	211,886	12,501	8,197
84/85	2.8	5.8	6.2	2.4
1986	878,085	211,460	11,805	7,828
85/86	(3.8)	(5.6)	(5.6)	(4.5)
TOTAL	6,188,699	1,488,916	84,553	58,180
PROMEDIO	884,100	212,702	12,079	8,311
PARTICIPA	100.00	24.25	1.40	1.00

FUENTE : GERENCIA DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE CANAITEX, CON BASE EN EL SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES, S.P.P.

Durante los siete años analizados (1980-1986), en promedio, el Producto Interno Bruto en México ha sido de 884 100 millones de pesos anuales, de tal cantidad la Industria Manufacturera ha participado con 214,351 millones de pesos en promedio - anualmente durante el mismo lapso lo que representa el 24.25% del PIB Nacional. Mientras que la Industria del Vestido ha aportado 8 311 millones de pesos anuales; en promedio, dicha cantidad representa el 3.9% del total de la Industria Manufacturera y casi el 1% del total del Producto Interno Bruto del país. (Ver fig. No. 2)

#### PARTICIPACION EN EL P.I.B. (1986-1987)

De acuerdo con los datos proporcionados por el Sistema de Cuentas Nacionales, el Producto Interno Bruto del país presentó un alza para el año de 1987 en comparación con lo obtenido el año anterior. Este repunte fue del 1.4% (ver fig. No. 3).

La Industria Manufacturera presentó de igual manera un alza en cuanto a su P.I.B. del 2%, lo cual puede considerarse a simple vista bueno comparado con las demás ramas de la economía como son: Sector minero un 4.2% de incremento, Comercio 3.8%, Transporte con un 2.3%, Electricidad 1.7%, etc.

En el siguiente cuadro (Fig. 4) se puede observar a detalle la variación del P.I.B. en el Sector Manufacturero para - -

LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN EL  
P.I.B. MANUFACTURERO EN MEXICO

(MILLONES DE PESOS)

ANO	PIB MANUFACTURERO	PIB PRENDAS DE VEST	PARTICIPACION %
1980	209,682	8,607	4.10
1981	224,326	8,950	3.90
1982	217,852	8,427	3.80
1983	202,026	8,168	4.00
1984	211,684	8,003	3.70
1985	211,886	8,197	3.60
1986	211,460	7,828	3.70
TOTAL	1,488,916	58,180	3.91

FUENTE : CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO, EN  
BASE AL SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES, INEGI/SPP

PRODUCTO INTERNO BRUTO TOTAL  
Y POR GRAM DIVISION

DENOMINACION	EN MILLONES DE PESOS, A PRECIOS DE 1980		VARIACION ANUAL	
	1986	1987	1986	1987
11.- AGRICUARIO, SILVICULTURA Y PESCA	404,841	411,440	(2.7)	1.6
12.- MINERIA	174,250	181,525	(4.3)	4.2
13.- INDUSTRIA MANUFACTURERA	990,468	1,010,086	(5.7)	2.0
14.- CONSTRUCCION	238,953	242,896	(10.2)	1.7
15.- ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	64,215	66,624	2.9	3.8
16.- COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	1,223,321	1,223,804	(6.8)	
17.- TRANSPORTE ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	295,763	302,539	(3.5)	2.3
18.- FINANCIEROS, SEGUROS E INMUEBLES	503,927	520,468	3.5	3.3
19.- SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	892,997	899,049	(0.7)	0.7
SERVICIOS BANCARIOS IMPUTADOS	(63,458)	(63,458)	0.0	0.0
<b>TOTAL</b>	<b>4,725,277</b>	<b>4,794,973</b>	<b>(4.0)</b>	<b>1.4</b>

FUENTE : SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES, ESTIMACION PRELIMINAR 1987. INEGI/SPP

PRODUCTO INTERNO BRUTO TOTAL  
GRAN DIVISION 3 "INDUSTRIA MANUFACTURERA"

DENOMINACION	EN MILLONES DE PESOS, A PRECIOS DE 1980		VARIACION ANUAL	
	1986	1987	1986	1987
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	273,845	276,781	(0.6)	1.1
TEXTILES, VESTIDO Y CUERO	127,153	119,628	(5.2)	(6.0)
HADERA Y SUS PRODUCTOS	38,764	37,953	(3.5)	(2.1)
IMPRESA Y EDITORIALES	58,880	61,303	(3.4)	4.1
QUIMICOS, DERIVADOS DEL PETROLEO, CAUCHO Y PLASTICO	177,610	183,176	(3.5)	3.2
MINERALES NO METALICOS, EXCEPTO DERIVADOS DEL PETROLEO	68,002	75,022	(6.7)	10.3
INDUSTRIAS METALICAS BASICAS	57,032	64,614	(6.8)	13.3
PRODUCTOS METALICOS, MAQUINARIA Y EQUIPO	164,727	169,260	(15.2)	2.8
OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	24,455	22,349	(10.3)	(8.6)
TOTAL	990,468	1,010,086	(5.7)	2.0

FUENTE : SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES, ESTIMACION PRELIMINAR 1987. INEGI/SPP

1986-1987. La rama que ocupa este estudio presentó una caída del 6% junto con otras industrias como es la textil y la del cuero, y en contraste con la industria metálica básica, por ejemplo, que obtuvo una variación del 13.3% a la alza.

Ahora bien, dentro del renglón de textiles, prendas de vestir e industria del cuero (fig. 5) se observa que las ramas industriales que más descendieron en cuanto a PIB se refiere fueron: Cuero y calzado (19.8%), Hilados y Tejidos de fibras duras (8.8%) y Prendas de vestir (6.7%) en tercer lugar.

#### 2.2.2 Utilización de Mano de Obra

En base a los datos proporcionados por CANAITEX (Cámara Nacional de la Industria Textil), CONCAMIN y CNIIV se observa que el personal ocupado total en México ha sufrido variaciones durante el período analizado (1980-1985) presentando en principio un aumento durante el primer año del 6.6% para después tener un decremento en los dos años subsecuentes del .8 y 1.5% respectivamente, al igual que se presentó con la economía y la producción en general durante esos años y de igual manera se obtuvo un aumento del 2.2 y 4.9% para los años de 1984 y 1985 por último caer un 3.3% para 1986 llegando a 20,300 (miles) personas ocupadas en total.

Comparando a la Industria Manufacturera con otros sectores,

PRODUCTO INTERNO BRUTO TOTAL  
DIVISION II TEXTILES . PRENDAS DE VESTIR E INDUSTRIA DEL CUERO.

DENOMINACION	EN MILLONES DE PESOS, A PRECIOS DE 1980		VARIACION ANUAL	
	1986	1987	1986	1987
IIA) HILADOS, TEJIDOS DE FIBRAS BLANDAS	38,796	39,403	(6.8)	1.6
II B) HILADOS Y TEJIDOS DE FIBRAS DURAS	5,237	4,777	14.4	(8.8)
II C) OTRAS INDUSTRIAS TEXTILES	14,219	14,822	(3.4)	4.2
II D) PRENDAS DE VESTIR	40,397	37,671	(5.8)	(6.7)
II E) CUERO Y CALZADO	25,504	22,855	(5.9)	(6.7)
<b>T O T A L</b>	<b>124,153</b>	<b>119,528</b>	<b>(5.9)</b>	<b>(19.8)</b>

FUENTE : SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES, ESTIMACION PRELIMINAR 1987. INEGI/SPP

como son: Sector agropecuario (agricultura, silvicultura y pesca), Minería, Construcción y Electricidad, en cuanto a la ocupación de mano de obra obtenemos los siguientes resultados:

Tomando un promedio de personal ocupado anualmente en un lapso de 6 años (1980-1985) el sector agropecuario ocupan el 26%, es decir, 514.3 miles de personas laborando en estas actividades, mientras que la minería también como parte del sector primario, ocupa el 1.3% en promedio anual, lo que sería 263.55 miles de personas ocupadas. Por otro lado tenemos que la industria manufacturera como parte del Sector secundario o Industrial ocupa el 12.15% del total de personal, lo que se traduce en 2414.8 miles de personas, y específicamente la Industria del Vestido ocupa 542.6 miles de personas lo que representa el 2.7% del total en el país, y el 22.47% del total en la rama manufacturera que comparada, dentro de la misma rama, con la Industria Textil que representa el .7% del total en México y el 5.8% del personal ocupado por la rama es una gran diferencia y mayor participación en este aspecto por parte de la Industria del Vestido.

La rama de la Construcción ocupa sólo el 8.1% del total de personal, mientras que la rama de electricidad un .33%, dejando un 8.43% para el sector terciario sólo como ejemplo estas dos ramas.

Por lo tanto la Industria manufacturera ocupa el segundo lugar en comparación con los sectores analizados con un 12.15% y dentro de esta industria, la Industria del Vestido ocupa el 22.47% del personal. (Ver fig. 6)

#### UTILIZACION DE MANO DE OBRA 1986-1988

Conforme a los datos proporcionados por la S.P.P., (ver -- fig. 7) para el año de 1986 sufre una baja el índice de personal ocupado en la Industria Manufacturera en lo que corresponde a Textiles, Prendas de vestir, e Industria del cuero; llegando a ocupar hasta un 13% menos del personal ocupado en 1980. Para el año de 1987 se mantiene la caída del índice, sobre todo en los meses de enero, julio, agosto y diciembre. Lo mismo ocurre durante el primer trimestre de 1988 donde se presenta menor hasta en un 15% del volumen de personal ocupado en el año de 1980.

Comparada con otras divisiones de la rama manufacturera se puede considerar en el cuarto lugar en cuanto a reducción del índice de personal ocupado, después de la rama de productos alimenticios, industria de sustancias químicas y productos del papel que sólo disminuyeron hasta un 10% el volumen de personal ocupado.

Por lo tanto hasta el primer trimestre de 1988 se ha mantenido casi estable el nivel de empleo presentado ocho años atrás.

PERSONAL OCUPADO EN LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL  
Y EN LA RAMA DE LA CONFECCION

DESCRIPCION	PERSONAL OCUPADO TOTAL	TOTAL	AGROPESCUARIO SILVICULTURA PESCA	MINERIA	INDUSTRIA MANUFACTURERA	INDUSTRIA TEXTIL	INDUSTRIA DEL VESTIDO (1)	(2)	CONSTRUCCION	ELECTRICIDAD
1980	18,795.20	9,308.00	4,901.00	240.00	2,417.00	175.90	150.00	540.00	1,687.00	63.00
1981	20,042.80	9,941.40	5,189.00	263.20	2,542.50	180.00	165.00	572.00	1,880.80	65.90
80/81 %	6.64	6.80	5.88	9.67	5.19	2.33	10.00	5.93	11.49	4.60
1982	19,863.20	9,641.70	5,035.30	270.00	2,485.30	164.80	147.00	558.00	1,784.90	66.20
81/82 %	(0.90)	(3.01)	(2.06)	2.58	(2.25)	(8.44)	(10.91)	(2.45)	(5.10)	0.46
1983	19,571.50	9,307.50	5,244.70	266.50	239.70	161.40	167.00	517.00	1,420.80	65.80
82/83 %	(1.47)	(3.47)	4.16	(1.30)	(90.36)	(2.06)	13.61	(7.35)	(20.40)	(0.60)
1984	20,010.00	6,509.70	5,342.20	270.70	2,360.90	161.70	170.00	541.00	1,467.70	68.20
83/84 %	2.24	(30.06)	1.88	1.58	884.94	0.19	1.80	4.64	3.30	3.65
1985	21,010.00	9,526.60	5,333.70	270.90	2,373.40	160.00	175.00	546.00	1,480.20	68.40
84/85 %	5.00	46.34	(0.16)	0.07	0.53	(1.05)	2.94	0.92	0.85	0.29
PROMEDIO	19,884.04	9,041.92	5,175.78	265.65	2,202.81	165.79	165.24	545.95	1,618.59	67.65
%		1.00	0.87	0.03	0.24	0.02	0.02	0.06	0.18	0.01

(1) DATOS OFICIALES

(2) DATOS ESTIMADOS

FUENTE : CONFEDERACION DE CAMARAS INDUSTRIALES DE LA REPUBLICA MEXICANA  
(CONCANIN), Y CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

INDICE DEL PERSONAL OCUPADO POR DIVISION EN INDUSTRIA MANUFACTURERA  
1980 = 100

PERIODO	PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO	TEXTILES PRE- DAS DE VESTIR & INDUSTRIAS DEL CUERO	INDUSTRIAS DE LA MADERA Y PRO- DUCTOS DE LA MADERA	PAPEL Y PRO- DUCTOS DE LA IMPRESA Y EDITORIALES	SUSTANCIAS QUI- MICAS DERIVADAS DEL PETROLEO & EDIT.	PROD. MINERALES NO METALICOS ETC. DERIVADOS DEL PETROLEO	INDUSTRIAS METALICAS BASICAS	PRODUCTOS METALICOS MAQUINARIA Y EQUIPO	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
1985 p									
ENERO	95.10	90.96	76.49	85.78	95.81	92.17	93.32	78.33	93.41
FEBRERO	96.50	89.77	78.59	87.10	95.74	93.19	94.85	79.43	99.11
MARZO	98.21	90.33	79.08	87.86	96.80	95.59	94.94	80.45	103.08
ABRIL	98.60	90.57	79.16	86.62	96.21	97.13	95.61	71.31	104.11
MAYO	98.74	90.40	80.67	89.29	97.27	97.11	95.56	81.89	106.64
JUNIO	98.86	91.70	77.26	89.25	98.11	96.81	96.73	82.14	107.25
JULIO	97.78	91.68	79.10	87.46	97.74	97.30	97.08	81.67	108.52
AGOSTO	98.07	91.68	78.27	87.63	97.19	97.29	97.04	80.85	105.48
SEPTIEMBRE	97.97	91.40	76.40	87.64	96.84	97.26	96.26	81.49	103.22
OCTUBRE	97.67	90.12	75.91	87.24	97.26	97.10	93.62	81.64	101.05
NOVIEMBRE	96.98	89.53	77.14	87.40	96.64	95.79	93.11	81.02	96.86
DICIEMBRE	96.43	88.82	76.39	86.03	95.74	94.32	91.55	78.63	92.59
1986									
ENERO	96.84	89.14	75.27	86.10	96.37	92.53	90.05	79.25	94.27
FEBRERO	99.50	89.29	76.98	87.81	97.06	92.69	89.48	79.61	97.42
MARZO	99.82	89.69	75.26	87.31	96.72	92.35	89.44	79.49	98.55
ABRIL	99.62	90.29	75.12	87.56	95.93	93.63	89.15	79.45	100.40
MAYO	98.63	89.62	74.16	87.60	97.30	92.76	87.44	78.87	100.94
JUNIO	98.23	89.49	72.93	86.32	97.01	91.74	80.02	77.23	100.57
JULIO	100.68	90.20	70.26	86.92	98.11	92.00	75.46	79.83	103.65
AGOSTO	101.00	90.08	70.61	88.92	97.13	91.82	75.53	78.44	99.51
SEPTIEMBRE	100.74	89.12	70.28	88.55	96.60	90.91	74.46	76.77	98.70
OCTUBRE	99.88	88.52	71.16	88.97	96.61	89.99	74.02	76.80	93.30
NOVIEMBRE	99.90	88.64	72.21	88.60	97.40	90.34	73.41	76.20	86.62
DICIEMBRE	100.50	87.05	72.11	87.47	91.61	90.11	72.41	74.20	82.71
1987									
ENERO	98.74	85.30	71.39	86.95	96.26	90.45	72.99	74.77	83.91
FEBRERO	99.61	87.06	71.80	87.48	97.20	91.67	72.41	74.83	88.73
MARZO	100.01	87.58	72.62	88.07	97.67	93.27	73.89	74.33	90.25
ABRIL	99.05	87.85	71.94	88.47	97.57	94.80	74.51	75.86	93.85
MAYO	100.64	86.84	70.07	88.56	98.56	96.30	74.82	76.58	95.58
JUNIO	100.99	86.93	71.67	88.87	98.90	97.86	75.09	76.54	94.92
JULIO	101.72	86.23	71.13	87.45	99.63	98.74	75.51	76.88	95.94
AGOSTO	103.96	87.26	71.58	87.75	99.44	97.64	75.43	76.39	93.82
SEPTIEMBRE	101.97	88.32	72.11	88.23	99.82	96.73	74.81	75.66	92.12
OCTUBRE	101.01	69.06	74.30	88.65	100.25	97.38	75.53	76.40	92.02
NOVIEMBRE	100.44	88.62	75.45	88.38	100.18	96.33	75.49	76.35	90.01
DICIEMBRE	99.26	86.34	74.99	88.50	98.14	95.42	75.34	76.04	83.41
1988 p									
ENERO	99.90	86.10	74.60	87.50	95.50	84.80	76.10	81.00	80.30
FEBRERO	98.50	85.70	75.90	88.10	95.30	86.00	75.40	81.60	82.20
MARZO	99.60	85.70	75.50	87.60	97.00	90.50	75.00	76.60	91.00

p CIPRAS PRELIMINARES

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA GEOGRAFIA E INFORMATICA. ENCUESTA INDUSTRIAL MENSUAL.

### 2.2.3 Posición con respecto a otras ramas industriales

Dentro de la Industria Manufacturera encontramos varias ramas importantes, como son: Productos alimenticios, bebidas y tabaco; Textiles, prendas de vestir e industria del vestido; Industria de la madera y productos de la madera; Productos del papel, imprenta y editoriales; Substancias químicas, derivados del petróleo, productos de caucho y plástico; Productos minerales no metálicos, excepto derivados del petróleo; Industrias metálicas básicas; Productos metálicos, maquinaria y equipo; etc.

Como parte de la Industria textil se ubica a la Industria del Vestido, la cual ocupa el presente estudio.

Del total del Producto Interno Bruto Manufacturero durante los años de 1980 y 1986 la Industria Textil ha participado, en promedio, con un 12% ocupando con ello el cuarto lugar en importancia entre las ramas ya mencionadas, después de la industria de productos alimenticios, bebidas y tabacos que ocupa el primer lugar con una participación promedio anual del 25%; en segundo lugar la Industria de sustancias químicas, derivados del petróleo, productos de caucho y plástico con un 23%, y la Industria de Productos metálicos, maquinaria y equipo con una participación del 18% anual, en promedio.

Específicamente la Industria del Vestido que se localiza como una de las tres clasificaciones de la Industria Textil jun

to con Textiles y la Industria del cuero, aporta al Producto Interno Bruto Manufacturero un 4% ocupando de esta manera el segundo lugar dentro de la rama con una participación del 32% - - (del PIB de la Industria Textil), después de Textiles que aporta un 48% y antes que la Industria del cuero que representa un 20% del Producto Interno Bruto de la Industria Textil. (Ver - - fig. 8).

#### 2.2.4 Producción Estimada

La Industria del Vestido en México ha tenido una tendencia creciente después de la caída presentada de 1982 al 83 (-4.9%) para los dos años siguientes. De 1983 a 1984 presentó un aumento del 1.7% y posteriormente, al año siguiente un alza de - - - 17.32% produciendo un total de 279,614 toneladas para ese año.

En promedio, la Industria del Vestido ha producido en el período de 1982 a 1985, 253 818 toneladas anuales, lo cual cotejado con el promedio de personal ocupado durante este mismo - - lapso (540.2 miles de personas ocupadas) nos da una productividad de 469.6 toneladas por cada mil personas. (Ver fig. 9)

#### 2.2.5 Concentración de la producción de la Industria del Vestido

Durante el año de 1984 las empresas grandes representaban

POSICION DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO RESPECTO AL PIB  
DE OTRAS RAMAS MANUFACTURERAS EN 1985  
(MILLONES DE PESOS)

RAMA INDUSTRIAL	VALOR DEL PIB	PARTICIPACION %
T O T A L	223987.4	100.0
INDUSTRIAS BASICAS DE HIERRO Y ACERO	9578.4	4.3
REFINACION DEL PETROLEO Y DERIVADOS	9296.7	4.2
HILADOS Y TEJIDOS DE FIBRAS BLANDAS	8007.2	3.8
PRENDAS DE VESTIR	8315.0	3.7

FUENTE : SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES  
INEGI / SPP

FIG. # 8

PRODUCCION ESTIMADA DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO  
DE MEXICO

(TONELADAS)

ASO	1982	1984	1984	1985
TONS	254,911	242,419	238,329	279,614

FUENTE: CIPRAS ESTIMADAS POR LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

el 1.5% del total de empresas dedicadas a la Industria del Vestido, concentrando en ellas el 42% del total de activos fijos brutos invertidos en la Industria que nos ocupa y participando en el 38% de la producción total de la misma, mientras que las empresas medianas dedicadas a este ramo representan el 12.5% y ocupan el 38% de los activos fijos totales de la industria, 4% menos que las grandes a pesar de ser mayor el número de empresas medianas; aún así su contribución en cuanto a la producción total es mayor ya que participan con el 41%

Las empresas catalogadas como pequeñas representan el 86% del total de empresas dedicadas a la Industria del Vestido ocupando un 20% restante de los activos fijos y participa sólo con un 25% en la producción total. (Ver fig. 10)

#### 2.2.6 Balanza Comercial

De acuerdo con lo presentado en la fig. 11 la Balanza Comercial de la Industria de la Confección en México ha presentado variaciones considerables sobre todo en sentido positivo, -- disminuyendo el saldo en contra, es decir, que se han aumentado las exportaciones y se presentó una disminución en las importaciones. Sobre todo de 1982 a 1983 las exportaciones aumentaron en un 158.6% mientras que las importaciones disminuyeron 169.5%. Durante los siguientes años las exportaciones siguen creciendo hasta un 50% máximo, pero las importaciones no disminuyen al --

CONCENTRACION DE LA PRODUCCION EN LA INDUSTRIA  
DEL VESTIDO

1984

%

CONCEPTO	NUMERO DE EMPRESAS	ACTIVOS FIJOS BRUTO	PRODUCCION BRUTA
GRANDES	1.5	42.0	34.0
MEDIANAS	12.5	38.0	41.0
PEQUEÑAS	86.0	20.0	25.0
TOTAL	100	100	100

FUENTE : DIRECCION DE PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA. SECOPI

BALANZA COMERCIAL DE LA INDUSTRIA  
DE LA CONFECCION

(MILES DE DOLARES)

AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
1982	26,519	150,409	(123,890)
1983	21,784	11,012	10,772
1984	56,326	29,682	26,644
1985	55,144	48,688	6,456
1986	60,253	24,448	35,805
1987	121,016	41,136	79,880

FUENTE : CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO, EN BASE  
A LAS ESTADISTICAS DEL BANCO DE COMERCIO EXTERIOR DE  
MEXICO, INEGI/SPP

mismo ritmo y sólo llegan a presentar un 8% de decremento.

En la siguiente fig. 12 se presenta la Balanza Comercial de varios sectores de la economía nacional, entre ellos la Industria manufacturera y específicamente la rama textil y prendas de vestir. En esta figura se puede observar que las exportaciones en general, para 1987, en comparación a 1986 se incrementaron en un 28% mientras que las importaciones sólo se incrementaron un 7%.

En 1986 la Industria manufacturera contribuyó en un 40.54% de las exportaciones totales y en un 89.24% de las importaciones lo cual reporta para ese año un saldo en su balanza comercial de -2 420 093 miles de dólares, en comparación con la Industria extractiva, por ejemplo, que aportó 37.99% en exportaciones y 1.64% de las importaciones obteniendo una balanza positiva de 5 901 965 miles de dólares.

Para el año de 1987 la Industria Manufacturera incrementa sus exportaciones llegando a contribuir con el 51.26% del total y disminuye a un 88.12% de las importaciones totales, aunque en términos reales se incrementó 568 862 miles de dólares el monto de sus importaciones. A pesar de lo anterior conservó un saldo negativo de -182 513 miles de dólares.

Dentro de la Industria manufacturera la rama de textiles y

MEXICO : BALANZA COMERCIAL POR SECTOR DE ORIGEN  
(ENERO-DICIEMBRE, MILES DE DOLARES)

CONCEPTO	1986				1987			
	EXPORTACION		IMPORTACION		EXPORTACION		IMPORTACION	
	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
TOTAL	16,030,999	100.00	11,432,364	100.00	20,656,628	100.00	12,222,628	100.00
AGRICULTURA Y SILVICULTURA	1,777,730	11.09	783,134	6.85	1,295,286	6.27	970,980	7.9
GANADERIA Y APICULTURA	308,524	1.92	151,790	1.33	224,656	1.09	134,536	1.1
CAZA Y PESCA	12,152	0.08	2,687	0.02	23,062	0.11	2,982	0.02
INDUSTRIA EXTRACTIVA	6,089,937	37.99	187,972	1.64	8,452,980	40.92	256,180	2.1
PETROLIO Y GAS NATURAL	5,580,240	34.81	9,292	0.08	7,976,955	38.13	9,278	0.07
MINERALES METALICOS	238,597	1.49	33,184	0.29	267,897	1.30	45,249	0.37
MINERALES NO METALICOS	271,100	1.69	145,496	1.27	309,097	1.49	201,653	1.65
INDUSTRIA MANUFACTURERA	7,782,115	48.54	10,202,708	89.24	10,588,557	51.26	10,771,070	88.1
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	937,350	5.85	490,543	4.29	1,313,478	6.36	460,163	3.75
TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR	301,845	1.88	126,351	1.11	480,007	2.32	157,883	1.28
PIELER, CUEROS Y SUS MAN.	30,950	0.19	9,359	0.08	86,145	0.42	13,741	0.11
MADERAS EN MANUFACTURAS	100,488	0.63	48,115	0.42	134,487	0.65	43,162	0.35
PAPEL, IMPRESA Y IND. EDITORIAL	137,701	0.86	431,085	3.77	222,258	1.08	607,817	4.97
DERIVADOS DEL PETROLIO	639,593	3.99	437,712	3.83	632,039	3.06	476,910	3.9
PETROQUIMICA	87,379	0.55	490,021	4.29	120,767	0.58	535,261	4.37
QUIMICA	829,507	5.17	1,205,162	10.54	1,093,081	5.29	1,380,090	11.27
PRODUCTOS DE PLAST. Y CAUCHO	78,250	0.49	267,102	2.34	112,435	0.54	276,326	2.26
MANUFACTURAS DE MINERALES	375,019	2.34	92,702	0.81	446,765	2.16	109,644	0.9
SIDERURGIA	443,099	2.76	627,566	5.49	629,622	3.05	627,748	5.14
MINEROMETALURGIA	474,159	2.96	194,487	1.70	630,235	3.05	232,900	1.9
VEHICULOS PARA EL TRANSPORTE								
SUS PARTES Y REACCIONES	2,326,773	14.51	1,388,542	12.15	3,334,914	16.14	1,762,593	14.4
A) AUTOTRANSPORTES	2,268,662	14.15	839,252	7.34	3,278,982	15.86	1,334,902	10.9
B) AEROTRANSPORTE	35,259	0.22	117,734	1.03	31,929	0.15	187,159	1.52
C) FERROCARRIL	3,120	0.02	95,094	0.83	4,182	0.02	66,062	0.54
D) NAVEGACION	19,732	0.12	336,462	2.94	21,821	0.11	177,470	1.45
PROD. METALICOS MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL	920,002	5.74	4,393,461	38.43	1,352,244	6.55	4,088,832	33.4
A) PARA LA AGRIC. Y GANADERIA	5,116	0.03	116,623	1.02	10,451	0.05	110,321	0.9
B) EQUIP. PROP. Y CIERT.	35,190	0.22	345,698	3.02	31,891	0.15	317,253	2.6
C) EQUIP. Y APARATOS ELEC.	363,362	2.27	1,268,670	11.27	425,021	2.11	1,048,021	8.57
D) APARATOS DE FOTOG. Y OPTICA	31,277	0.20	115,910	1.01	64,386	0.31	121,077	0.99
E) ALFARJAS Y OBRAS DE METAL	12,682	0.08	9,843	0.09	16,185	0.08	6,867	0.06
F) PRODUCTOS DIVERSOS	472,375	2.95	2,516,517	22.01	794,310	3.85	2,483,293	20.3
PRODUCTOS NO CLASIFICADOS	60,541	0.38	104,573	0.91	72,087	0.35	86,880	0.71

FUENTE : BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.

prendas de vestir contribuyó, en 1987, con el 1.29% de las importaciones totales y el 2.32% de las exportaciones, obteniendo un saldo positivo en su balanza comercial de 322 184 miles de dólares.

Durante el primer mes de 1988 la Industria manufacturera aumenta sus importaciones hasta el punto de representar el 91.26% del total de éstas y en cambio las exportaciones disminuyen hasta un 50.55%, quedando con un saldo de -214 424 miles de dólares. Dicho aspecto ocurrió a la inversa en sectores como son agricultura, ganadería, caza, industria extractiva, etc. (Ver fig. 13)

Específicamente la rama de textiles y prendas de vestir obtiene un saldo positivo en su balanza comercial de 17 954 miles de dólares, contribuyendo así con el 2.21% a las exportaciones y con un 1.55% en las importaciones.

Según un análisis presentado por la Facultad de Economía, en el período de 1982 a 1987 "las importaciones manufactureras conservaron su estructura sin modificaciones importantes. Representan el 90% de las importaciones totales de la economía mexicana y su relación con el Producto Interno Bruto ha aumentado pasando a representar alrededor del 1% del mismo a ser el 6% en el último trimestre de 1986.

MEXICO : BALANZA COMERCIAL POR SECTOR DE ORIGEN  
(ENERO-1988, MILES DE DOLARES)

CONCEPTO	1987				1988				SALDO	
	EXPORTACION		IMPORTACION		EXPORTACION		IMPORTACION		1987	1988
	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%		
TOTAL	1,600,010.00	100.00	787,702.00	100.00	1,591,859.00	100.00	1,116,785.00	100.00	812,308.00	475,074.00
AGRICULTURA Y SILVICULTURA	127,564.00	7.97	64,338.00	8.17	137,687.00	8.65	47,699.00	4.27	63,226.00	89,888.00
GANADERIA Y APICULTURA	28,241.00	1.77	6,233.00	0.79	80,034.00	5.03	11,809.00	1.00	22,008.00	68,823.00
CAZA Y PESCA	1,034.00	0.06	72.00	0.01	1,639.00	0.10	66.00	0.01	962.00	1,573.00
INDUSTRIA EXTRACTIVA	702,362.00	43.90	13,592.00	1.73	566,607.00	35.59	32,832.00	2.94	688,770.00	533,775.00
PETROLEO Y GAS NATURAL	651,360.00	40.71	935.00	0.12	520,834.00	32.72	826.00	0.07	650,425.00	520,056.00
MINERALES METALICOS	20,854.00	1.30	3,839.00	0.49	20,968.00	1.32	3,882.00	0.35	17,015.00	17,080.00
MINERALES NO METALICOS	30,148.00	1.89	8,818.00	1.12	24,763.00	1.56	28,124.00	2.52	21,330.00	(3,361.00)
INDUSTRIA MANUFACTURERA	733,176.00	45.82	698,293.00	88.65	804,721.00	50.55	1,019,145.00	91.26	34,883.00	(214,424.00)
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	80,735.00	5.05	10,815.00	2.52	104,615.00	6.57	31,676.00	2.84	60,970.00	72,839.00
TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR	32,485.00	2.03	7,499.00	0.95	35,215.00	2.21	17,261.00	1.55	24,986.00	17,954.00
PIELES, CUEROS Y SUS MAJ.	5,117.00	0.32	664.00	0.08	5,721.00	0.36	2,456.00	0.22	4,453.00	3,265.00
MADERAS EN MANUFACTURAS	7,752.00	0.48	1,856.00	0.24	9,846.00	0.62	3,808.00	0.34	5,896.00	6,038.00
PAPEL, IMPRESA E IND. EDITORIAL	18,541.00	1.16	42,514.00	5.40	18,113.00	1.14	50,254.00	4.50	(23,973.00)	(32,141.00)
DERIVADOS DEL PETROLEO	42,524.00	2.66	39,770.00	5.05	51,093.00	3.21	41,621.00	3.73	2,754.00	9,472.00
PETROQUIMICA	6,895.00	0.43	36,329.00	4.61	18,321.00	1.15	56,769.00	5.08	(29,434.00)	(38,448.00)
QUIMICA	83,216.00	5.20	86,784.00	11.02	84,975.00	5.34	127,182.00	11.39	(3,568.00)	(42,207.00)
PRODUCTOS DE PLAST. Y CAUCHO	6,804.00	0.43	20,585.00	2.61	9,157.00	0.58	28,711.00	2.57	(13,781.00)	(19,554.00)
MANUFACTURAS DE MINERALES	29,504.00	1.84	8,015.00	1.02	32,858.00	2.06	8,168.00	0.73	21,489.00	24,690.00
SIDERURGIA	43,171.00	2.70	43,457.00	5.52	38,998.00	2.45	73,693.00	6.60	(286.00)	(34,695.00)
MINEROMETALURGIA	41,526.00	2.60	9,399.00	1.19	59,091.00	3.71	26,577.00	2.38	32,129.00	32,514.00
VEHICULOS PARA EL TRANSPORTE										
SUS PARTES Y REPARACIONES	261,627.00		82,271.00	10.44	235,743.00	14.81	146,317.00	13.10	179,356.00	89,426.00
A) AUTOTRANSPORTES	260,825.00	16.30	69,513.00	8.82	233,587.00	14.67	115,948.00	10.38	191,312.00	117,639.00
B) AEROTRANSPORTE	336.00	0.02	4,803.00	0.61	467.00	0.03	13,201.00	1.18	(4,467.00)	(12,734.00)
C) FERROCARRIL	303.00	0.02	2,026.00	0.26	305.00	0.02	7,601.00	0.68	(1,723.00)	(7,296.00)
D) NAVIGACION	163.00	0.01	5,929.00	0.75	1,384.00	0.09	9,567.00	0.86	(5,766.00)	(8,183.00)
PROD. METALICOS MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL	73,229.00	4.58	299,337.00	36.00	100,975.00	6.34	404,652.00	36.23	(226,108.00)	(303,677.00)
A) PARA LA AGRIC. Y GANADERIA	80.00	0.00	5,400.00	0.69	648.00	0.04	10,916.00	0.98	(5,320.00)	(10,268.00)
B) EQUIP. PROF. Y CIEN.	3,298.00	0.21	24,462.00	3.11	2,376.00	0.15	24,265.00	2.17	(21,164.00)	(21,889.00)
C) EQUIP. Y APARATOS ELEC.	23,954.00	1.50	92,682.00	11.77	43,129.00	2.71	109,342.00	9.79	(68,728.00)	(66,213.00)
D) APARATOS DE FOTOG. Y OPTICA	1,799.00	0.11	8,446.00	1.07	3,780.00	0.24	10,499.00	0.94	(6,647.00)	(6,719.00)
E) ALERAJES Y OBRAS DE METAL	1,455.00	0.09	573.00	0.07	1,514.00	0.10	745.00	0.07	882.00	769.00
F) PRODUCTOS DIVERSOS	42,643.00	2.67	167,774.00	21.30	49,528.00	3.11	248,885.00	22.29	(125,131.00)	(199,357.00)
PRODUCTOS NO CLASIFICADOS	7,633.00	0.48	5,174.00	0.66	1,153.00	0.07	5,814.00	0.52	2,459.00	(4,661.00)

FUENTE : BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.A.C.

"Esta situación nos hace pensar que hay una pérdida de la elasticidad PIB-importaciones en el sentido de que a contracciones del producto interno ya no corresponde la misma reducción - proporcional de las importaciones, perdiéndose así la posibilidad de corregir desequilibrios en las cuentas externas vía la - recesión económica.

"El sector institucional que más participa en las importaciones es el sector privado con el 70% del total.

"Como se señaló, la estructura de las importaciones manufactureras no ha sufrido serias modificaciones conservando en - lo fundamental sus características".<sup>1</sup> (Ver fig. 14)

#### 2.2.7 Pacto de Solidaridad Económica. Aspectos Generales y su Relación con la Apertura de Fronteras en la Industria del Vestido.

El Pacto de Solidaridad Económica (P.S.E.) es un programa de estabilización que, con el fin de disminuir el índice inflacionario, ha implementado el Gobierno a partir de diciembre de 1987. Dicho programa es una concertación entre los tres grandes sectores de la economía: Trabajadores, Patrones y Gobierno,

(1) CALIZ, Cecilia Ana Ma. Organización y Estructura del Sector manufacturero exportador, 1982-1987. Revista Economía Informa, No. 164, mayo de 1988.

IMPORTACIONES MANUFACTURERAS. ESTRUCTURA PORCENTUAL

TASAS DE CRECIMIENTO ANUAL

CONCEPTO	1982		1983		1984		1985		1986		1987	
	%	TASA ANUAL										
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	5.00		7.00	(23.00)	5.00	(5.85)	4.00	1.55	4.00	(3.48)	3.60	
TEXTILES Y ARTICULOS DE VESTIR	2.00		0.70	(82.53)	1.00	109.29	1.00	45.87	1.00	(5.70)	1.00	
INDUSTRIA DE LA MADERA	0.30		3.00	(55.80)	0.40	61.42	0.50	159.04	0.40	(18.07)	0.40	
PAPEL E INDUSTRIA EDITORIAL	3.00		4.00	(38.05)	4.00	29.18	3.00	10.10	4.00	3.77	5.00	
DERIVADOS DEL PETROLEO	3.00		3.00	(32.24)	5.00	104.93	5.00	40.49	4.00	(32.59)	4.00	
PETROQUIMICA	3.00		5.00	(14.91)	5.00	21.47	6.00	47.56	4.00	(29.02)	4.00	
QUIMICA	9.00		13.00	(30.06)	13.00	36.15	12.00	14.30	11.00	(11.59)	13.00	
PRODUCTOS PLASTICOS Y DE CAUCHO	1.00		1.00	(48.22)	1.00	50.47	2.00	51.81	2.00	5.20	2.00	
PROD. MINERALES NO METALICOS	0.00		0.40	(44.48)	0.70	74.60	0.90	42.17	0.90	(10.43)	1.00	
SIDERURGIA	8.00		6.00	(59.79)	8.00	75.55	6.00	(2.04)	6.00	(15.29)	5.00	
MINERO METALURGIA	2.00		1.00	(59.12)	2.00	126.65	3.00	51.77	1.00	(48.49)	2.00	
PRODUCTOS METALICOS	58.00		53.00	(53.36)	51.00	32.23	52.00	25.90	56.00	(3.18)	52.00	
OTROS TRANSP. Y COMUNICACIONES	23.00		30.00	(38.47)	26.00	14.34	23.00	13.02	22.00	(1.40)	26.00	
INDUSTRIAS DIVERSAS	50.00		0.41	(61.54)	41.00	30.59	0.42	30.18	0.43	(2.29)	0.43	
APARATOS ELECTRICOS	14.00		14.00	(52.91)	17.00	64.29	0.18	29.50	0.20	18.00	18.00	
OTRAS INDUSTRIAS	0.50		0.20		0.40							

FUENTE: INDICADOR DEL SECTOR EXTERNO, BANCO DE MEXICO.

sin olvidar a los comerciantes, sector más difícil de mantener bajo control. Su objetivo primordial es "Evitar que el país -- caiga en la hiperinflación y que la población de bajos recursos vea reducidos aún más su poder adquisitivo o sus condiciones de empleo". (1)

Para alcanzar su objetivo, se han instrumentado las siguientes medidas:

- Un ajuste inicial a la alza de los precios de los bienes y servicios del sector público, con su posterior congelamiento, para disminuir su déficit presupuestal.

- Aceleración del proceso de adelgazamiento del sector público a través de la venta o liquidación de empresas paraestatales.

- Baja en las tasas de interés y restricción al otorgamiento de créditos.

- Determinación de una canasta de productos básicos, cuyos precios han de permanecer lo más estable posible.

- Incrementos mínimos a los salarios de acuerdo a la inflación esperada.

---

(1) "Pacto de Solidaridad Económica" en "El Mercado de Valores" Suplemento al Núm. 51, Diciembre 1987. Nafinsa. Pág. 1

- Reducir el deslizamiento del peso frente al dólar estadounidense.

- Una política de apertura comercial reduciendo los aranceles, con el fin de obligar a los productores nacionales a mejorar la calidad y mantener los precios.

Por lo que se refiere a la Industria Textil, y más específicamente a la del vestido, el 28 de abril de 1988 en el Diario Oficial se dio a conocer que se exige de permiso previo a la importación de prácticamente todas las prendas de vestir.

Esta medida, sin duda alguna, afecta seriamente a los productores de prendas de vestir, ya que estaban acostumbrados a abastecer a un mercado cautivo y ahora tendrán que incrementar su productividad para afrontar la competencia exterior.

Un factor importante quizá no considerado por las autoridades es el hecho de que la Industria del Vestido nacional tiene un gran rezago tecnológico; sin embargo, el Banco Mundial ya autorizó un financiamiento por 500 millones de dólares para la modernización tecnológica de las industrias textil y del vestido.

De acuerdo con cifras proporcionadas por el Banco de México, en el primer bimestre de 1988 el valor de las importaciones de productos textiles fue de 36.7 millones de dólares, es decir

un incremento de 116% con respecto al mismo período del año anterior. Y, a decir de representantes de la Industria del Vestido, la mayoría de las prendas que se han importado son "saldos" o ropa de segunda clase y han provocado una caída del 34% en el volumen de las ventas de la industria nacional lo que a su vez puede ocasionar el cierre de muchas empresas.

### 2.2.8 Cronología

A continuación se presenta, en forma cronológica, una serie de acontecimientos y comentarios expresados por personas y organismos involucrados en la apertura comercial, ya sea funcionarios públicos o representantes de agrupaciones de la iniciativa privada.

Noviembre de 1987. El presidente de la Cámara Nacional de la Industria Textil, Jesús Aranzábal, afirma que son dos los problemas graves entre los subsectores textiles: por una parte la apertura comercial; por la otra, las crecientes exigencias salariales de los trabajadores. Dice que la apertura debe llevarse a cabo de una forma racional y discriminadamente dentro del nuevo esquema económico (Pacto de Solidaridad Económica).

Diciembre de 1987. El Gobierno, ante una inflación galopante, hace un llamado a los sectores de empresarios, obreros y campesinos para firmar el PACTO DE SOLIDARIDAD ECONOMICA, este

programa atacará las principales causas de la inflación y reactivará la economía. Un punto importante dentro del Pacto es la apertura comercial, para que los productos extranjeros mantengan en un nivel adecuado los precios dentro del mercado nacional.

23 de febrero de 1988. El Presidente de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, José Buerba Gómez, alerta a los empresarios de que si no cumplen con el Gobierno éste puede fijar una tasa de arancel tipo cero en materia de productos importados. También critica al impuesto de dos por ciento a las nóminas, por ser anticonstitucional e inflacionario. Se dice que acaba de firmar la industria de la confección un compromiso con el gabinete económico para no subir los precios hasta el mes de abril de acuerdo con la inflación mensual.

10. de marzo de 1988. Según la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial hasta la presente fecha, de un total de 8 mil 446 fracciones arancelarias vigentes, sólo 329 quedan sujetas al requisito de permiso previo, las cuales cubren 23.6 por ciento de las importaciones de 1987 y 26.8 por ciento de las de 1987.

10. de marzo de 1988. El Banco de México informa que la ropa y el calzado alcanzó un crecimiento mayor, que el índice nacional de precios. En enero el índice fue de 8.3% y la ropa

y calzado 10.5%. En febrero 2.8% el índice y la ropa y calzado 4.2%.

12 de marzo. La Directora General de Normas de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, Consuelo Sáez Pueyo, afirma que la apertura comercial debe traducirse en una mayor competencia que promueva la eficiencia en la planta productiva interna y contribuya a evitar el comercio desleal a fin de no afectar la productividad industrial mexicana. Por otra parte, el Presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, Jorge Kahwagi Gastine, destacó que los cambios que vive la economía nacional como resultado de la apertura comercial, la presencia todavía del fenómeno inflacionario y la modernización de las estructuras, plantean al empresario la necesidad no sólo de actualizar equipos sino de acrecentar la calidad de sus productos.

17 de marzo. Rafael Castol García, Director General de Aranceles de la SECOFI, afirma que el proceso de apertura de la economía mexicana no ha significado un estímulo para las importaciones que, por el contrario, en los últimos cinco años se observa un comportamiento estable de éstas y aún una disminución. Afirmó que para alcanzar los objetivos del Pacto de Solidaridad Económica fue necesario profundizar en las medidas de racionalización de la protección, implementadas por el presente régimen, ajustando los principales indicadores arancelarios en una nueva

fase de la estructura arancelaria nacional. Subrayó que por -- primera vez en la historia de México se exentaron de permiso -- previo de importación, en 1987, diversos artículos de consumo -- final.

21 de marzo. Según Rafael Castol, Director de Aranceles - de la SECOFI, el grado de apertura comercial que se ha alcanza- do en nuestro país es superior al de la mayor parte de los paí- ses en desarrollo y se compara ventajosamente incluso con el de varios países industrialmente desarrollados. Afirmó que en los próximos años será necesario proseguir una política que tienda a reducir gradualmente la PROTECCION, puesto que esta es una -- condición indispensable para impulsar la competitividad indus-- trial y contribuir a que la industria opere bajo un concepto de eficiencia económica.

23 de marzo de 1988. El presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, Jorge Kahwagi, afirma que la apertura comercial ha provocado que las importaciones se ha- yan incrementado más del 40 por ciento y las exportaciones caye- ran hasta en un 15 por ciento.

4 de abril de 1988. La Secretaría de Programación y Presu- puesto indicó que las importaciones de bienes de consumo aumen- taron de 99.5 a 149 millones de dólares, en el primer bimestre de este año con respecto a 1987, las cuales representan el 6.4

por ciento del total.

4 de abril. El gobierno estadounidense anuncia que suspenderá a partir de julio próximo los beneficios del Sistema Generalizado de Preferencias a las importaciones de varios países del Tercer Mundo. En el caso de México, la decisión de la Casa Blanca elimina las exenciones aduaneras para la exportación de productos por un valor aproximado de 143 millones de dólares.

7 de abril. La Subsecretaría de Comercio Exterior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial afirmó que: "El proceso de liberación que se ha introducido en nuestra economía, supone una reciprocidad amplia en cuanto al acceso de nuestros productos industriales a mercados internacionales en forma tal que permita un intercambio creciente de bienes manufacturados con el exterior, sin limitaciones ni obstáculos como los están aún en vigencia en muchos de los países industrializados".

8 de abril. Sergio Zepeda, Presidente de la Cámara del Calzado del Estado de Guanajuato, afirmó que: "con la apertura comercial y la implantación del Pacto de Solidaridad Económica los únicos beneficiados han sido los comerciantes, pues ellos son los que han incrementado los precios y no la planta productiva".

10 de abril. Los Presidentes de la Asociación Nacional de

Importadores y Exportadores de la República Mexicana, de la Confederación de Cámaras Industriales; de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio; y de la Cámara Americana de Comercio, afirmaron que: "La apertura comercial permitirá a la Industria Nacional superar el rezago que por más de cinco décadas -- predominó, haciéndola poco productiva. Afirmaron que la apertura comercial está proporcionando una mayor eficiencia de la -- planta productiva nacional, integrándola hacia adentro, pero -- también haciéndola más competitiva en el exterior. Dijeron que no todo será fácil pues la apertura comercial requerirá la modernización de todo el aparato industrial, lo que se logrará en el largo plazo.

12 de abril. Se afirma, en una nota editorial del diario "El Heraldo de México", que la apertura comercial que impulsa el actual Gobierno ofrece la oportunidad para superar el rezago industrial de México. Por otra parte se menciona que la apertura no debe emplearse como arma en la polémica política de la sociedad de la cual la planta industrial forma parte.

14 de abril. El señor Héctor Sáenz, Director General de Confecciones Martín, afirmó que: "la incorporación al GATT y la liberación de importaciones implicará una transformación importante en las estructuras operativas. Si esta liberación se lleva a cabo con la profundidad que está anunciada por las autoridades, el industrial de la confección mexicana, para defender -

su posición en el mercado nacional, deberá acudir de la misma manera a los mercados internacionales, en busca de telas, de habilitaciones o novedades que incorporar a su prenda de tal manera que se pueda competir con la ropa del extranjero". Asimismo afirmó que si no se establecen controles suficientes para impedir que el país se inunde de saldos internacionales, ni superando las estructuras operativas y de abastecimiento se podrá hacer frente a estas gangas internacionales.

28 de abril. Es publicado en el Diario Oficial de la Federación que se exige el permiso previo para la importación de prendas de vestir y mercancías relacionadas con la Industria del Vestido, todo esto a través de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

2 de mayo. El periodista Gustavo de Anda de "El Heraldo de México" critica al Gobierno por obligar a las empresas privadas a abatir costos y precios bajo la amenaza de abrir la frontera a las importaciones y de esa manera presumir ante el pueblo de que se preocupa por su bienestar. Afirmó que la burocracia de México se preocupa por el bienestar del pueblo cuando se trata de empresas privadas, pero no sucede lo mismo cuando las que están de por medio son empresas estatales.

2 de mayo. Héctor Hernández Cervantes, Secretario de Comercio y Fomento Industrial, afirmó que urge revisar el protec-

cionismo que por 50 años ha tenido la planta industrial. Este comentario se dió sobre el señalamiento de la reciente apertura de las fronteras mexicanas a productos textiles de importación. Dijo que la industria textil y del vestido motivó el hecho la acción, al dispersar sin justificación sus precios dentro el -- Pacto de Solidaridad Económica.

2 de mayo. El Ingeniero Fernando Sada Malacara, Presidente de la Industria de la Transformación de Nuevo León, afirmó - que la Industria del Vestido es la que más se ha visto afectada con la apertura de fronteras; dijo que con levantar la eficiencia de las plantas se podrá solventar la situación.

3 de mayo. El Presidente de la Cámara de Comercio México-Estados Unidos, Jacobo Zaindenweber, al comentar la reciente reducción de aranceles para ciertos productos consideró que la importación no ha contribuido a la reducción de la inflación, ya que los productos que ingresan al país no son de la calidad ni del precio esperado.

3 de mayo. "La apertura comercial no significa un castigo para el sector privado pues afirmar lo contrario sería un - - - error", así se expresó Agustín F. Legorreta, Presidente del Consejo Coordinador Empresarial.

4 de mayo. Economistas del Banco Mundial afirman que la -

apertura comercial de los países en desarrollo, entre ellos México, no provocará desempleo masivo, al indicar que la estabilidad del régimen político es un punto clave del éxito de la liberación de la economía. De acuerdo a un estudio del Banco Mundial sobre la viabilidad de la apertura comercial en países en desarrollo, se desprende que esta política es buena pues en las naciones en donde se ha presentado se ha registrado un mayor ritmo de crecimiento.

4 de mayo. El Presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, Jorge Kahwagi Gastine, afirma no estar de acuerdo con las autoridades, pues mientras se acelera el proceso de apertura comercial y se bajan los aranceles, pero no se acelere el mercado interno así como la cantidad de reglamentos y trámites burocráticos y tapones de infraestructura que existen, no podrán decir que están beneficiando a la sociedad. Dijo "si queremos que los industriales continúen cerrando las fuentes de trabajo y que nuestros trabajadores tengan que seguir buscando fuentes de trabajo en nuestro vecino del norte porque las opciones aquí se niegan, pues entonces estamos correctos con la apertura comercial".

6 de mayo. El director de la Escuela Superior de Ingeniería Textil del Instituto Politécnico Nacional, Luis Navarro Peña, afirmó que de no mejorar su calidad la industria textil nacional, perderá su mercado interno ante la apertura comercial de prendas de vestir del extranjero, por lo que deben extremar

al máximo los controles de calidad.

6 de mayo. Luis Bravo Aguilera, subsecretario de Comercio Exterior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, - - afirmó que no se reducirán o eliminarán más aranceles y permisos de importación mientras no haya abusos de precios, lo cual va en contra del Pacto de Solidaridad Económica.

7 de mayo. La Cámara Nacional del Vestido de Nuevo León - denunció que debido a la acelerada apertura de fronteras se corre el peligro de que los industriales nacionales se enfrenten a prácticas de competencia desleal de parte de los competidores extranjeros.

8 de mayo. El Director general de Aranceles de la Secretaría de Comercio, Rafael Castol afirmó que la política comercial de México ha sido definida unilateralmente y como resultado del acuerdo concertado de intereses de los diferentes sectores socioeconómicos del país. Rechazó que la política comercial del gobierno mexicano sea el resultado de las presiones ejercidas - por diversos organismos comerciales y financieros internacionales.

11 de mayo. Se autoriza un financiamiento del Banco Mundial de 500 millones de dólares para la modernización tecnológica de la industria textil y del vestido.

11 de mayo. Fernando Sada Malacara, presidente de la Cámara de la Industria de la Transformación de Nuevo León, aseguró que la apertura de fronteras "es sólo un espejismo" que a corto plazo beneficiará a la población pero que a largo plazo sólo ocasionará el cierre masivo de empresas mexicanas.

12 de mayo. El Lic. Sergio Paliza, Presidente del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, afirmó que en julio - próximo la economía registrará un considerable repunte, gracias al Pacto de Solidaridad Económica, y a pesar de la recesión de abril pasado, afectando principalmente a algunos sectores, entre ellos la Industria del Vestido.

16 de mayo. El Columnista Víctor Sánchez Baños, del diario "Ovaciones" acusa a los fabricantes de ropa y calzado de ser unos encarecedores, y ser la industria más indisciplinada y prepotente del país. Se apoya mostrando cifras donde es mayor el aumento de los precios de esta industria que el de la inflación en general.

21 de mayo. Anuncia la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial que no se permitirá la introducción de productos extranjeros a México si carecen de un certificado de calidad otorgado por la misma dependencia.

22 de mayo. Se firma la prolongación del Pacto de Solida-

ridad Económica, según acuerdo del Gobierno y los Sectores Empresarial, Obrero y Campesino. Se estima una inflación del 60 por ciento para el presente año.

24 de mayo. La Procuraduría Federal del Consumidor afirma que existe un crecimiento de demandas e inconformidades en productos de importación de mala calidad. Por otra parte en Guadaluajara los productores de calzado se quejan por la invasión de saldos internacionales.

25 de mayo. El Subsecretario de Fomento Industrial de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, Mauricio de María y Campos reconoció que la apertura comercial de México ha propiciado prácticas desleales al comercio nacional ya que han entrado productos de baja calidad que han desorientado a los consumidores.

31 de mayo. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial anunció que será hasta el mes de enero de 1989 cuando México contará con un reglamento que norme y controle la calidad, el origen y la garantía de los productos importados, con el fin de proteger al consumidor. El ingreso de mercancías extranjeras, previsto en los programas de apertura comercial, parece haber tomado por sorpresa, porque en algunos casos se ha comprobado que las importaciones no cubren los requisitos mínimos de calidad.

6 de junio. El Periodista Gustavo de Anda de "El Heraldo de México" afirma: "En México la salida de la crisis está en nuestra apertura a la economía mundial. Las empresas, fruto -- del proteccionismo, tendrán que superarse o desaparecer. Las -- empresas eficientes se desarrollarán a toda su capacidad, y los consumidores tendremos productos de mejor calidad".

23 de junio. Mauricio de María y Campos, Subsecretario de Fomento Industrial de la SECOFI, dijo que competir internacio-- nalmente implica producir con volúmenes suficientes, calidad -- comparable, servicios similares o mejores y mayor diversidad pa-- ra generar nuevos productos. Mencionó que estos son los nuevos valores con los que se compete a los productos de importación.

10. de julio. Se publica en el Diario Oficial de la Federa-- ción:

- Se reforma la Ley del Impuesto de Importación. Las merc-- cancias que correspondan a las fracciones arancelarias de la Ta-- rifa del Impuesto General de Importación, unas pagarán impues-- tos con diferentes y otras quedarán exentas de pago.

- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial determina-- rá la forma y términos en que deberá incorporarse la informa-- ción obligatoria a los productos nacionales y extranjeros que -- se comercializan en el país.

NOTA: Para una información más detallada consultar el Diario Oficial de la Federación de la fecha citada.

10 de julio. Héctor Hernández Cervantes, Secretario de Comercio y Fomento Industrial afirmó que los productos procedentes del extranjero deberán cumplir con la norma obligatoria que determine con etiquetas y en español su calidad, con la finalidad de proteger la economía de consumidor nacional de engaños y fraudes con la comercialización de artículos importados. En el caso de prendas de vestir se establecerán requisitos similares en materia de información a los que exigen a las exportaciones mexicanas, tal es el caso de los Estados Unidos y otros.

4 de julio. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial indicó que la apertura comercial está fundamentada en la opción efectiva para que los productores nacionales como importadores, tengan vías de escape de las presiones inflacionarias, y como vendedores contribuyan a la desaceleración o eliminación de las alzas de precios.

8 de julio. Michel Camdessus, Director General del Fondo Monetario Internacional, recomendó a los países industrializados que abran sus mercados a los productos de países en desarrollo, para así estabilizar el comercio mundial.

7 de agosto de 1988. Héctor Hernández Cervantes, Secreta-

rio de Comercio y Fomento Industrial, anunció que se buscará mayor participación en el G.A.T.T. bajo normas justas.

11 de agosto de 1988. La Cámara Nacional de la Industria del Vestido afirma que la SECOFI protege a las maquiladoras de E.U.A. en perjuicio de la Industria Nacional, otorgándoles los permisos de exportación.

11 de agosto de 1988. El Vicepresidente de la CONCAMIN, - Luis Cárcoba G. afirmó que en la Industria Nacional no hay deba cte aunque sí procesos importantes a partir de la Apertura Económica.

13 de agosto. De acuerdo con un análisis realizado por el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, la Economía Nacional se enfrentará a serias dificultades que desembocarán - en una notable necesidad de consumo resultado de la reducción - de liquidez motivada por los efectos de algunos sectores, de la rapidez en el proceso de apertura al exterior, de la congelación de precios y de altas tasas de interés en términos reales.

20 de agosto de 1988. El coordinador del Seminario del -- Sector Externo del Instituto de Investigaciones Económicas de - la U.N.A.M., Arturo Wadgyar afirmó que es necesario que el - - próximo gobierno proceda a reestructurar la actual política co mercial, por propiciar ésta un mayor deterioro en la Industria

Nacional, así como una avalancha de importaciones chatarra y un aumento en el desempleo, además de una importante salida de divisas.

22 de agosto de 1988. El Banco de México informó que la actividad industrial registró un crecimiento de 3.7% en el primer semestre de 1988. En la rama manufacturera se observó un incremento de 4.4%.

25 de agosto de 1988. Carlos Viveros Figueroa, Presidente de la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana dijo que la apertura de fronteras propiciada por el ingreso de México al G.A.T.T. ha perjudicado a los productores de bienes de consumo, ya que la "chatarra de importación" resulta una competencia desleal.

1° septiembre de 1988. El presidente de México, Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, declaró en su último informe de Gobierno al referirse a la Apertura Comercial: "La sustitución gradual y concertada del permiso de importación por el arancel ha agilizado las transacciones comerciales... Con el P.S.E. se aceleró el Programa de Desgravación Económica, actualmente 95% de las importaciones se encuentra libre del requisito de permiso previo y los aranceles aplicables se encuentran entre 0 y 20%.

2 de septiembre de 1988. La Industria Textil y la del Vestido anunciaron la reducción en sus precios en el equivalente a un 3.5% como apoyo al Pacto de Solidaridad Económica.

9 de septiembre de 1988. El Senado de E.U.A. aprobó una ley que restringe las importaciones de textiles, ropa y calzado.

11 de septiembre de 1988. Es declarado como Presidente electo de México el candidato del Partido Revolucionario Institucional, Lic. Carlos Salinas de Gortari.

14 de septiembre de 1988. El Director del Banco de Comercio Exterior afirmó que frente a la Apertura Comercial, la Industria Nacional no se ha desalentado y su capacidad le permite competir ampliamente con los productos extranjeros.

14 de septiembre de 1988. El exsecretario de Hacienda y Crédito Público de México, Jesús Silva Herzog, afirmó que conviene negociar la quinta etapa del P.S.E.

29 de septiembre de 1988. El Presidente de E.U.A. vetó una ley que restringía importaciones norteamericanas de textiles y calzado porque "es un proteccionismo de la peor clase".

29 de septiembre de 1988. José Luis de la Fuente, representante de la Industria Mueblera de la CANACINTRA, afirma que la planta productiva se ha visto seriamente afectada por la acelera-

da apertura comercial, ya que no permitió que las empresas nacionales se reconvirtieran y modernizaran.

12 de octubre de 1988. Se menciona que la Industria del Vestido constituye la fuente de empleo femenino más importante del país y representa al mismo tiempo, la actividad económica en la cual es notable la explotación más despiadada de sus trabajadoras.

12 de octubre de 1988. Se afirma que la subcontratación de maquila fue la fundamental para evitar que la Industria del Vestido se desplomara hace 15 años.

7 de noviembre de 1988. Afirma el Banco Nacional de Comercio Exterior que Balanza Comercial del país registrada en los últimos 6 años tuvo saldos superavitarios que, al final de 1988, sumaron un total de 500 millones de dólares. Se afirma que la importación de manufacturas desempeña un papel relevante en la balanza.

9 de noviembre de 1988. La representación empresarial ante la Comisión de Valuación y Seguimiento del P.S.E. advierte que el empleo puede verse afectado gravemente si no se protege a la planta productiva de la Apertura Comercial, pues con tal medida es desplazada la mano de obra mexicana por la importación de productos.

15 de noviembre de 1988. Según el Instituto Nacional del Consumidor, las empresas fabricantes de ropa tuvieron que cerrar sus puertas a causa de la incosteabilidad que sufrieron por la apertura

ra comercial. También afirma que el 20% de las prendas de vestir son de mala calidad.

21 de noviembre de 1988. Se dice que pese a su renovada -- tecnología, la Industria Textil y del Vestido han sido de los sectores más afectados por la política económica.

25 de noviembre de 1988. NAFINSA afirma que la apertura comercial obliga a apoyar a los industriales para que compitan en -- igualdad de circunstancias.

#### Enero 1989

- La inflación de enero a diciembre de 1988 fue de 51.7%.

- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público determinó incrementos de entre 20% y 271% en los precios y tarifas de diversos bienes que el Gobierno proporciona a las Empresas.

- En el Diario Oficial del 31 de diciembre de 1988 se publica que: "Las sociedades mercantiles y las personas físicas que -- realicen actividades empresariales residentes en México, están -- obligados al pago del Impuesto Activo de las Empresas, por su activo, cualquiera que sea su ubicación".

El contribuyente determinará el Impuesto por ejercicios fiscales aplicando al valor de su activo en el ejercicio, la tasa -- del 2%".

### 2.3 CONSUMO INTERMEDIO DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

Es importante señalar que la Industria del Vestido es una rama industrial destinada al consumo final, por lo tanto su relación con el aparato productivo se da hacia atrás a través de un consumo intermedio de bienes y servicios producidos en diversas actividades económicas.

Según el consumo intermedio por actividades económicas, encontramos que la industria manufacturera tiene el primer lugar en cuanto a dicho consumo representando hasta 1984 un 54.7% del total nacional, con un consumo (en millones de pesos corrientes) de 9 008 500 de un total de 16 441 217 millones de pesos corrientes. Podemos ver en las estadísticas (ver figura 15), que desde 1970 hasta 1984 un consumo intermedio de la industria manufacturera muy superior al de las diferentes actividades económicas.

En cuanto al consumo intermedio de la Industria Textil y del Vestido y su participación en el total nacional y de la Industria Manufacturera tenemos que la participación de la Industria Textil y del Vestido fue, hasta 1984, de 4.5% en relación al consumo intermedio total nacional y a su vez la participación de la misma industria en relación con la industria manufacturera es de 8.3%, lo que nos da una idea de la importancia de la Industria Textil y del Vestido dentro de la industria manufacturera (ver figura 16).

CONSUMO INTERMEDIO, SEGUN ACTIVIDADES ECONOMICAS  
1970 - 1984

ACTIVIDAD ECONOMICA	1970	1975	1976	1977	1978	1979
TOTAL	246,671.00	699,523.00	852,913.00	1,128,660.00	1,422,466.00	1,853,157.00
AGROPECUARIO, SILVIC. Y PESCA	20,464.00	48,232.00	52,127.00	78,617.00	96,334.00	115,958.00
MINERIA	6,979.00	12,896.00	18,921.00	24,975.00	33,538.00	17,999.00
INDUSTRIA MANUFACTURERA	100,985.00	409,760.00	495,714.00	655,695.00	813,858.00	1,043,394.00
CONSTRUCCION	53,679.00	66,018.00	80,536.00	103,248.00	141,616.00	291,114.00
ELECTRICIDAD	1,212.00	3,907.00	4,078.00	5,810.00	5,951.00	8,399.00
COMERCIO, REST. Y HOTELES	17,499.00	44,849.00	55,530.00	73,798.00	93,232.00	119,160.00
TRANSPORTE, ALMAC Y COMUNICACION	11,443.00	30,539.00	39,478.00	51,119.00	63,228.00	33,790.00
SERVICIOS FINANCIEROS	5,372.00	12,436.00	16,680.00	19,515.00	24,936.00	32,117.00
SERVICIOS COMUNALES Y SOCIALES	22,642.00	58,763.00	73,698.00	95,243.00	124,786.00	157,822.00
SERVICIOS BANCARIOS IMPUTADOS	6,396.00	12,123.00	16,151.00	20,640.00	25,587.00	33,406.00

ACTIVIDAD ECONOMICA	1980	1981	1982	1983	1984
TOTAL	2,472,668.00	3,314,909.00	5,049,487.00	9,420,448.00	16,440,240.00
AGROPECUARIO, SILVIC. Y PESCA	141,834.00	188,552.00	276,445.00	560,055.00	953,121.00
MINERIA	81,981.00	108,572.00	199,090.00	455,237.00	726,042.00
INDUSTRIA MANUFACTURERA	1,350,158.00	1,763,760.00	2,633,994.00	5,090,305.00	9,008,500.00
CONSTRUCCION	252,367.00	480,427.00	645,439.00	957,352.00	1,697,295.00
ELECTRICIDAD	12,534.00	15,977.00	24,945.00	64,481.00	148,729.00
COMERCIO, REST. Y HOTELES	160,881.00	218,087.00	336,308.00	583,511.00	930,005.00
TRANSPORTE, ALMAC Y COMUNICACION	121,828.00	163,869.00	283,572.00	597,965.00	1,035,522.00
SERVICIOS FINANCIEROS	46,210.00	65,429.00	108,808.00	185,679.00	209,336.00
SERVICIOS COMUNALES Y SOCIALES	210,485.00	289,269.00	433,796.00	780,585.00	1,379,396.00
SERVICIOS BANCARIOS IMPUTADOS	47,790.00	20,967.00	107,090.00	144,678.00	352,291.00

VALOR DEL CONSUMO INTERNO DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DEL VESTIDO  
Y SU PARTICIPACION EN EL TOTAL NACIONAL Y DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA  
1970-1984

(MILLONES DE PESOS CORRIENTES)

PERIODO	TOTAL NACIONAL	VARIACION	IND. MANUFACTUR.	VARIACION	I. TEXT. Y VESTID.	VARIACION	PARTICIPACION	PARTICIPACION
	1	%	2	%	3	%	% (4=3/1)	% (5=3/2)
1970	285,421.00		168,935.00		17,877.00		6.30	10.60
1975	699,133.00	20.00	409,750.00	19.80	39,066.00	13.80	5.60	9.50
1976	857,923.00	22.70	495,714.00	21.00	47,839.00	22.50	5.60	9.70
1977	1,128,660.00	31.60	655,695.00	32.30	61,622.00	28.80	5.50	9.40
1978	1,423,396.00	24.10	813,268.00	24.00	72,810.00	18.20	5.10	9.00
1979	1,853,179.00	30.20	1,043,304.00	28.30	92,988.00	27.70	5.00	8.90
1980	2,472,809.00	33.40	1,350,158.00	29.40	121,018.00	30.10	4.90	8.00
1981	3,314,909.00	34.10	1,763,760.00	30.60	157,399.00	30.10	4.70	8.90
1982	5,049,487.00	52.30	2,633,994.00	49.30	222,437.00	41.30	4.40	8.40
1983	9,420,448.00	86.60	5,090,305.00	93.30	461,369.00	107.40	4.90	9.10
1984	16,441,217.00	74.50	9,008,500.00	77.00	747,547.00	62.00	4.50	9.30

Por otra parte, tomando en cuenta las ramas de actividad de la Industria del Vestido y Textil, nos encontramos una participación en 1984 del 41% por parte de las prendas de vestir (Industria del Vestido) en relación al total de la Industria Textil y del Vestido. Sólo la rama de Hilados y Tejidos de Fibras Blandas supera a la Industria del Vestido con una participación de 46.3% del total (Ver figura 17).

Para concluir podemos relacionar ambas estadísticas, hasta 1984, teniendo que la participación de la Industria del Vestido en relación a toda la Industria Manufacturera fue de un 3.4% en cuanto al consumo intermedio y la misma Industria del Vestido en relación con el total nacional nos da una participación de 1.84%.

NOTA: Desgraciadamente los datos presentados son los más actuales, aunque se puede observar en los mismos una estabilidad en el período estudiado, esto puede demostrar la importancia de la Industria del Vestido en el consumo intermedio total nacional.

VALOR DEL CONSUMO INTERNO DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DEL VESTIDO  
 POR RAMA DE ACTIVIDAD  
 1970-1984

(MILLONES DE PESOS CORRIENTES)

PERIODO	VALOR 1	VARIACION %	VALOR 2	PARTICIPACION %	VALOR 4	PARTICIPACION %	VALOR 6	PARTICIPACION %	VALOR 8	PARTICIPACION %
1970	17,877.00		8,962.00	50.10	878.00	4.90	1,269.00	7.10	6,768.00	37.90
1975	39,066.00	17.20	17,399.00	44.50	2,255.00	5.80	3,404.00	8.70	16,008.00	41.00
1976	47,839.00	22.50	23,343.00	48.80	1,989.00	4.20	4,220.00	8.80	18,287.00	38.20
1977	61,622.00	28.80	29,943.00	48.60	2,141.00	3.50	5,899.00	9.60	23,639.00	38.40
1978	72,810.00	18.20	35,024.00	48.10	1,787.00	2.50	7,620.00	10.50	28,379.00	39.00
1979	92,988.00	27.70	43,062.00	47.20	2,882.00	3.10	10,845.00	11.70	35,399.00	38.10
1980	121,018.00	30.10	52,584.00	43.40	3,755.00	3.10	13,992.00	11.60	50,607.00	41.90
1981	157,399.00	30.10	66,253.00	42.10	4,764.00	3.00	18,665.00	11.90	67,717.00	43.00
1982	222,437.00	41.30	91,618.00	41.20	7,438.00	3.30	27,035.00	12.20	96,346.00	43.30
1983	461,369.00	107.40	203,898.00	44.20	11,373.00	2.50	50,557.00	11.00	195,541.00	42.40
1984	747,547.00	62.00	346,288.00	46.30	14,173.00	1.90	80,852.00	10.80	306,234.00	41.00

FUENTE : INEGI/SPP SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES

**CAPITULO 3**

**ACUERDOS DE COMERCIO INTERNACIONAL RELACIONADOS  
CON LA INDUSTRIA DEL VESTIDO**

## G.A.T.T.

### GENERAL AGREEMENT ON TARIFFS AND TRADE ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES Y COMERCIO

Este acuerdo se firmó el 30 de octubre de 1947 en Ginebra, por 23 Estados miembros de la O.N.U. y entró en vigor provisionalmente el 10. de enero de 1948, como consecuencia del entendimiento de: Bélgica, Canadá, E.U., Francia, Holanda, Luxemburgo y Reino Unido; en espera de la firma de la Carta de la Habana - donde se pretendía formar la Organización Internacional de Comercio (International Trade Organization).

El GATT es un tratado que ha cobrado la fuerza de una gran organización, que regula el comercio internacional y se propone reducir los obstáculos a los intercambios. No es una organización especializada de la O.N.U.

#### Objetivos del G.A.T.T.

- Que sus relaciones comerciales y económicas tiendan al logro de niveles de vida más altos.
- Consecución del pleno empleo y de un nivel elevado, cada vez mayor, del ingreso real y la demanda efectiva.
- Utilización completa de los recursos mundiales.

- Acrecentamiento de la producción y de los intercambios -  
de productos.

Estos objetivos se realizan mediante la celebración de - -  
acuerdos basados en:

- Reciprocidad y mutuas ventajas.
- Reducción sustancial de los aranceles aduaneros y demás barreras comerciales.
- Eliminación del trato discriminatorio en materia de co-  
mercio internacional.

#### Principios Fundamentales

- 1o. No discriminación en el COMERCIO.
- 2o. Protección exclusivamente arancelaria.- Se otorgará --  
protección a la industria nacional exclusivamente a través de -  
aranceles aduaneros.
- 3o. Procedimiento de consulta.
- 4o. Servir de centro de negociación.

#### Organización Administrativa

El GATT está integrado por los siguientes órganos:

- \* El Período de Sesiones de las partes Contratantes.

- \* Consejo de Representantes.
- \* Comité de Comercio y Desarrollo.
- \* Comité de Negociaciones Comerciales.
- \* Los Grupos Consultivos, de Consulta y Trabajo.
- \* Director General. (OLIVER LONG).

#### Miembros \*

El G.A.T.T. tiene tres clases de miembros:

- a) Partes Contratantes del Acuerdo General.
- b) Provisionales.
- c) Territorios Coloniales. Nuevos Estados Independientes.

#### Sede

La Dirección General del G.A.T.T. se encuentra en Ginebra, Suiza.

- \* NOTA: Para aceptar una adhesión o accesoión, las Partes Contratantes deberán votar por una mayoría de 2/3. El -- Acuerdo General es un acuerdo complejo, ya que cada -- Estado, al adherirse, establece un marco especial jurí dico y económico de aplicación.

## MEXICO EN EL GATT

En un marco donde el comercio a nivel internacional se va deteriorando paulatinamente dando paso a un creciente proteccionismo, especialmente de los países desarrollados, México ingresa formalmente al Gatt buscando con ello participar en forma más activa en el Foro de Comercio Internacional y tratando de aprovechar las ventajas que brinda un sistema multilateral de comercio, en apoyo de su desarrollo.

En el año de 1979 México inicia negociaciones encaminadas a lograr su ingreso al Gatt, lo cual, después de pláticas y acuerdos con representantes de varios países miembros, trae consigo la liberación de 300 fracciones arancelarias. Sin embargo, el 18 de marzo de 1980, el Presidente José López Portillo emite un comunicado mediante el cual México aplaza su entrada a este Acuerdo por considerarlo desfavorable y sosteniendo que, además, el Senado no conocía el Protocolo de Adhesión y por lo tanto no podía opinar al respecto.

Como consecuencia de esta resolución y ante la negativa por parte de nuestro país de celebrar un entendimiento con Estados Unidos, entre 1980 y 1984, este país tomó fuertes medidas proteccionistas contra productos mexicanos, dentro de las que destacan: la aplicación de medidas fitosanitarias que impidan exportar; la "obligación" de empresas mexicanas de celebrar Acuerdos de Suspensión con la autoridad comercial americana, en

los cuales aceptaban renunciar a los beneficios otorgados por el gobierno de México; el pago de derechos compensatorios o el depósito del monto correspondiente a favor del fisco norteamericano, el cual recibió en este período un poco más de 13 millones de dólares por concepto de carga fiscal sobre exportaciones mexicanas hacia Estados Unidos con valor de 543 millones de dólares.

Debido a la apremiante situación, se volvieron a entablar -- conversaciones con las autoridades norteamericanas y el 23 de -- abril de 1985 se firma el Entendimiento con Estados Unidos, el -- cual era un acuerdo bilateral en materia de subsidios e impuestos compensatorios, con una vigencia de 3 años. El objetivo de México al firmar este acuerdo era el de lograr un mayor acceso de -- nuestros productos al mercado externo y defenderse de las presiones proteccionistas de E.U.A.

Los conceptos fundamentales del Entendimiento son:

- México es un país en desarrollo.
- Se eliminan los Certificados de Devolución de Impuestos -- (CEDI).
- Eliminar subsidios a exportaciones del sector energía y -- productos petroquímicos básicos.
- Eliminar el financiamiento preferencial a la preexporta- -- ción y exportación a corto plazo.

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

### Ingreso de México al Gatt

El 22 de noviembre de 1985 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la opinión de los Senadores integrantes de las Comisiones Unidas de Desarrollo Económico y Social, de Comercio y Fomento Industrial, de Hacienda y Segunda Sección de Relaciones Exteriores, relativa al eventual ingreso de México al Gatt, el cual dice: "Tomando en cuenta las consideraciones anteriores, las Comisiones Unidas que suscriben, expresan que no existe a su juicio inconveniente alguno de orden económico, político, jurídico o social para que el Gobierno de la República, si así lo juzga conveniente, inicie en el momento que considere oportuno negociaciones con las partes contratantes del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio -Gatt- con el propósito de concretar su eventual adhesión a ese organismo en los términos que mejor convengan al interés nacional".

A raíz de los resultados de las consultas realizadas a los diversos sectores involucrados, el 25 de noviembre de 1985, el Presidente Miguel de la Madrid Hurtado encomendó al Secretario de Comercio y Fomento Industrial la conducción de las negociaciones internacionales necesarias para conseguir la adhesión de México al Gatt, bajo los siguientes lineamientos:

- El Protocolo de Adhesión se circunscribirá plenamente a lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y todas las demás leyes que salvaguardan la vigen

cia y el ejercicio de la soberanía nacional, así como ajustarse al Plan Nacional de Desarrollo.

- Las negociaciones deberán tener como marco de referencia el protocolo negociado por México y adoptado por las partes contratantes en 1979.

- En el proceso de adhesión se deberá reconocer la situación de México como país en desarrollo, así como la aplicación de las disposiciones que le concedan trato diferenciado y más favorable.

- Respeto total a nuestra soberanía sobre los recursos naturales.

- Reconocer el carácter prioritario del sector agropecuario de México.

Fue así como el 24 de junio de 1986 se formalizó el ingreso de México al Gatt y un mes después se convertiría en la 92ª parte contratante del Acuerdo.

Como consecuencia de los compromisos contraídos, México -- quedó inscrito en los cinco códigos básicos de este organismo, a saber:

- Código de Licencias.- Cuyo objetivo es simplificar en --

forma justa y equitativa los trámites para la exportación y la importación.

- Código de Valuación Aduanal.- Se establece un sistema de valuación más homogéneo con el fin de no discriminar a ningún miembro al aplicar valuaciones nacionales.

- Código de Subsidios.- El cual está basado en el Acuerdo sobre subsidios y derechos compensatorios.

- Códigos contra Prácticas Desleales (Antidumping).- Que establece los procedimientos para evitar la introducción de artículos con precios menores a los de los demás miembros.

- Código de Normas Comerciales.- Los países miembros utilizarán normas o medidas iguales en el comercio para facilitar el intercambio.

### Ventajas y Desventajas

Los beneficios y posibles desventajas que para México representa el ingreso al Gatt sólo se podrán ver a través del tiempo y dependerán, en gran medida, de la habilidad de nuestro país para negociar en lo particular con otros miembros. Sin embargo, en estos momentos es posible identificar algunas ventajas y desventajas que representan ser miembros del Gatt.

**Ventajas:**

- Pertenecer al foro más importante de comercio a nivel mundial.
- Fomento a las exportaciones sobre una base estable que promueva la industria a largo plazo.
- Eliminar medidas discriminatorias contra nuestras exportaciones.
- Asociarse con otros países para fortalecer una posición negociadora y para intercambiar asesoramiento y asistencia técnica.

**Desventajas:**

- Excesivo incremento de las importaciones sin compensarlo con un aumento en las exportaciones.
- Cierre de industrias mexicanas con el consecuente desempleo.
- Precipitar la reconversión industrial sin contar con las bases necesarias, tanto tecnológicas, crediticias y de concientización de obreros y patrones.

- Que no se logre una adecuada diversificación de mercados para nuestras exportaciones.

- Importar productos de dudosa calidad a precios elevados.

## ACUERDO MULTIFIBRAS

En el contexto del G.A.T.T. existe el acuerdo relativo al Comercio Internacional de los Textiles, el cual consta de los siguientes artículos:

Artículo 1°

- Se deben establecer medidas de cooperación.
- Su objetivo básico es expandir el comercio, reducir los obstáculos y lograr una liberación progresiva del comercio mundial de productos textiles. Evitar la desorganización del mercado y no perjudicar a países en desarrollo.
- Fomentar el desarrollo económico.
- No interrumpir el ajuste industrial de cada país.
- Las medidas que cada país tome para proteger a su industria deben estar plenamente justificadas.
- Estas disposiciones no afectan derechos y obligaciones del G.A.T.T.
- Estas medidas son particulares y no se aplican en otra esfera.

Artículo 2°

- Las medidas restrictivas serán sometidas a revisión por parte del Órgano de vigilancia de los textiles.

- Quedan sin efecto otras disposiciones o se adaptan al acuerdo.
- Todos los países miembros brindarán facilidades para consultas y negociaciones.
- El Organismo de Vigilancia puede emitir recomendaciones cuando lo considere necesario.

### Artículo 3°

- No podrá imponerse ninguna restricción salvo que esté plenamente justificada.
- Mantener una equidad evitando todo tipo de medidas discriminatorias.
- Si un país importador de textiles considera que ciertas importaciones perjudican o desorganizan su mercado, puede solicitar la celebración de consultas con los países exportadores.
- Si en tales consultas se llega a un acuerdo, éste se formaliza.
- Si pasados 60 días de la fecha de solicitud de consulta no se ha llegado a algún acuerdo, el país solicitante podrá negarse a seguir aceptando importaciones.
- Las medidas tomadas se establecerán por un período no mayor a un año, pero pueden renovarse.
- Estas medidas deberán estar bajo un continuo examen.

#### Artículo 4°

- Los países miembros deben aceptar un método multilateral para solucionar dificultades.
- Pueden establecerse acuerdos bilaterales.
- Los acuerdos deben facilitar la exportación y conceder flexibilidad para intercambios.
- Cualquier acuerdo debe ser notificado al Organo de Vigilancia, quien después de analizarlo, puede emitir recomendaciones.

#### Artículo 5°

- Las restricciones a las importaciones de textiles se harán en forma equitativa, evitando el exceso de categorías.

#### Artículo 6°

- Se reconoce la importancia de prestar ayuda a países en desarrollo.
- Facilitar la importación temporal para fabricar productos textiles.

#### Artículo 7°

- Los países miembros deben tomar medidas que garanticen el efectivo funcionamiento de este acuerdo, intercambiando información.

Artículo 8°

- Los países participantes convienen en evitar eludir la observancia del presente acuerdo mediante la reexpedición, desviación o intervención de países no participantes.

Artículo 9°

- No se adoptarán medidas tendientes a anular el presente acuerdo.

Artículo 10°

- Se establece un Comité de los Textiles formado por todos los miembros y que tendrá reuniones al menos una vez al año.

Artículo 11°

- El Comité de los Textiles crea un Órgano de Vigilancia para supervisar el cumplimiento del acuerdo.
- Este es un órgano permanente y se reunirá cuantas veces sea necesario.

Artículo 12°

- A los efectos del presente acuerdo, la expresión "textiles" sólo se aplica a los mechos peinados (tops), los hilados, los tejidos, los artículos de confección simple, la ropa y otros pro

ductos textiles manufacturados (cuyas características principales vienen determinadas por sus componentes textiles) de algodón, lana, fibras sintéticas, artificiales o mezclas de las citadas fibras, o todas aquellas combinadas que constituyan el elemento principal de las fibras o el 50% o más del peso del producto.

- El presente artículo no se aplicará a las exportaciones, efectuadas por países en desarrollo, de tejidos de fabricación artesanal hechos en telares manuales, de productos de fabricación artesanal hechos a mano con esos tejidos, ni tampoco a las exportaciones de productos textiles artesanales propios del folklore tradicional; siempre que tales productos sean objeto de una certificación apropiada conforme a las disposiciones convenidas entre los países participantes.

#### Artículo 13°

- Este acuerdo se depositará en el Director General de las Partes Contratantes del Acuerdo General (G.A.T.T.).
- Los nuevos miembros del G.A.T.T. deberán someterse al acuerdo bajo condiciones que ambas partes pacten.

#### Artículo 14°

- El presente acuerdo entra en vigor el día 1o. de enero de 1974 y la aplicación de los párrafos 2, 3 y 4 del artículo 2° a partir del 1o. de abril de 1974.

Artículo 15°

- Cualquier país participante podrá denunciar el presente acuerdo.

Artículo 16°

- Tiene vigencia de 4 años.

Como puede observarse, las partes contratantes del G.A.T.T. deben de someterse al Acuerdo Multifibras; sin embargo cada país puede negociar en forma particular las condiciones que regirán en los intercambios comerciales que realice.

**CAPITULO 4**

**PROCEDIMIENTOS DE IMPORTACION RELACIONADOS  
CON LA INDUSTRIA DEL VESTIDO**

PROCEDIMIENTOS DE IMPORTACION RELACIONADOS CON LA  
INDUSTRIA DEL VESTIDO

En México, desde hace muchos años, los trámites para conseguir importar cualquier producto, debidamente legalizado, han sido definitivamente extensos y poco alentadores. Sin embargo, es a partir de la apertura de fronteras, en tiempos recientes, que estos trámites (en especial para lo referente a la industria del vestido), se redujeron a simples y sencillos requisitos, lo que ha provocado que el mercado mexicano se vea inundado de productos de procedencia extranjera.

En general, y a grandes rasgos, podemos simplificar los trámites para importación de prendas de vestir y materia prima relacionada, en lo siguiente:

1. Se requiere, si no hay experiencia necesaria, con tratar a un Vista Aduanal, que será la persona que orientará al comprador acerca de todos los trámites necesarios.

2. Se contacta con un proveedor extranjero y deben determinarse los siguientes puntos:

- precio.
- tiempo de entrega
- forma de pago

- embalaje necesario
- transporte a utilizarse
- frontera en donde se realizará la operación
- tipo de moneda, etc.

Una vez que se llega a un acuerdo:

3.- Si es primera vez que se realizara este tipo de operación, deberá acudirse a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, a darse de alta en el Registro Nacional de Importadores y Exportadores. Una vez obtenido el registro...

4.- El proveedor extranjero y el comprador se citan en la aduana pactada para realizar la operación.

5.- Se realizan los trámites necesarios para nacionalizar la mercancía mediante el pago de impuestos expidiéndose un cheque a favor de la Tesorería (México). Al comprador se le entregan los comprobantes de haber efectuado el pago debido de derechos y;

6.- La mercancía ingresa a territorio Nacional.

**P A R T E II**

## **CAPITULO 5**

### **METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

## 5.1 FUENTES DE INFORMACION

Con el fin de llegar a obtener un conocimiento completo -- del problema que se investiga y poder probar las hipótesis planteadas, se tomó la decisión de recurrir a las siguientes fuentes de información:

a) Documental.-- Consulta de diversos libros sobre temas de Comercio Internacional, Industria Textil, Industria del Vestido, G.A.T.T. y otros; tesis profesionales; revistas especializadas; publicaciones de organismos gubernamentales y privados y; periódicos de circulación en el Distrito Federal y Area Metropolitana. Todos los documentos consultados de esta fuente se encuentran listados en la bibliografía.

b) Directa.-- Debido a la importancia del problema que se estudia, decidimos recurrir a esta fuente de información aplicando un cuestionario para consumidores y dos guías de entrevista a productores y comerciantes de la Industria del Vestido, -- los cuales se describen a continuación.

## 5.2 CUESTIONARIO PARA CONSUMIDORES

### 5.2.1 Objetivo

Conocer la opinión del consumidor final de la Industria -- del Vestido con el fin de contar con bases suficientes para com probar o rechazar las hipótesis planteadas.

### 5.2.2 Presentación

Cuenta con 10 preguntas de opción múltiple y una abierta. Tiene una pequeña introducción en la cual se describe el objeti vo del cuestionario, así como un comentario anterior a la pre- gunta 10. El formato final del cuestionario se muestra en la - siguiente página, y para llegar a él se realizaron 2 pruebas pi loto aplicando 15 cuestionarios en cada una, entre personas se- leccionadas cuidadosamente tratando de integrar diversas opini nes.

### 5.2.3 Objetivo de Cada Pregunta

A continuación se describe el fin particular de las 11 pre guntas que integran el cuestionario.

QUESTIONARIO

98

El objetivo del presente cuestionario es recopilar la opinión del consumidor en cuanto a la actual apertura de fronteras. Le agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

1. Edad ( )  
a) De 16 a 20 años                      c) De 31 a 40 años                      e) De 51 a 60 años  
b) De 21 a 30 años                      d) De 41 a 50 años
2. Sexo ( )  
a) Femenino                                      b) Masculino
3. Cuando usted adquiere una prenda de vestir, ¿Donde acostumbra comprarla? ( )  
a) Tiendas de Autoservicio (Aurrera, Gigante, D.D.F., etc.)  
b) Tiendas Departamentales (Suburbia, Liverpool, Sears, etc.)  
c) Tiendas especializadas (Boutiques, Milano, Latinos, Melody, etc.)  
d) Tianguis  
e) Otros. Especifique \_\_\_\_\_
4. ¿Qué es lo más importante para usted al elegir una prenda de vestir? ( )  
a) Calidad                                      c) Marca  
b) Precio                                      d) Moda  
e) Otros. Especifique \_\_\_\_\_
5. En los lugares donde acostumbra usted adquirir su ropa ¿Ha notado la existencia de ropa importada? ( )  
a) Sí    b) No    c) No se ha percatado
6. Al adquirir una prenda de vestir, usted prefiere que sea: ( )  
a) Nacional                                      b) Importada                                      c) Es indiferente
7. Considera usted que la ropa importada le proporciona: ( )  
a) Menores beneficios que la nacional  
b) Mayores beneficios que la nacional  
c) Iguales beneficios que la nacional
8. ¿Cómo considera a las prendas de vestir nacionales con respecto a las importadas, en cuanto a precio? ( )  
a) Más caras                                      b) De menor precio                                      c) De igual precio
9. ¿Cómo considera a las prendas de vestir nacionales con respecto a las importadas, en cuanto a calidad? ( )  
a) De mayor calidad                                      b) De menor calidad                                      c) De igual calidad
- Actualmente en nuestro país se está dando una apertura de fronteras en varios productos, entre ellos la ropa.
10. ¿Considera que la nueva facilidad de importar prendas de vestir representa un beneficio para el consumidor? ( )  
a) Sí    b) No
11. ¿Qué beneficios ha percibido para usted como consumidor, en cuanto a la adquisición de prendas de vestir, a partir de la apertura de fronteras?
-

## PREGUNTA

## OBJETIVO

- 1 Conocer la edad de los cuestionados para saber si cumplen con este requisito de nuestras unidades muestrales.
- 2 Identificar alguna relación entre el sexo del consumidor y su comportamiento de compra.
- 3 Determinar los lugares donde el consumidor acude a hacer sus compras para conocer sus hábitos de compra y relacionar la respuesta, con las de las preguntas 4 y 5.
- 4 Es una de las preguntas clave del cuestionario por su contribución a la respuesta de las hipótesis planteadas; además de una mayor información al ser relacionadas con las preguntas 6, 7, 8, 9, y 10.
- 5 Al relacionarla con la pregunta 3 nos proporciona información acerca de los lugares donde se comercializan las prendas

## PREGUNTA

## OBJETIVO

- de vestir importadas y la importancia -- que el consumidor otorga a éstas.
- 6 Conocer la preferencia del consumidor en cuanto a la procedencia de la ropa que adquiere.
- 7 Reafirmar la pregunta anterior. Además sirve de control recíproco de las preguntas 8 y 9.
- 8 Determinar las diferencias en calidad de la ropa nacional y la ropa importada.
- 10 Proporcionar información sobre la opinión del consumidor acerca de la apertura comercial en la Industria del Vestido.
- 11 Complementar la pregunta anterior.

## 5.2.4 Determinación del Universo

El universo objeto de estudio está compuesto por todas -- aquellas personas que pertenecen a la fuerza de trabajo del Dig

trito Federal y área metropolitana, es decir, que cuentan con 15 a 60 años de edad y están capacitados para trabajar.

Considerando una población aproximada de 20 millones de habitantes en el área mencionada, y que de la población total un 53% compone la fuerza de trabajo y el restante 47% la llamada "carga muerta"\*, tenemos que nuestro universo se integra por 10'600,000 personas.

#### 5.2.5 Unidades Muestrales

Dado lo anterior, los elementos que formarán parte de la muestra, son todas aquellas personas que cumplan los siguientes requisitos:

- 1) Ser consumidor final de la Industria del Vestido.
- 2) Vivir en el Distrito Federal o Area Metropolitana.
- 3) Pertenecer a la fuerza de trabajo, es decir, tener de 15 a 60 años de edad.

#### 5.2.6 Determinación del Tamaño de la Muestra

Debido a que se tiene una población objeto de estudio grande (mayor de 10,000) y a que se cuenta con un cuestionario redu-

---

\* Fuente: Banco de México.

cido con alternativas de respuesta mutuamente excluyentes, se optó por utilizar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p q}{E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

p q = Variable

E = Precisión

Sustituyendo Valores:

Z = 95% (1.95 en áreas bajo la curva normal)

p q = 0.50

E = 5%

$$n = \frac{(1.95)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2}$$

n = 380

Por lo tanto, el tamaño de la muestra será de 380 cuestionarios; sin embargo, considerando una posibilidad de hasta 20 cuestionarios deficientes se tomó la decisión de aplicar 400 cuestionarios.

### 5.3 GUIA DE ENTREVISTA PARA INDUSTRIALES DEL VESTIDO

#### 5.3.1 Objetivo

Recabar, a través de testimonios orales y escritos, información referente a la opinión de los industriales del vestido - en relación a las políticas económicas del Gobierno estrechamente ligadas a la apertura comercial que se ha dado en México, -- así como conocer los efectos que ha tenido dicha apertura en la comercialización de sus productos. Todo esto con el fin de demostrar las hipótesis planteadas.

#### 5.3.2 Presentación

Está constituida por diferentes temas de interés para la investigación que serán tratados con los entrevistados. Dichos temas serán abordados en forma abierta para lograr recabar mayor y mejor información.

La presente guía es resultado de la aplicación de una prueba piloto, dando como resultado el formato que se muestra en la página siguiente.

#### 5.3.3 Objetivo de cada sección

En seguida se describe el objetivo de cada una de las tres secciones que integran la guía de entrevista para Industriales

**FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION  
GUIA DE ENTREVISTA PARA LOS INDUSTRIALES**

**DEL VESTIDO EN EL DISTRITO FEDERAL Y AREA METROPOLITANA**

**1.- Clasificación de la empresa**

- 1.1.- Giro de la empresa
- 1.2.- Personal ocupado
- 1.3.- Ventas netas anuales

**2.- Opinión acerca de las políticas económicas del gobierno**

- 2.1.- Opinión de la apertura comercial en la Industria del Vestido
- 2.2.- Opinión del Pacto de Solidaridad Económica y su relación con la Industria del Vestido
- 2.3.- Opinión de la política económica proteccionista hacia los industriales por parte del Estado
- 2.4.- Opinión de los servicios que presta el Gobierno a la Industria

**3.- Aspectos mercadológicos**

- 3.1.- A que segmento del mercado se dirigen los productos de la empresa
- 3.2.- Comportamiento de las ventas en los últimos 12 meses (en cifras o porcentajes)
- 3.3.- Estrategias de productos en los últimos 12 meses y para el futuro (Explicar la razón)
  - Ningún cambio en el producto
  - Reposicionamiento del producto
  - Mejora del producto
  - Extensiones del producto
  - Diversificación mediante nuevos productos
  - Eliminación de productos
  - Otras estrategias
- 3.4.- Estrategias de precios en los últimos 12 meses y para el futuro (explique la razón)
  - Estrategia basada en la demanda
  - Basada en el costo
  - De determinación de precios sociales
  - De determinación de precios psicológicos
  - Basada en la competencia
  - Basada en la mezcla mercadológica
  - Otras estrategias
- 3.5.- Estrategias de distribución en los últimos 12 meses y para el futuro (explique la razón)
  - Estrategias de distribución intensiva
  - De distribución exclusiva
  - De distribución selectiva
  - Otras estrategias
- 3.6.- Estrategias de publicidad y/o promoción en los últimos 12 meses y para el futuro (explique la razón)
  - Estrategias en relación a la publicidad
  - Estrategias en relación a la promoción.

del Vestido.

SECCION

OBJETIVO

- |   |  |
|---|--|
| 1 | Conocer la magnitud de la empresa en --<br>cuanto a personal ocupado y ventas netas<br>anuales.  |
| 2 | Determinar el grado en que cada empresa<br>de esta industria se ve afectada por las<br>políticas económicas del Gobierno.  |
| 3 | Saber cómo ha afectado la apertura comer <u>x</u><br>cial a esta Industria desde el punto de<br>vista mercadológico y conocer que se ha<br>hecho o piensa hacer al respecto. |

#### 5.3.4 Determinación del Universo

Para esta parte de la investigación, el Universo estará --  
constituido por el conjunto de empresas dedicadas a la fabrica-  
ción de telas y/o a la confección de prendas de vestir, en el -  
Distrito Federal y Area Metropolitana.

Este universo se compone de 3 471 empresas de acuerdo con  
el Directorio Nacional de Industriales de la Confederación de -  
Cámaras Industriales (CONCAMIN).

### 5.3.5 Unidades muestrales

Las unidades muestrales que nos interesa estudiar son aquellas empresas de la zona indicada, dedicadas a la fabricación de telas o a alguna de las siguientes actividades que componen las 15 secciones en que se divide la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (C.N.I.V.).

1) Sastrerías civiles y militares sobre medida para dama y caballero.

2) Sastrerías fabriles.

3) Fabricantes de camisas y ropa interior para jóvenes y caballeros.

4) Talleres de fábricas de alta costura, modas y sombreros para dama.

5) Fabricantes de vestidos en serie para damas.

6) Fabricantes de corsetería, lencería y ropa íntima para damas.

7) Fabricantes de ropa con tela de punto, cuando sea cosida exclusivamente.

8) Fabricantes de uniformes en general, ropa de trabajo en general, ropa sanitaria y blancos.

9) Maquiladores (confeccionistas) de toda clase de ropa para damas, caballeros y niños.

10) Fabricantes de guantes, bolsas, cinturones, tirantes, y demás implementos que constituyan accesorios del vestido y fabricantes de abrigos y prendas de piel con pelo que constituyan accesorios del vestuario.

11) Fabricantes de ropa para niños y niñas.

12) Fabricantes de trajes de baño, ropa de playa y ropa para deportes.

13) Fabricantes de pantalones en general.

14) Fabricantes de corbatas, pañuelos, mascadas y pañoleras.

15) Fabricantes de chamarras y ropa sport para caballeros.

#### 5.3.6 Determinación del Tamaño de la Muestra

De acuerdo con los fines de la presente investigación y to

mando en cuenta el costo y grado de dificultad, se ha decidido entrevistar a un número reducido de industriales del Vestido.

Así, nuestra muestra consta de 30 entrevistas, dejando un margen de 5 que podrían ser eliminadas por deficientes.

Aún cuando estadísticamente esta cantidad resulta pobre para generalizar los datos a todo el universo, consideramos que es muy útil para tener una mejor comprensión de todos los factores que se interrelacionan en el problema estudiado; se afirma que "no toda muestra tiene como propósito sacar conclusiones -- acerca de la población". (\*)

Por otra parte, consideramos que al estudiar esta muestra podemos asignar una mayor cantidad de recursos y así obtener resultados óptimos.

## 5.4 GUIA DE ENTREVISTA PARA COMERCIANTES DE ROPA

### 5.4.1 Objetivos

Conocer la posición que guardan los comerciantes de ropa,

---

(\*) Padua, J. "Técnicas de Investigación aplicadas a las ciencias Sociales". Edit. Fondo de Cultura Económica. México, - 1982.

respecto a la política de Apertura Comercial en este sector llevada a cabo por el Gobierno, así como su opinión acerca de la ropa importada en comparación con la nacional.

#### 5.4.2 Presentación de la Guía

Consta de 5 secciones que contienen diversos temas que nos interesa tratar con los entrevistados; está diseñada para recabar la mayor información posible de una manera abierta y es el resultado de la aplicación de una prueba piloto y las recomendaciones surgidas a raíz de ésta, quedando el formato como se muestra en la página siguiente.

#### 5.4.3 Objetivo de Cada Sección

A continuación se describe el objetivo de cada una de las 5 secciones que componen la guía de entrevista para comerciantes de ropa.

#### SECCION

#### OBJETIVO

1

Tener una idea más exacta acerca del tamaño del negocio.

2

Conocer a quiénes recurre más el comerciante de ropa, al productor nacional o al extranjero.

## FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

GUIA DE ENTREVISTA PARA COMERCIANTES  
DE PRENDAS DE VESTIR EN EL DISTRITO FEDERAL Y AREA METROPOLITANA**1.- Clasificación del negocio**

- 1.1.- Giro
- 1.2.- Personal ocupado
- 1.3.- Ventas netas anuales

**2.- Fuentes de abastecimiento**

- 2.1.- Del total de ropa, que porcentaje corresponde a ropa nacional
- 2.2.- Que porcentaje corresponde a ropa importada
- 2.3.- Problemática para proveerse de ropa nacional
- 2.4.- Problemática para proveerse de ropa importada
- 2.5.- Importan la ropa directamente o a través de intermediarios

**3.- Aspectos mercadológicos**

- 3.1.- Comportamiento de las ventas en los últimos 12 meses, especialmente a partir de la Apertura de Fronteras.
- 3.2.- A que segmento del mercado están dirigidas sus ventas
- 3.3.- Cuál considera usted que es la preferencia del público consumidor entre ropa nacional e importada
- 3.4.- En que época del año venden más ropa.

**4.- Aspectos Comparativos**

- 4.1.- Cómo es el precio de la ropa importada con respecto a la nacional
- 4.2.- Cómo es la calidad de la ropa importada con respecto a la nacional
- 4.3.- Cuál se vende más

**5.- Opinión acerca de las políticas económicas del gobierno**

- 5.1.- Apertura comercial en la Industria del Vestido
- 5.2.- Pacto de Solidaridad Económica en relación a su giro.

SECCION	OBJETIVO
3	Conocer la variación en las ventas a partir de la apertura comercial.
4	Determinar la diferencia en precio y calidad de la ropa importada con la nacional.
5	Saber cuáles son las afectaciones a este sector por las políticas económicas del Gobierno.

#### 5.4.4 Determinación del Universo

Nuestro universo está constituido por todos los comercios que tengan como una de sus actividades principales o única, la venta de todo tipo de ropa para niños, damas y caballeros, en el Distrito Federal y Area Metropolitana y que tengan ventas netas anuales superiores a \$100'000,000.00

De acuerdo con una investigación realizada para conocer el número de tiendas de autoservicio y departamentales de la zona indicada, así como la consulta de los comercios anunciados en los Directorios Telefónicos de la Ciudad de México y del Estado de México, podemos determinar que nuestro universo se compone de 450 negocios de este tipo.

#### 5.4.5 Unidades Muestrales

Son aquellos comercios que reúnen las siguientes características:

- 1) Tienen como actividad principal o una de sus principales la venta de ropa de todo tipo, para niños, damas y caballeros.
- 2) Ubicadas en el Distrito Federal o Area Metropolitana.
- 3) Ventas netas anuales superiores a \$100'000,000 de pesos.

#### 5.4.6 Determinación del Tamaño de la Muestra

Considerando las necesidades del presente estudio, hemos decidido aplicar 25 entrevistas a comerciantes de ropa. Cifra, que si bien puede resultar pequeña para generalizar los resultados a toda la población, nos permitirá obtener información ampliamente confiable acerca del problema estudiado.

Adicionalmente, aplicaremos 5 entrevistas más para tener un margen por posibles deficiencias.

## **CAPÍTULO 6**

### **PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION**

## 6.1 PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACION A CONSUMIDORES

### 6.1.1 Tabla de frecuencias

A continuación se detallan las frecuencias absoluta, relativa (%) y acumulada (%) para cada pregunta del cuestionario.

Pregunta No. 1

"EDAD"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA	FRECUENCIA	FRECUENCIA
		ABSOLUTA	RELATIVA	ACUMULADA
			x	x
DE 16 A 20 AÑOS	a	114	29.2	29.2
DE 21 A 30 AÑOS	b	164	42.1	71.3
DE 31 A 40 AÑOS	c	60	15.3	86.6
DE 41 A 50 AÑOS	d	33	8.5	95.1
DE 51 A 60 AÑOS	e	19	4.9	100
		=====	=====	
	TOTAL	390	100	

Pregunta No. 2

"SEXO"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
FEMENINO	a	216	55.4	55.4
MASCULINO	b	174	44.6	100
		=====	=====	
	TOTAL	390	100	

## Pregunta No. 3

"CUANDO USTED ADQUIERE UNA PRENDA DE VESTIR, DONDE ACOSTUMBRA COMPRARLA?"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
TIENDAS DE AUTOSERVICIO	a	78	20	20
TIENDAS DEPARTAMENTALES	b	146	37.4	57.4
TIENDAS ESPECIALIZADAS	c	41	10.5	67.9
TIANGUIS	d	81	20.8	88.7
OTRAS	e	44	11.3	100
		=====	=====	
	TOTAL	390	100	

## Pregunta No. 4

"QUE ES LO MAS IMPORTANTE PARA USTED AL ADQUIRIR UNA PRENDA DE VESTIR?"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
CALIDAD	a	239	61.3	61.3
PRECIO	b	52	13.3	74.6
MARCA	c	15	3.8	78.4
MODA	d	54	13.8	92.2
OTRO	e	30	7.8	100
		=====	=====	
	TOTAL	390	100	

## Pregunta No. 5

"EN LOS LUGARES DONDE ACOSTUMBRA USTED ADQUIRIR SU ROPA,  
HA NOTADO LA EXISTENCIA DE ROPA IMPORTADA?"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
SI	a	306	78.5	78.5
NO	b	28	7.2	85.6
NO SE HA PERCATADO	c	56	14.4	100
		=====	=====	
	TOTAL	390	100.	

Pregunta No. 6

\*AL ADQUIRIR UNA PRENDA DE VESTIR, USTED PREFERE QUE SEA: \*

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
NACIONAL	a	67	17.2	17.2
IMPORTADA	b	67	17.2	34.4
NINGUNA PREFERENCIA	c	256	65.6	100
		=====	=====	
	TOTAL	390	100	

Pregunta No. 7

"CONSIDERA USTED QUE LA ROPA IMPORTADA LE PROPORCIONA : "

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
MEHORES BENEFICIOS QUE LA NACIONAL	a	32	8.2	8.2
MAYORES BENEFICIOS QUE LA NACIONAL	b	115	29.5	37.7
IGUALES BENEFICIOS QUE LA NACIONAL	c	243	62.3	100
		=====	=====	
	TOTAL	390	100	

## Pregunta No. 8

"COMO CONSIDERA LAS PRENDAS DE VESTIR NACIONALES CON RESPECTO A LAS IMPORTADAS EN CUANTO A PRECIO?"

RESPUUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
MAS CARAS	a	102	26.1	26.1
DE MENOR PRECIO	b	149	38.2	64.3
DE IGUAL PRECIO	c	139	35.7	100
		=====	=====	
	TOTAL	390	100	

## Pregunta No. 9

"COMO CONSIDERA LAS PRENDAS DE VESTIR NACIONALES CON RESPECTO A LAS IMPORTADAS EN CUANTO A CALIDAD? "

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
DE MAYOR CALIDAD	a	79	20.3	20.3
DE MENOR CALIDAD	b	110	28.2	48.5
DE IGUAL CALIDAD	c	201	51.5	100
		=====	=====	
	TOTAL	390	100	



Pregunta No. 11

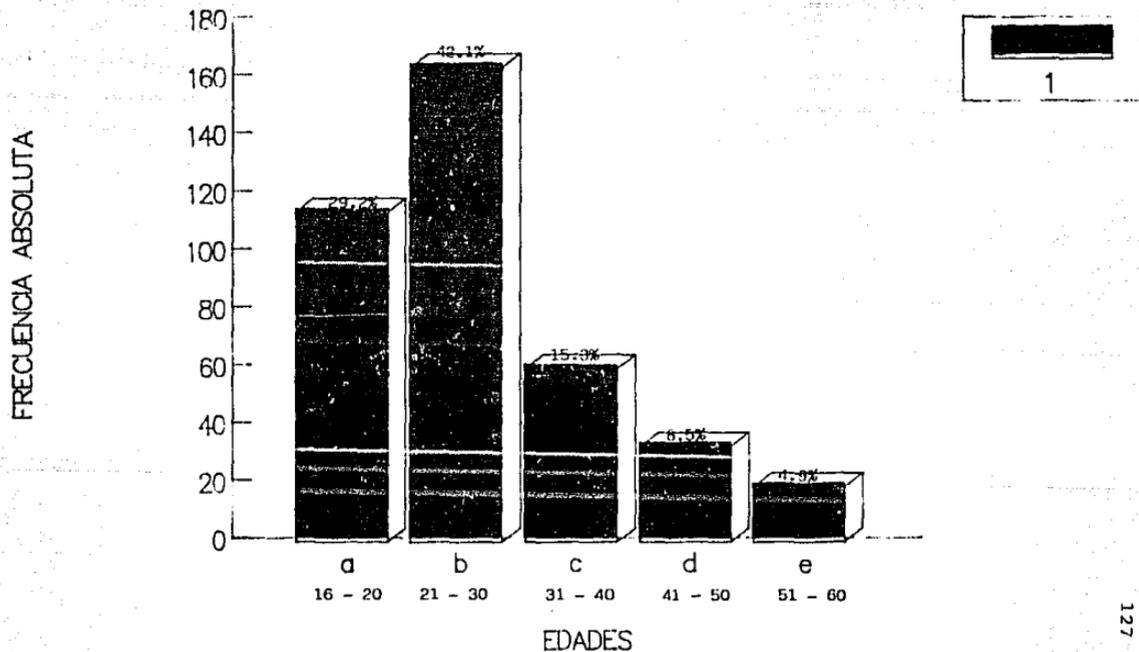
"QUE BENEFICIOS HA PERCIBIDO PARA USTED COMO CONSUMIDOR, EN CUANTO A LA ADQUISICION DE PRENDAS DE VESTIR A PARTIR DE LA APERTURA DE FRONTERAS? "

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
MAYOR VARIEDAD	a	64	16.4	16.4
BAJA DE PRECIO DE LAS PRENDAS IMP.	b	26	6.7	23.1
AUMENTO DE CALIDAD DE LA ROPA NAL.	c	42	10.8	33.9
MEJOR CALIDAD Y/O PRECIO DE LA ROPA	d	56	14.4	48.3
OTROS BENEFICIOS	e	24	6.2	54.5
NINGUN BENEFICIO	f	178	45.5	100
=====				
TOTAL		390	100	

**G R A F I C A S**

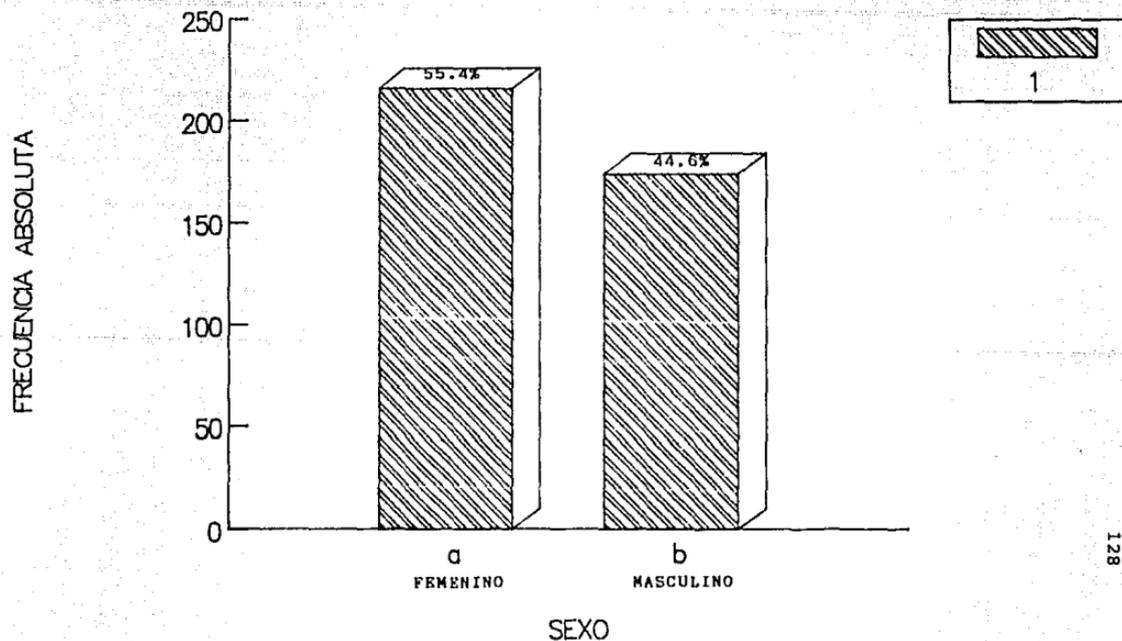
# PREGUNTA N° 1

## EDAD



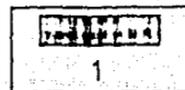
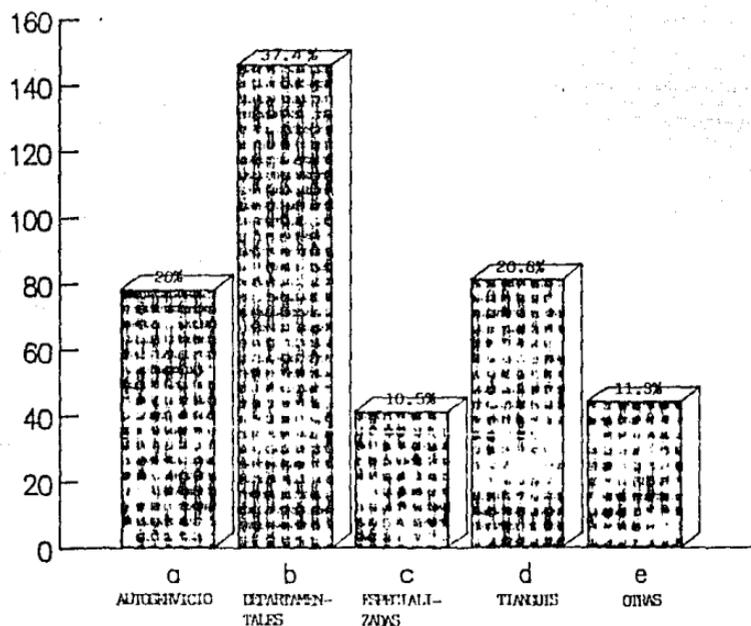
# PREGUNTA N° 2

## SEXO



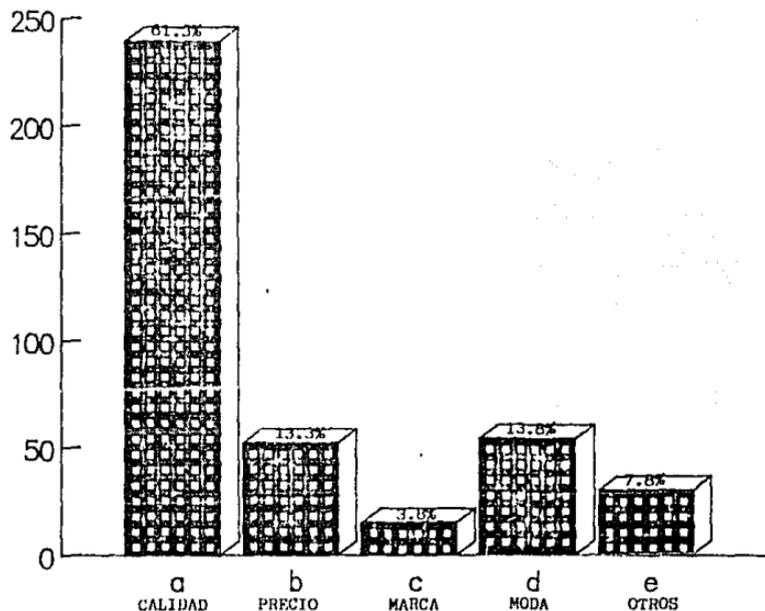
# PREGUNTA N° 3

## Donde acostumbra comprar ?



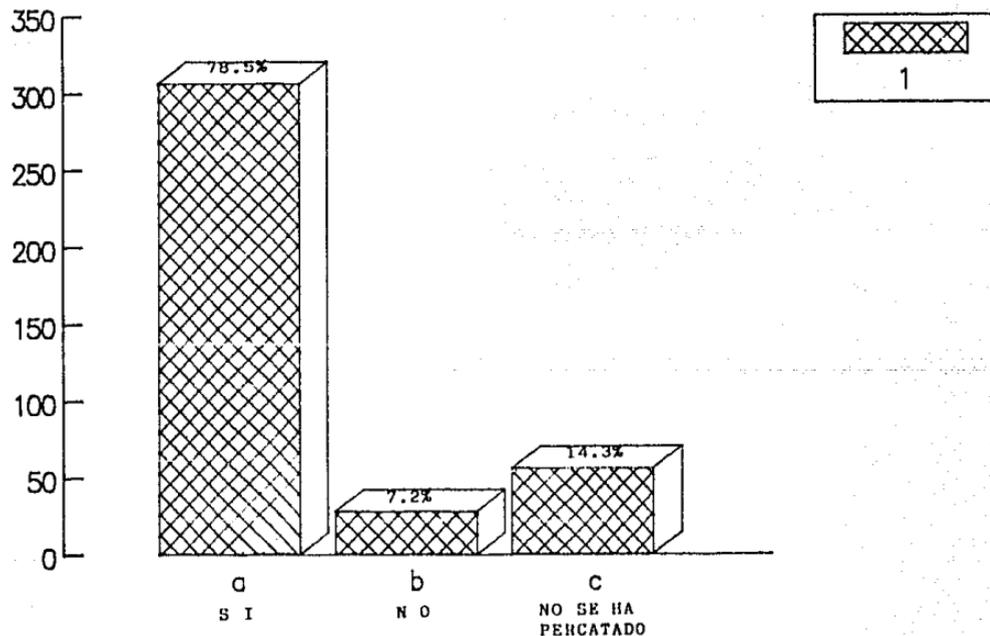
# PREGUNTA N° 4

Que es lo mas importante ?



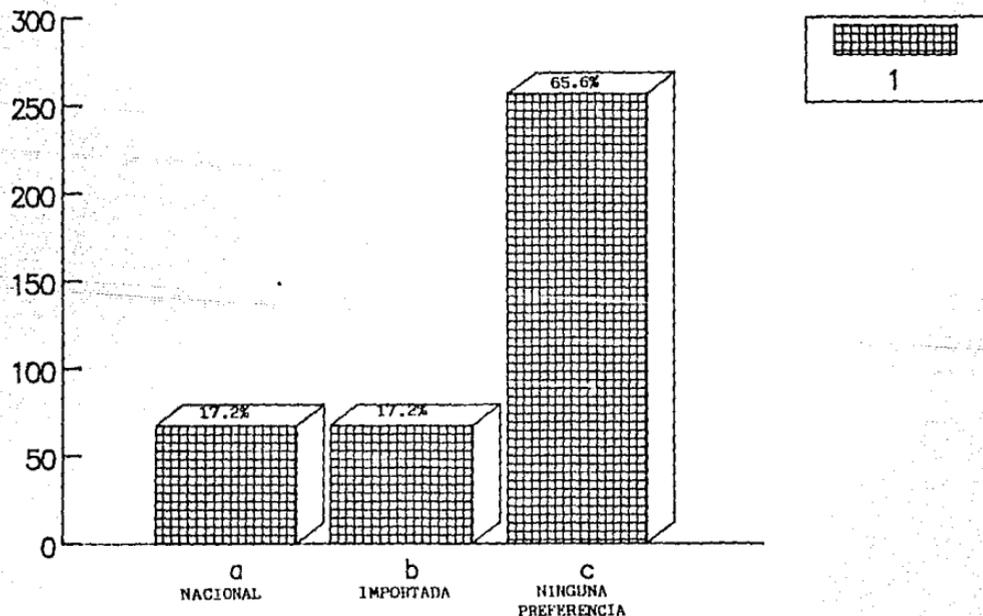
# PREGUNTA N° 5

Ha notado ropa importada ?



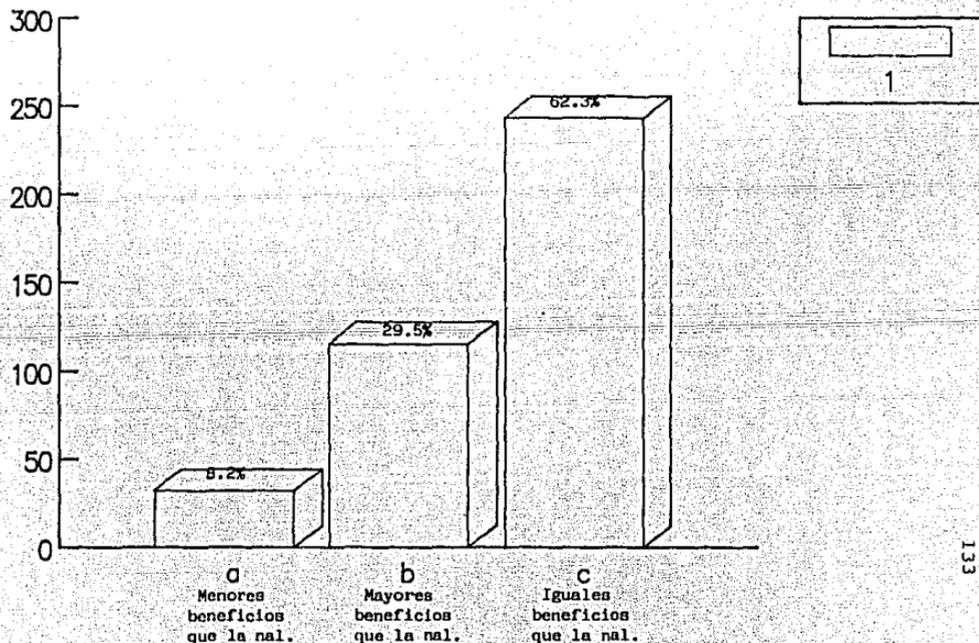
# PREGUNTA N' 6

Usted la prefiere ?



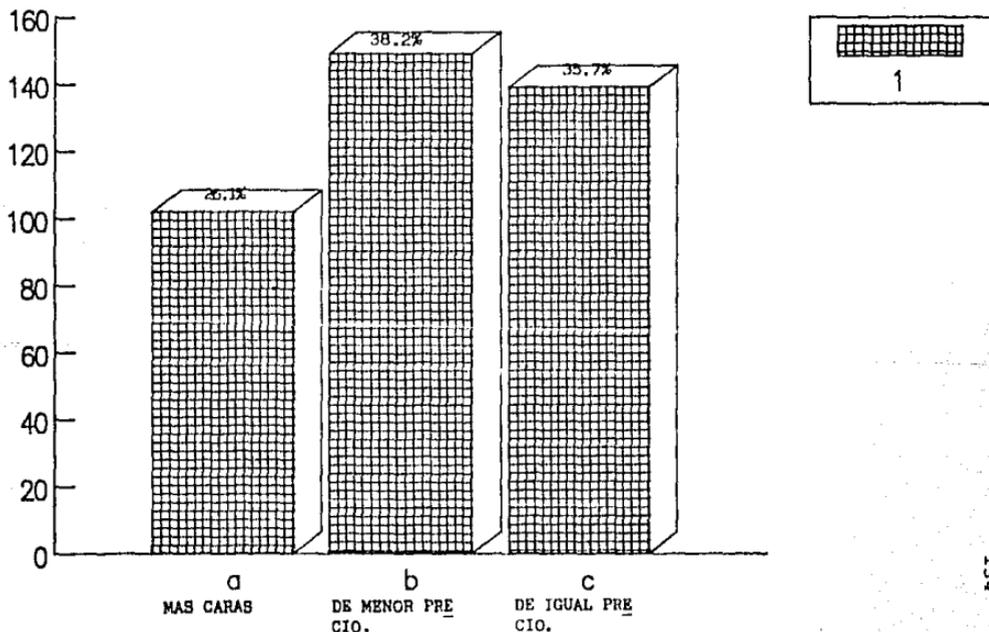
# PREGUNTA N° 7

La ropa importada le proporciona ?



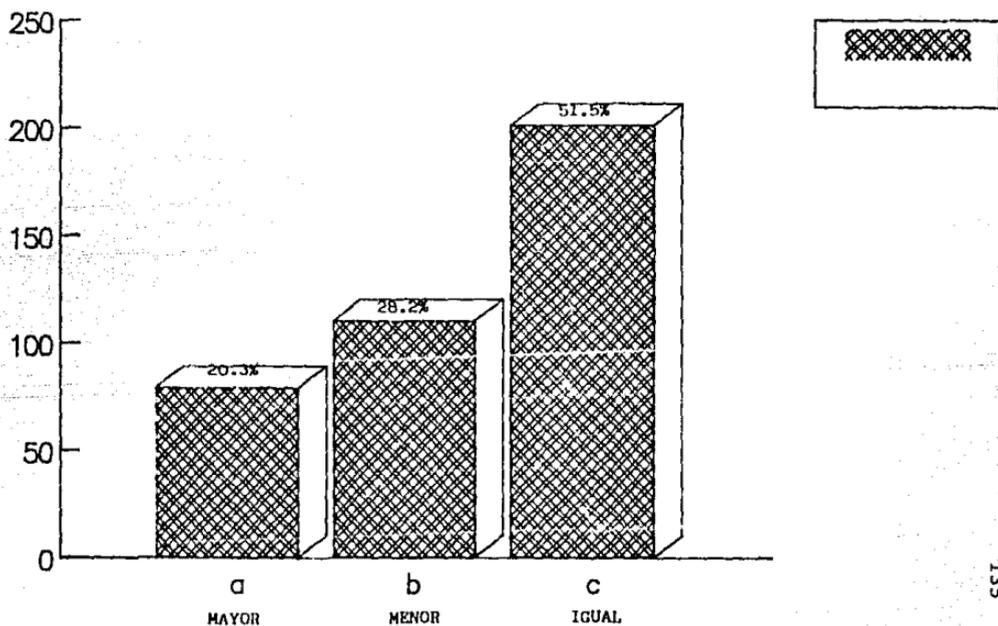
# PREGUNTA N° 8

Como considera a las nacionales ?



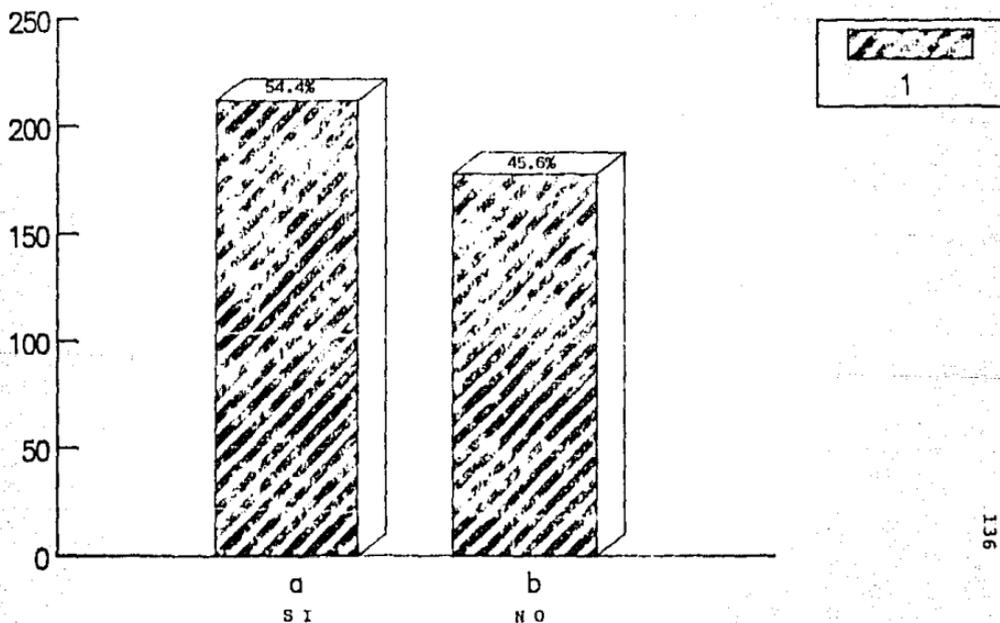
# PREGUNTA N° 9

Como considera la calidad ?



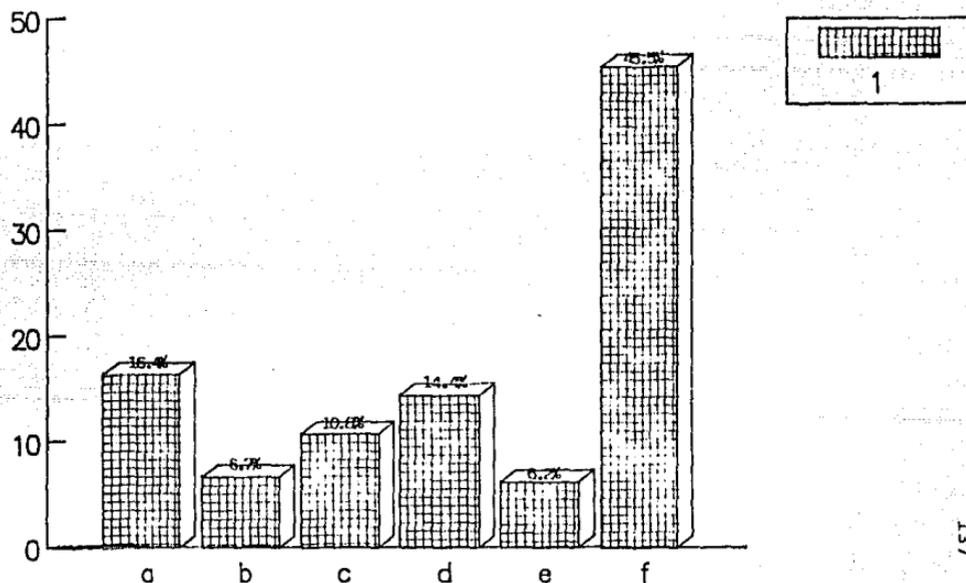
# PREGUNTA N° 10

## Importar representa beneficio ?



# PREGUNTA N° 11

Que beneficios ha recibido ?



### 6.1.3 Interpretación de los resultados de cada pregunta

En base a los datos arrojados por las tablas de frecuencia de cada pregunta del cuestionario, se determinaron las siguientes interpretaciones.

**PREGUNTA No.1****EDAD**

De acuerdo con los resultados obtenidos del procesamiento, del total de personas encuestadas (390), 164 pertenecen al segundo rango de edades - ( de 21 a 30 años ) lo cual representa el 42.1% de la población; 114 cuentan con una edad entre los 16 y 20 años, un 29.2% del total encuestado. Las edades de un 15.3% de la población fluctua entre los 31 y 40 años, mientras que solo un 8.5% y un 4.9% pertenecen a los últimos rangos de edad, de 41 a 50 años y de 51 a 60 años, respectivamente.

**PREGUNTA NO.2****SEXO**

Del total de personas encuestadas el 55.4% pertenecen al sexo femenino, es decir, 216 personas; y un 44.6% al sexo masculino (174 encuestados).

**PREGUNTA No.3****LUGAR DONDE SE ACOSTUMBRA COMPRAR**  
**LAS PRENDAS DE VESTIR**

De acuerdo con los resultados obtenidos, un 37% de la población adquiere sus prendas de vestir en tiendas departamentales, como lo son Liverpool, Sears, Palacio de Hierro, etc; mientras que un 20.8% acostumbra adquirirlas en cualquier tipo de "tianguis", por ejemplo : Pericoapa, Aereotianquis, tianguis locales, etc. Un 20 % de personas prefiere comprar este tipo de productos en tiendas de autoservicio, como serían : Aurrera, Gigante, etc. Un 11.3% adquiere prendas de vestir en otro tipo de lugares como por ejemplo en fábricas, con sastres, o bien, son de confección personal. Por último un menor porcentaje (10.5%) acostumbra comprar prendas de vestir en tiendas especializadas (milano, Latinos, etc.).

## PREGUNTA No.4

QUE ES LO MAS IMPORTANTE PARA EL CONSUMIDOR  
AL ADQUIRIR UNA PRENDA DE VESTIR

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de la población, el 61.3%, considera que lo más importante al comprar una prenda de vestir es la CALIDAD. Mientras que un 13.8% de las personas se inclinan a elegir una prenda por la MODA, así también solo un 13.3% opina que el PRECIO es el elemento más importante para la compra de este tipo de productos. Un 7.8% de la población adquiere una prenda de vestir por OTRAS razones muy distintas a las ya mencionadas, como pueden ser gustos, comodidad, etc. Solo un 3.8% de las personas prefieren una prenda de vestir por la MARCA.

## PREGUNTA No.5

PRESENCIA DE LA ROPA IMPORTADA EN LOS LUGARES  
DONDE EL CONSUMIDOR ACOSTUMBRA ASISTIR A SUS COMPRAS

En la mayoría de los lugares donde se adquieren prendas de vestir el consumidor ha notado la existencia de ropa importada, ya que el 78.5% de la población se ha percatado de esta situación. Por otro lado, de acuerdo a la investigación realizada, un 14.3% de las personas no se han percatado de la presencia de ropa importada en los lugares que acostumbra visitar para hacer sus compras de este tipo de productos. Por último sólo un 7.2% de la población ha notado la falta de prendas importadas en los establecimientos a los que acude para sus compras.

## PREGUNTA No.6

PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A ROPA  
IMPORTADA O NACIONAL

De acuerdo con los resultados de la presente investigación la mayoría de la población no tiene ninguna preferencia por comprar una prenda importada o una de procedencia nacional, el porcentaje de personas que contestaron esta opción fue de un 65,6% . El restante 34.4% esta formado en partes iguales por personas que prefieren la ropa nacional y las que prefieren la importada, es decir un 17.2% de preferencia nacional y un 17.2% de personas que prefieren las prendas importadas.

**PREGUNTA No.7****OPINION DEL CONSUMIDOR DE LA ROPA IMPORTADA  
CONTRA LA NACIONAL EN CUANTO A BENEFICIOS**

La mayoría de las personas son de la opinión de que las prendas de vestir importadas les proporcionan iguales beneficios que las nacionales, esto es un 62.3% de la población. Lo anterior coincide con el porcentaje de personas que no tienen ninguna preferencia al comprar sus prendas de vestir ( pregunta 6: ninguna preferencia 65.6% ), lo cual se analiza posteriormente en la interpretación del cruzamiento de variables. Un 29.5% opina que la ropa importada le proporciona mayores beneficios que la nacional, mientras que solo un 8.2% es de la opinión que las prendas nacionales les proporcionan mayores beneficios que las importadas.

## PREGUNTA No.8

OPINION DEL CONSUMIDOR AL COMPARAR LAS PRENDAS  
NACIONALES CONTRA LAS IMPORTADAS  
EN CUANTO A PRECIO

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría de la población considera a las prendas de vestir nacionales de menor precio que las importadas, mientras que un 35.7% es de la opinión de que ambos tipos de prendas, tanto las importadas como las nacionales son de igual precio. Por último solo un 26.1% de la población considera a la ropa nacional más cara que la importada.

## PREGUNTA No.9

OPINION DEL CONSUMIDOR AL COMPARAR LAS PRENDAS  
NACIONALES CONTRA LAS IMPORTADAS  
EN CUANTO A CALIDAD

Un 51.5% de la población considera que las prendas de vestir nacionales son de igual calidad que las importadas, el 28.2% de las personas opina que los productos de la Industria del Vestido Nacional son de menor calidad que las importadas. Un 20.3% considera que la ropa nacional es de mayor calidad que la importada.

## PREGUNTA No. 10

OPINION DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A LOS BENEFICIOS  
QUE REPRESENTA O NO LA APERTURA  
DE FRONTERAS

Conforme a los resultados obtenidos tenemos que un 54.4% de la población considera que la Apertura de Fronteras SI le ha traído beneficios como consumidor, mientras que un 45.6% es de la opinión de que la apertura de fronteras NO le representa ningún beneficio. Estos porcentajes no son muy diferentes, podría decirse que sería un 50/50, pero las razones de tales opiniones se presentan en el análisis de la pregunta número 11.

## PREGUNTA No.11

OPINION DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A LOS BENEFICIOS  
OBTENIDOS DE LA APERTURA DE FRONTERAS

Del total de la población un 45.5% considera que no ha recibido NINGUN beneficio, expresando al respecto una opinión de indiferencia de la apertura de fronteras, mientras que el 16.4% de personas opina que la nueva facilidad de poder comprar ropa de importación le proporciona una MAYOR VARIEDAD de mercancía de este tipo para poder elegir lo que mejor le convenga de entre ropa nacional e importada. Un 14.4% considera que sí le representa un beneficio ya que en su opinión la ropa importada es de MAYOR CALIDAD Y/O PRECIO en comparación con la nacional. En cambio un 10.8% opina que con la apertura de fronteras se suscitará un cambio en la Industria ya que consideran que habrá un AUMENTO DE CALIDAD de la ropa nacional para poder competir con la ropa importada. El 6.7% de la población opina que al darse una competencia entre ropa importada y nacional habrá una BAJA EN EL PRECIO de ambos tipos de prendas. Por último los resultados indican que un 6.2% considera que la apertura de fronteras en la Industria del Vestido le proporciona OTROS BENEFICIOS diferentes a los anteriores.

**CRUZAMIENTO  
DE  
VARIABLES**

## CRUZAMIENTO DE VARIABLES

Dentro del procesamiento de la información obtenida por -- parte de los consumidores, consideramos importante el cruzamien to de algunas variables.

Para dicho cruzamiento utilizamos una prueba estadística - que permite comparar los resultados obtenidos realmente, con -- los resultados teóricos de alguna distribución o hipótesis teó- rica, esta prueba es la llamada "chi cuadrada" o "ji cuadrada".\*

La fórmula para la obtención de Ji cuadrada (x) es:

$$x = \frac{\sum (fo - fe)}{fe}$$

Donde: fo = frecuencia observada o real

fe = frecuencia esperada

$\sum$  = sumatoria

Si el valor obtenido al confrontarse con el valor de la Ji cuadrada teórica (que se obtiene en las tablas respectivas) es - igual o mayor, se rechaza la hipótesis de nulidad que en este ca so representaría una independencia de las variables cruzadas; -- por lo tanto se aceptaría la hipótesis alterna que señala una --

---

\* Para una amplia explicación de esta prueba, consultar: ROJAS SORIANO, RAUL, Guía para realizar investigaciones sociales, octava edición, México, UNAM, 1985, Pág. 233.

relación entre variables.

Con respecto a la Ji cuadrada teórica se busca en las tablas. Los datos que se requieren son el nivel de confianza, -- que para esta investigación será de un 95 por ciento, es decir, un 5 por ciento de error, y los grados de libertad. Para conocer éstos la fórmula es: Total de renglones -1 por total de columnas -1.

Para efectos de esta investigación tendremos que las variables a manejar serán cada una de las preguntas contenidas en el cuestionario a consumidores, así tenemos:

V:01 = Edad

V:02 = Sexo

V:03 = Cuando se adquiere una prenda de vestir ¿Dónde acostumbra comprarla?

V:11 = Qué beneficios ha percibido usted como consumidor...

En cuanto a las hipótesis a trabajar éstas serán:

Hipótesis nula Ho: Esta indica que no existe relación entre las variables.

Hipótesis alterna  $H_1$ : Señala que sí existe relación entre variables, es decir, no hay independencia.

A continuación veremos los resultados obtenidos de esta prueba en cada uno de los cruzamientos que se realizaron y posteriormente haremos un análisis de los resultados.

1.- Cruzamiento de V:01 - V:04

$$X^2 \text{ calculada} = 61.64751$$

$$X^2 \text{ teórica} = 26.3 \text{ con un } 95\% \text{ de confianza y } 16 \text{ grados de libertad.}$$

Por lo tanto la hipótesis nula se rechaza por ser mayor la  $X^2$  calculada que la  $X^2$  teórica.

2.- Cruzamiento de V:02 - V:04

$$X^2 \text{ calculada} = 9.90576$$

$$X^2 \text{ teórica} = 9.49 \text{ con un } 95\% \text{ de confianza y } 4 \text{ grados de libertad.}$$

La hipótesis es rechazada por ser mayor la  $X^2$  calculada que la  $X^2$  teórica.

3.- Cruzamiento de V:03 - V:04

$$X^2 \text{ calculada} = 49.12549$$

$$X^2 \text{ teórica} = 26.3 \text{ con un 95\% de confianza y 16 grados de libertad.}$$

La hipótesis nula es rechazada.

4.- Cruzamiento de V:06 - V:09

$$X^2 \text{ calculada} = 64.88763$$

$$X^2 \text{ teórica} = 9.49 \text{ con un 95\% de confianza y 4 grados de libertad.}$$

La hipótesis nula es rechazada.

5.- Cruzamiento de V:07 - V:09

$$X^2 \text{ calculada} = 115.94655$$

$$X^2 \text{ teórica} = 9.49 \text{ con un 95\% de confianza y 4 grados de libertad.}$$

La hipótesis nula es rechazada.

6.- Cruzamiento de V:08 - V:09

$$X^2 \text{ calculada} = 9.7934$$

$$X^2 \text{ teórica} = 9.49 \text{ con 95\% de confianza y 4 grados de libertad.}$$

La hipótesis nula se rechaza, en otras palabras, las variables V:08 y V:09 no son independientes.

7.- Cruzamiento de V:01 - V:06

$\chi^2$  calculada = 28.06556

$\chi^2$  teórica = 15.5 con 95% de confianza y 8 grados de libertad.

La hipótesis nula se rechaza.

8.- Cruzamiento de V:01 - V:11

$\chi^2$  calculada = 39.95012

$\chi^2$  teórica = 31.4 con 95% de confianza y 20 grados de libertad.

La hipótesis nula se rechaza.

9.- Cruzamiento de V:04 - V:06

$\chi^2$  calculada = 25.36525

$\chi^2$  teórica = con 95% de confianza y 8 grados de libertad.

Por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta que existe una relación entre variables.

VO1 EDAD

VO4 IMPORTANCIA PARA USTED AL ELEGIR UNA PRENDA

156

VO1	VO4	CALIDAD	PRECIO	MARCA	MODA	OTRO	TOTAL
DE 16 A 20		52	10	9	33	10	114
		45.6	8.8	7.9	28.9	8.8	29.2
		21.8	19.2	60	61.1	33.3	
DE 21 A 30		115	18	2	14	15	164
		70.1	11	1.2	8.5	9.1	42.1
		48.1	34.6	13.3	25.9	50	
DE 31 A 40		34	15	2	4	5	60
		56.7	25	3.3	6.7	8.3	15.4
		14.2	28.8	13.3	7.4	16.7	
DE 41 A 50		25	7	0	1	0	33
		75.8	21.2	0	3	0	8.5
		10.5	13.5	0	1.9	0	
DE 51 A 60		13	2	2	2	0	19
		68.4	10.5	10.5	10.5	0	4.9
		5.4	3.8	13.3	3.7	0	
TOTAL		239	52	15	54	30	390
x		61.3	13.3	3.8	13.8	7.7	100

2

VO2 SEXO

VO4 IMPORTANCIA PARA USTED AL ELEGIR UNA PRENDA

VO2	VO4	CALIDAD	PRECIO	MARCA	MODA	OTRO	TOTAL
FEMENINO		139	30	7	26	14	216
		64.4	13.9	3.2	12	6.5	55.4
		58.2	57.7	46.7	48.1	46.7	
MASCULINO		100	22	8	28	16	174
		57.5	12.6	4.6	16.1	9.2	44.6
		41.8	42.3	53.3	51.9	53.3	
TOTAL		239	52	15	54	30	390
x		61.3	13.3	3.8	13.8	7.7	100

VO3 DONDE ACOSTUMBARA COMPRAR SUS PRENDAS DE V.  
VO4 IMPORTANCIA PARA USTED AL ELEGIR UNA PRENDA

VO3	VO4	CALIDAD	PRECIO	MARCA	MODA	OTRO	TOTAL
TIENDAS AUTOSERV.		55	11	1	10	1	78
		70.5	14.1	1.3	12.8	1.3	20
		23	21.2	6.7	18.5	3.3	
TIENDAS DEPART.		95	16	6	16	13	146
		65.1	11	4.1	11	8.9	37.4
		39.7	30.8	40	29.6	43.3	
TIENDAS ESPECIALIZ.		23	0	5	12	1	41
		56.1	0	12.2	29.3	2.4	10.5
		9.6	0	33.3	22.2	3.3	
TIANGUIS		47	14	2	12	6	81
		58	17.3	2.5	14.8	7.4	20.8
		19.7	26.9	13.3	22.2	20	
OTRAS		19	11	1	4	9	44
		43.2	25	2.3	9.1	20.5	11.3
		7.9	21.2	6.7	7.4	30	
TOTAL		239	52	15	54	30	390
%		61.3	13.3	3.8	13.8	7.7	100

4

VO6 AL ADQUIRIR UNA PRENDA DE VESTIR PREFERE QUE SEA?  
VO9 COMO CONSIDERA A LAS PRENDAS NACIONALES?

VO6	VO9	DE MAYOR CALIDAD	DE MENOR CALIDAD	DE IGUAL CALIDAD	TOTAL
NACIONAL		14	8	45	67
		20.9	11.9	67.2	17.2
		17.7	7.3	22.4	
IMPORTADA		19	41	7	67
		28.4	61.2	10.4	17.2
		24.1	37.3	3.5	
NO HAY PREFERENCIA		46	61	149	256
		18	23.8	58.2	65.6
		58.2	55.5	74.1	
TOTAL		79	110	201	390
%		20.3	28.2	51.5	100

VO7 CONSIDERA UD. QUE LA ROPA IMP. LE PROPORCIONA...  
VO9 COMO CONSIDERA A LAS PRENDAS NACIONALES?

VO7	VO9	DE MAYOR CALIDAD	DE MENOR CALIDAD	DE IGUAL CALIDAD	TOTAL
		10	7	15	32
MENORES BENEFICIOS:		31.3	21.9	46.9	8.2
		12.7	6.4	7.5	
MAYORES BENEFICIOS:		39	63	13	115
		33.9	54.8	11.3	29.5
		49.4	57.3	6.5	
IGUALES BENEFICIOS:		30	40	173	243
		12.3	16.5	71.2	62.3
		38	36.4	86.1	
TOTAL		79	110	201	390
%		20.3	28.2	51.5	100

6

VO8 DIFERENCIAS DE PRECIO ENTRE NACIONAL E IMPORTADA  
VO9 COMO CONSIDERA A LAS PRENDAS NACIONALES

VO8	VO9	DE MAYOR CALIDAD	DE MENOR CALIDAD	DE IGUAL CALIDAD	TOTAL
		25	31	46	102
MAS CARAS		24.5	30.4	45.1	26.2
		31.6	28.2	22.9	
DE MENOR PRECIO		24	47	78	149
		16.1	31.5	52.3	38.2
		30.4	42.7	39.8	
DE IGUAL PRECIO		30	32	77	139
		21.6	23	55.4	35.6
		38	29.1	38.3	
TOTAL		79	110	201	390
%		20.3	28.2	51.5	100

## VO1 EDAD - VO6 AL ADQUIRIR ROPA UD. PREFIERE QUE SEA?

VO1	VO6			TOTAL
	NACIONAL	IMPORTADA	NO HAY PREFERENCIA	
	7	18	89	114
DE 16 A 20	6.1	15.8	78.1	29.2
	10.4	26.9	34.8	
	28	28	108	164
DE 21 A 30	17.1	17.1	65.9	42.1
	41.8	41.8	42.2	
	14	12	34	60
DE 31 A 40	23.3	20	56.7	15.4
	20.9	17.9	13.3	
	13	4	16	33
DE 41 A 50	39.4	12.1	48.5	8.5
	19.4	6	6.3	
	5	5	9	19
DE 51 A 60	26.3	26.3	47.4	4.9
	7.5	7.5	3.5	
TOTAL	67	67	256	390
X	17.2	17.2	65.6	100

8

## VO1 EDAD V11 BENEFICIOS POR APERTURA DE FRONTERAS

VO1	V11							TOTAL
	MAYOR VARIEDAD	BAJA DE PRECIO	AUMENTO CALIDAD	MEJOR CAL. Y PRECIO	OTROS BENEFICIOS	NINGUN BENEFICIO		
	31	5	8	17	6	47	114	
DE 16 A 20	27.2	4.4	7	14.9	5.3	41.2	29.2	
	48.4	19.2	19	30.4	25	26.4		
	22	9	14	29	11	79	164	
DE 21 A 30	13.4	5.5	8.5	17.7	6.7	48.2	42.1	
	34.4	34.6	33.3	51.8	45.8	44.4		
	5	9	10	6	2	28	60	
DE 31 A 40	8.3	15	16.7	10	3.3	46.7	15.4	
	7.8	34.6	23.8	10.7	8.3	15.7		
	3	1	6	2	5	16	33	
DE 41 A 50	9.1	3	18.2	6.1	15.2	48.5	8.5	
	4.7	3.8	14.3	3.6	20.8	9		
	3	2	4	2	0	8	19	
DE 51 A 60	15.8	10.5	21.1	10.5	0	42.1	4.9	
	4.7	7.7	9.5	3.6	0	4.5		
TOTAL	64	26	42	56	24	178	390	
X	16.4	6.7	10.8	14.4	6.2	45.6	100	

9

VO4 IMPORTANCIA AL ELEGIR UNA PRENDA  
VO6 AL ADQUIRIRLA USTED PREFERE QUE SEA...

VO4	VO6	NACIONAL	IMPORTADA	NO HAY PREFERENCIA	TOTAL
		43	34	162	239
CALIDAD		18	14.2	67.8	61.3
		64.2	50.7	63.3	
PRECIO		13	10	29	52
		25	19.2	55.8	13.3
		19.4	14.9	11.3	
MARCA		1	8	6	15
		6.7	53.3	40	3.8
		1.5	11.9	2.3	
MODA		3	11	40	54
		5.6	20.4	74.1	13.8
		4.5	16.4	15.6	
OTRO		7	4	19	30
		23.3	13.3	63.3	7.7
		10.4	6	7.4	
TOTAL		67	67	256	390
%		17.2	17.2	65.6	100

## INTERPRETACION DEL CRUZAMIENTO DE VARIABLES

### 1.- Edad - Importancia al elegir una prenda.

De las personas de 16 a 20 años de edad la mayoría (45.6%) prefiere una prenda de vestir por su calidad y un 28.9% la adquiere porque está de moda, mientras que el 7.9% elige este tipo de productos por su marca.

De acuerdo con la investigación realizada, de las personas cuyas edades fluctúan entre 21 y 30 años de edad, las cuales -- vienen siendo el grueso de la población (42.1%), un 70.1% compran una prenda de vestir por su calidad y sólo el 8.5% y el -- 1.2% la adquiere por moda o marca respectivamente.

Ahora bien del 15.4% de la población, que es el grupo de -- personas de 31 a 40 años de edad, la mayoría (56.7%) afirma que lo más importante para elegir una prenda es la calidad y solamente el 3.3% de personas compran por marca, siendo éste el más bajo nivel.

El rango comprendido de los 41 a 50 años de edad presenta a un 75.6% de personas que compran por calidad.

El 68.4% de las personas de 51 a 60 años le dan mayor importancia a la calidad, mientras que el 10.5% se la dan a precio, marca y moda.

## 2.- Sexo - Importancia al elegir una prenda.

Empezando por el sexo femenino el resultado obtenido nos indica que la mayor parte de las mujeres (64.4%) compran por calidad y sólo el 3.2% de este grupo compra por marca.

En cuanto al sexo masculino no existe mucha diferencia con los resultados anteriores, ya que la mayoría (57.5%) le dan la máxima importancia a la calidad al elegir una prenda y una minoría (4.6%) considera más importante la marca de este tipo de artículos para su compra.

## 3.- Lugar donde se adquieren las prendas - Importancia al elegir una prenda.

Las personas que acostumbran comprar sus prendas de vestir en tiendas de autoservicio consideran la calidad como el factor más importante al elegir una prenda (70.5%), mientras que sólo el 1.3% de estas personas consideran a la marca y otros factores como importantes al elegir una prenda.

Los clientes de tiendas departamentales consideran a la calidad como el factor más importante (65.1%) y a la marca sólo un 4.1% la considera factor importante.

En cuanto a las tiendas especializadas tenemos que el 56.1% de las personas que adquieren en estos lugares sus prendas de -

vestir, consideran a la calidad como el factor más importante.

Las personas que compran ropa en tianguis consideran a la calidad como factor más importante, ya que el 58% de los consumidores en cuestión así lo afirma, y el factor menos importante es la marca, pues sólo el 2.5% de los compradores en tianguis lo considera.

En otros lugares donde se acostumbra comprar ropa, por ejemplo, fábricas o con familiares, sigue prevaleciendo el concepto de calidad como el factor más importante (43.2%) y sólo el 2.3% de los entrevistados afirman que la marca es lo más importante.

#### 4.- Preferencia de la nacionalidad de la ropa - Opinión de la calidad de las prendas nacionales y extranjeras.

La mayoría de las personas que prefieren la ropa nacional (67.2%) consideran de igual calidad a las prendas nacionales y extranjeras, mientras que el 11.9% de esas personas la consideran de menor calidad.

En cuanto a las personas que prefieren la ropa importada el 61.2% consideran a la ropa nacional de menor calidad que la importada y sólo el 10.4% la consideran de igual calidad.

Los consumidores que no tienen una marcada preferencia consideran de igual calidad a las prendas nacionales y extranjeras en un 58.2% y el 18% de estos consumidores consideran de mayor calidad a las prendas nacionales.

5.- Opinión de los beneficios que proporciona la ropa importada y nacional - Opinión de la calidad de las prendas nacionales y extranjeras.

De la gente que considera que la ropa importada que proporciona menores beneficios, un 46.9% considera que las prendas nacionales e importadas son de igual calidad.

La mayoría de la gente (54.8%) que considera que la ropa importada le da mayores beneficios, considera también que las prendas nacionales son de menor calidad.

El 71.2% de los consumidores que afirman que a ropa importada y nacional les proporcionan los mismos beneficios, consideran que ambos tipos de prendas son de la misma calidad.

6.- Opinión del precio de las prendas nacionales y extranjeras - Opinión de la calidad de las prendas nacionales y extranjeras.

La gente que considera a las prendas nacionales más caras que las importadas, afirman en su mayoría (45.1%) que son de - -

igual calidad. Los consumidores que opinan que las prendas nacionales son de menor precio que las importadas consideran en su mayoría (52.3%) que son también de igual calidad.

Por último, el 55.4% de la gente que considera a las prendas importadas y nacionales del mismo precio cree que son de igual calidad, lo cual representa la mayoría.

7.- Edad - Al adquirir una prenda de vestir usted prefiere que sea...

La mayoría de las personas de 16 a 20 años no tienen una marcada preferencia por consumir prendas importadas o nacionales (78.1%), empero sólo un 6.1% de este grupo, que es la minoría, prefiere la ropa nacional.

El grupo comprendido entre las personas de 21 a 30 años, en su mayoría (65.9%) no tienen ninguna preferencia, el 17.1% del grupo prefiere la nacional y el otro 17.1% prefiere las prendas importadas.

Un 56.7% de los consumidores de 31 a 40 años no tiene preferencia por la nacionalidad de la ropa y sólo un 20% prefiere la importada, representando la minoría.

Respecto al grupo de 41 a 50 años, sigue siendo la opción de no preferencia la que tiene mayor peso con un 48.5%, y en

este caso sólo un 12.1% prefiere la ropa importada.

El último grupo (de 51 a 60 años) tiene un 47.4% de gente que no tiene preferencia, mientras que el 26.3% de gente prefiere la nacional y el otro 26.3% la importada.

8.- Edad - Beneficios percibidos como consumidor, en cuanto a la adquisición de prendas de vestir, a partir de la apertura de fronteras.

Las personas de 16 a 20 años de edad, en su mayoría - - - (41.2%), afirma que no ha recibido ningún beneficio, mientras - que la minoría (4.4%) afirma que ha habido una baja de precio. Es importante señalar que un porcentaje considerable (27.2%) -- afirma ahora existe mayor variedad de ropa.

El grupo de personas de 21 a 30 años en su mayoría también afirma no haber recibido ningún beneficio (48.2%), el siguiente en importancia es el grupo que afirma que ha habido un aumento de calidad en la ropa nacional con un 17.7% y sólo un 5.5% afirma que existe una baja de precio.

La mayoría de las personas de 31 a 40 años afirma que no - ha recibido ningún beneficio (46.7%) y sólo un 3.3% ha recibido otros beneficios.

De 41 a 50 años nos encontramos con la misma opinión mayo-

ritaria, es decir, no ha recibido ningún beneficio (48.5%) y en este grupo sólo un 3% afirma que han disminuido los precios de las prendas de vestir por la apertura de fronteras.

Del último grupo, de 51 a 60 años de edad, el 42.1% afirma que no ha recibido beneficios y en el renglón de otros fue nula su opinión.

9.- Importancia al elegir una prenda de vestir - al adquirir una prenda usted prefiere que sea...

Las personas que le dan mayor importancia a la calidad al elegir una prenda de vestir afirman en su mayoría (67.8%) no tener preferencia en que ésta sea nacional o importada y sólo un 14.2% prefiere la ropa importada.

Las personas que compran por precio tienen la misma opinión que los anteriores ya que un 55.8% no tienen preferencia por la nacionalidad de las prendas y la minoría, es decir, un 19.2% prefiere la ropa importada.

Los consumidores que adquieren una prenda por marca, en su mayoría (53.3%), prefieren la ropa importada y sólo un 6.7% prefiere la ropa nacional.

El grupo de gente que compra por moda en su mayoría no tienen preferencia por la nacionalidad de estos productos (el - -

74.1%), mientras que solamente un 5.6% de este grupo prefiere - la nacional.

Con respecto a otros factores que son importantes para - - otras personas, este grupo en su mayoría no tiene preferencia - por la nacionalidad de la ropa (63.3%) y sólo un 13.3% prefiere la ropa importada.

Con esto terminamos la parte relativa al cruzamiento de va riables de la investigación realizada a los consumidores de - - prendas de vestir.

## 6.2 PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACION A INDUSTRIALES DEL VESTIDO.

### 6.2.1 Tabla de Frecuencias

En seguida se presentan las frecuencias absoluta, relativa (%) y acumulada (%) después de cerrar cada pregunta de la entrevista a Industriales del Vestido y obtener los resultados correspondientes.

## "CLASIFICACION DEL NEGOCIO"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA	FRECUENCIA	FRECUENCIA
		ABSOLUTA	RELATIVA	ACUMULADA
			x	x
PEQUEÑA	a	12	34.4	34.4
MEDIAÑA	b	11	31.4	65.8
GRANDE	c	12	34.2	100
		=====	=====	
	TOTAL	35	100	

## 2 "POLITICAS ECONOMICAS"

Pregunta No. 2.1

## "OPINION SOBRE LA APERATURA COMERCIAL EN LA INDUSTRIA DEL VESTIDO"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA	FRECUENCIA	FRECUENCIA
		ABSOLUTA	RELATIVA	ACUMULADA
			x	x
CONVENIENTE	a	11	31.4	31.4
PERJUDICIAL	b	23	65.7	97.1
NO AFECTO	c	1	2.9	100
		=====	=====	
	TOTAL	35	100	

Pregunta No. 2.2

171

**\*OPINION ACERCA DEL PACTO DE SOLIDARIDAD ECONOMICA\***

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
CONVENIENTE	a	13	% 37.1	% 37.1
PERJUDICIAL	b	22	62.9	100
NO AFECTO	c	0	0	100
		=====	=====	
	TOTAL	35	100	

Pregunta No. 2.3

**\*OPINION ACERCA DEL PROTECCIONISMO A LA INDUSTRIA\***

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
NO EXISTE	a	28	% 80	% 80
SI EXISTE	b	7	20	100
		=====	=====	
	TOTAL	35	100	

## "OPINION SOBRE LOS SERVICIOS QUE PRESTA EL ESTADO"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA	FRECUENCIA	FRECUENCIA
		ABSOLUTA	RELATIVA	ACUMULADA
			%	%
EFICIENTES	a	12	34.3	34.3
DEFICIENTES	b	18	51.4	85.7
NO EXISTE	c	5	14.3	100
		=====	=====	
	TOTAL	35	100	

## 3 "ASPECTOS MERCADOLÓGICOS"

## Pregunta No. 3.1

## "A QUE SECTOR DEL MERCADO SE DIRIGEN SUS PRODUCTOS"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA	FRECUENCIA	FRECUENCIA
		ABSOLUTA	RELATIVA	ACUMULADA
			%	%
CLASE ALTA	a	10	28.6	28.6
CLASE MEDIA	b	19	54.3	82.9
CLASE BAJA	c	6	17.1	100
		=====	=====	
	TOTAL	35	100	

## Pregunta No. 3.2

## "COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS"

173

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
CRECIO ARRIBA DE LA INFLACION	a	3	8.6	8.6
SE MANTIENE	b	12	34.3	42.9
DISMINUCION DE 1 A 20%	c	3	8.6	51.5
DISMINUCION DE 21 A 40%	d	9	25.7	77.2
DISMINUCION DE 41 A 60%	e	6	17.1	94.3
DISMINUCION DE MAS DE 60%	f	2	5.7	100
		=====	=====	
TOTAL		32	100	

## Pregunta No. 3.3

## "ESTRATEGIA DE SUS PRODUCTOS"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
NINGUN CAMBIO	a	3	8.6	8.6
REPOSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO	b	0	0	8.6
MEJORAR PRODUCTO	c	15	42.8	51.4
EXTENSIONES DEL PRODUCTO	d	0	0	51.4
DIVERSIFICACION CON NUEVOS PRODUCTO	e	7	20	71.4
ELIMINACION DE PRODUCTOS	f	5	14.3	85.7
OTRAS ESTRATEGIAS	g	5	14.3	100
		=====	=====	
TOTAL		35	100	

## "ESTRATEGIA DE PRECIOS"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
BASADA EN LA DEMANDA	a	0	0	0
BASADA EN EL COSTO	b	19	54.3	54.3
BASADA EN PRECIOS SOCIALES	c	0	0	54.3
BASADA EN PRECIOS PSICOLOGICOS	d	0	0	54.3
BASADA EN LA COMPETENCIA	e	0	0	54.3
MEZCLA MERCADOLÓGICA	f	3	8.6	62.9
OTRAS ESTRATEGIAS	g	13	37.1	100
		=====	=====	
	TOTAL	35	100	

## Pregunta No. 3.5

## "ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
			%	%
INTENSIVA	a	23	65.7	65.7
EXCLUSIVA	b	9	25.7	91.4
OTRAS	c	3	8.6	100
		=====	=====	
	TOTAL	35	100	

## "ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCION"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
			%	%
MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION	a	12	34.3	34.3
VIAS PUBLICAS	b	6	17.1	51.4
DIRECTORIO Y REVISTAS	c	6	17.1	68.5
RELACIONES PUBLICAS C/CLIENTES	d	9	25.8	94.3
NO HACEN	e	2	5.7	100
		=====	=====	
	TOTAL	35	100	

## Pregunta No. 4.3

## "CUAL SE VENDE MAS"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
			%	%
IMPORTADA	a	5	16.7	16.7
NACIONAL	b	19	63.3	80
IGUAL	c	6	20	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

## Pregunta No. 5.1

## "OPINION SOBRE LA APEKTURA COMERCIAL EN LA INDUSTRIA DEL VESTIDO"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
CONVENIENTE	a	30	100	100
PERJUDICIAL	b	0	0	100
INDIFERENTE	c	0	0	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

## Pregunta No. 5.2

## "OPINION SOBRE EL PACTO DE SOLIDARIDAD ECONOMICA"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
CONVENIENTE	a	23	76.7	76.7
PERJUDICIAL	b	0	0	76.7
NO SE PUEDE OPINAR	c	7	23.3	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

### 6.2.2 Interpretación de los resultados de cada pregunta

En base a los resultados arrojados por las tablas de frecuencia de cada pregunta, se determinaron las siguientes interpretaciones.

### SECCION 1: "Clasificación del Negocio".

Del total de fábricas entrevistadas, el 34.3% correspondió a empresas pequeñas, el 31.4% a empresas medianas y el 34.3% a empresas grandes, tomando en cuenta sus ventas anuales y el número de personal ocupado.

### SECCION 2: "Políticas Económicas".

Pregunta 2.1.- Opinión sobre la apertura comercial en la Industria del Vestido.

El 65.7% de los entrevistados manifestó su inconformidad ante esta decisión aduciendo, entre otras, las siguientes razones: "Fue prematura y no hay dinero para invertir"; "En general la ropa que se está importando es de mala calidad, son saldos"; "No podemos competir con los precios de la ropa importada"; - - "Perjudicará sensiblemente a la Industria Nacional"; etc. Por su parte, el 31.4% expresó que la apertura comercial es conveniente ya que obliga a la Industria Nacional a ser más competitiva. El 2.9% restante manifestó que la apertura no le afectó positiva ni negativamente.

Pregunta 2.2.- Opinión acerca del Pacto de solidaridad Económica.

Para el 62.9% de los industriales entrevistados, el Pacto de Solidaridad Económica ha sido perjudicial ya que los precios

se mantienen por debajo de su nivel real y ello es muy peligroso para la Economía Nacional, además sostienen que los precios se han mantenido e incluso disminuido, pero los impuestos siguen siendo muy elevados. El 37.1% restante se manifestó en favor del P.S.E. porque ha detenido la espiral inflacionaria que a nadie beneficiaba y porque proporciona tiempo para la Planeación, manteniendo más o menos constantes las principales variables económicas.

Pregunta 2.3.- Opinión sobre el proteccionismo a la Industria.

El 80% opina que tal proteccionismo no existe y ello es perjudicial ya que, por ejemplo, el principal cliente que es E.U.A. protege mucho a su Industria para fomentar su crecimiento; además reiteraron lo elevado de los impuestos. Para el 20% restante sí existe proteccionismo aunque ha ido desapareciendo paulatinamente y que es necesario para el progreso de la Industria Nacional y para defenderse de prácticas comerciales desleales de otros países.

Pregunta 2.4.- Opinión sobre los servicios que presta el Estado.

El 51.4% opina que estos servicios son muy deficientes, especialmente en lo referente a la concesión de créditos a la Industria y que el Estado favorece a ciertas empresas, principal-

mente maquiladoras extranjeras con préstamos y permisos para exportar. El 34.3% considera que los servicios del Estado son -- buenos ya que, entre otras cosas, ha simplificado muchos trámites innecesarios y el 14.3% sostiene que tales servicios no -- existen.

### SECCION 3: "Aspectos Mercadológicos"

Pregunta 3.1.- ¿A qué segmento del mercado se dirigen sus productos?

El 54.3% fabrica ropa destinada principalmente a la gente de clase media; el 28.6% para la clase alta y el 17.1% para la clase baja.

Pregunta 3.2.- Comportamiento de las ventas

El 8.6% considera que sus ventas han crecido por arriba de la inflación gracias al lanzamiento de nuevos productos; el -- 34.3% considera que sus ventas se han mantenido; el 25.7% menciona una disminución de 21 a 40%; el 17.1% una disminución de 41 a 60%; el 8.6% una disminución de 1 a 20% y el 5.7% una disminución de 60% o más.

Pregunta 3.3.- Estrategia de sus productos

El 42.8% de las empresas anuncia mejoras en la ropa que fabrican debido a un aumento en la calidad de las materias primas;

un 20% piensa diversificarse con nuevos productos; un 14.3% -- piensa eliminar alguna línea de ropa; otro 14.3% elabora su ropa siguiendo patrones extranjeros y un 8.6% no anuncia ningún cambio por falta de recursos.

Pregunta 3.4.- Estrategia de precios

El 54.3% determina sus precios en base al costo de fabricación, afirmando que éstos han disminuido. El 37.1% fija sus -- precios de acuerdo a los lineamientos del P.S.E. y el 8.6% establece precios basados en la mezcla mercadológica.

Pregunta 3.5.- Estrategia de distribución

El 65.7% utiliza una distribución intensiva tratando de -- aumentar sus ventajas; el 25.7% realiza una distribución exclusiva, por los modelos que elabora y para garantizar un pago y -- el 8.6% utiliza ambas o bien vende sus productos al consumidor final.

Pregunta 3.6.- Estrategia de publicidad y promoción

El 34.3% realiza publicidad a través de los medios masivos de comunicación; el 25.8% se basa en las relaciones públicas -- con sus clientes; en 17.1% utiliza las vías públicas para anunciarse; otro 17.1% se anuncia en Directorios y Revistas y un -- 5.7% no hace publicidad ni promoción.

### 6.3 PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACION A COMERCIANTES DE ROPA

#### 6.3.1 Tabla de frecuencias

A continuación se detallan las frecuencias absoluta, relativa (%) y acumulada (%) después de cerrar cada pregunta de la entrevista a comerciantes de ropa y obtener los resultados correspondientes.

Pregunta No. 1

## "CLASIFICACION DEL NEGOCIO"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
			%	%
PEQUEÑA	a	8	26.7	26.7
MEDIANA	b	13	43.3	70
GRANDE	c	9	30	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

## 2 "FUENTES DE ABASTECIMIENTO"

Pregunta No. 2.1 y 2.2

## "PORCENTAJE DE ROPA NACIONAL E IMPORTADA"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
			%	%
NACIONAL	a	27	90	90
IMPORTADA	b	3	10	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

## "PROBLEMATICA PARA PROVEERSE DE ROPA NACIONAL"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
			%	%
NINGUNA	a	18	60	60
NO CUMPLEN CON LA FECHA DE ENTREGA	b	8	26.7	86.7
POCA VARIEDAD Y CALIDAD	c	4	13.3	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

## Pregunta No. 2.4

## "PROBLEMATICA PARA PROVEERSE DE ROPA IMPORTADA"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
			%	%
FALTA DE CONOCIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS	a	11	36.7	36.7
NINGUNA	b	3	10	46.7
PROVEN ROPA DIFERENTE A LA PACTADA	c	6	20	66.7
DEMASIADOS TRAMITES	d	10	33.3	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

## COMO EFECTUAN LA IMPORTACION DE ROPA

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
DIRECTAMENTE	a	16	53.3	53.3
INTERMEDIARIOS	b	6	20	73.3
AMBAS	c	8	26.7	100
		=====	=====	
TOTAL		30	100	

## 3 "ASPECTOS MERCADOLÓGICOS"

Pregunta No. 3.1

## "COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
HAN CRECIDO POR ARRIBA DE LA INFLACION	a	8	26.7	26.7
HAN DISMINUIDO DE 1 A 10%	b	15	50	76.7
HAN DISMINUIDO DE 11 A 15%	c	5	16.7	93.4
HAN DISMINUIDO DE 16 A 20%	d	2	6.6	100
		=====	=====	
TOTAL		30	100	

## Pregunta No. 3.2

## \*SEGNMENTO AL QUE SE DIRIGEN SUS PRODUCTOS\*

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
CLASE ALTA	a	9	30	30
CLASE MEDIA	b	16	53.3	83.3
CLASE BAJA	c	5	16.7	100
		=====	=====	
TOTAL		30	100	

## Pregunta No. 3.3

## \*PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR\*

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
ROPA NACIONAL	a	15	50	50
ROPA IMPORTADA	b	3	10	60
INDIFERENTE	c	12	40	100
		=====	=====	
TOTAL		30	100	

"CUANDO SE VENDE MAS ROPA ?"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
FIN DE AÑO	a	29	96.7	96.7
DIA DE LA MADRE	b	1	3.3	100
		-----	-----	
TOTAL		30	100	

## 4 "ASPECTOS COMPARATIVOS"

Pregunta No. 4.1

"QUE ROPA ES MAS CARA"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
IMPORTADA	a	22	73.3	73.3
NACIONAL	b	1	3.3	76.6
IGUAL	b	7	23.4	100
		-----	-----	
TOTAL		30	100	

## "CUAL ES DE MAYOR CALIDAD"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
			%	%
IMPORTADA	a	7	23.3	23.3
NACIONAL	b	3	10	33.3
IGUAL	c	20	66.7	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

## Pregunta No. 4.3

## "CUAL SE VENDE MAS"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
			%	%
IMPORTADA	a	5	16.7	16.7
NACIONAL	b	19	63.3	80
IGUAL	c	6	20	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

## 5 "POLITICAS ECONOMICAS"

Pregunta No. 5.1

## "OPINION SOBRE LA APERTURA COMERCIAL EN LA INDUSTRIA DEL VESTIDO"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
CONVENIENTE	a	30	100	100
PERJUDICIAL	b	0	0	100
INDIFERENTE	c	0	0	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

Pregunta No. 5.2

## "OPINION SOBRE EL PACTO DE SOLIDARIDAD ECONOMICA"

RESPUESTAS	CODIGO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %	FRECUENCIA ACUMULADA %
CONVENIENTE	a	23	76.7	76.7
PERJUDICIAL	b	0	0	76.7
NO SE PUEDE OPINAR	c	7	23.3	100
		=====	=====	
	TOTAL	30	100	

### 6.3.2 Interpretación de los resultados de cada pregunta

En base a los resultados arrojados por las tablas de frecuencia de cada pregunta de la entrevista, se determinaron las siguientes interpretaciones.

SECCION 1: Preguntas 1.1, 1.2 y 1.3.- "Clasificación del Negocio".

Del total de comercios entrevistados, el 43.3% correspondió a empresas medianas tomando en consideración sus ventas netas anuales y el número de personas que en ellas trabajan; por su parte, el 30% correspondió a comercios grandes y un 26.7% a pequeños comercios.

SECCION 2: "Fuentes de Abastecimiento"

Preguntas 2.1 y 2.2.- Porcentaje de ropa nacional e importada.

De los treinta comercios entrevistados, se determinó que, en forma global, del total de ropa con que cuentan para la venta, un 90% corresponde a ropa nacional y un 10% a ropa importada.

Pregunta 2.3. - Problemática para proveerse de ropa nacional.

El 60% de los entrevistados confesó no tener ningún problema para proveerse de ropa nacional; un 26.7% mencionó que los proveedores nacionales no cumplen con las fechas de promesa de entrega y un 13.3% se quejó de la falta de colores y diseños -- que ellos desean.

Pregunta 2.4. - Problemática para proveerse de ropa importada.

El 36.7% de los entrevistados declararon que desconocen -- los procedimientos actuales para importar ropa y por lo tanto -- no lo hacen directamente, un 33.3% comentó que los trámites -- aduaneros son burocráticos, aunque de cualquier forma importen ropa en pequeñas cantidades; el 20% de los comerciantes se quejó de que les proveen ropa diferente en calidad y estilo, a lo que se había pactado, o bien no llega completa la mercancía y -- las reclamaciones son difíciles de hacer; finalmente, sólo un -- 10% consideró que no tiene ningún problema para importar ropa.

Pregunta 2.5.- ¿Cómo efectúan la importación de ropa?

Cuando importan ropa, el 53.3% lo hace en forma directa, - el 26.7% lo hace directamente y con ayuda de intermediarios y - el 20% restante sólo lo hace a través de intermediarios.

SECCION 3: "Aspectos Mercadológicos"

Pregunta 3.1.- Comportamiento de las ventas en unidades.

Para el 50% de los entrevistados, sus ventas han disminuido en unidades entre 1 y 10%; el 26.7% manifestó que sus ventas se han incrementado por arriba de los niveles inflacionarios; - el 16.7% considera que sus ventas han disminuido de 11 a 15% y el 6.6% restante comentó una baja en sus ventas de entre 16 y - 20%.

Pregunta 3.2.- Segmento al que se dirigen sus productos.

El 53.3% de los comercios entrevistados tienen en la clase media su mercado meta; el 30% de la clase alta y el 16.7% en la clase baja.

Pregunta 3.3.- Preferencia del consumidor

De acuerdo con la opinión del comerciante, el 50% de los - consumidores prefieren la ropa nacional, al 40% le es indiferente la procedencia de la ropa y el 10% prefiere la ropa importada.

Pregunta 3.4.- ¿Cuándo se vende más ropa?

El 96.7% de los comercios afirma que en fin de año es cuando se vende más ropa y el 3.3% restante dice que en el día de las madres sus ventas son mayores.

SECCION 4: "Aspectos Comparativos"

Pregunta 4.1.- ¿Qué ropa es más cara?

El 73.3% considera que la ropa importada es más cara; el 23.4% opina que en general los precios son similares y sólo el 3.3% opina que la ropa nacional es más cara.

Pregunta 4.2.- ¿Cuál es de mayor calidad?

Para el 66.7% de los comerciantes la calidad de la ropa importada y la nacional es similar; el 23.3% considera que la ropa importada es de mayor calidad y sólo el 10% afirma que la ropa nacional es de mejor calidad.

Pregunta 4.3.- ¿Cuál se vende más?

El 63.3% opina que, en proporción, la ropa nacional se vende más; el 20% opina que se venden igual y el 16.7% que se vende más la importada.

## SECCION 5: "Políticas Económicas"

Pregunta 5.1.- Opinión sobre la Apertura Comercial en la Industria del Vestido.

El 100% de los entrevistados opinó que la apertura comercial es conveniente aduciendo, entre otras, las siguientes razones: "Logró una reducción sustancial en los precios". "Sana para la economía nacional, ya que estaba sobreprotegida la Industria". "Provoca competencia y ajuste de precios". "Beneficia al consumidor".

Pregunta 5.2.- Opinión sobre el Pacto de Solidaridad Económica.

Para el 76.7% de los entrevistados esta concertación ha sido conveniente por la confianza que ha dado al reducir sustancialmente la inflación, lo que a su vez ha provocado que los proveedores bajen sus precios; el 23.3% restante opinó que si bien el P.S.E. ha mostrado buenos resultados, habrá que esperar a que las fuerzas del mercado actúen libremente para poder hacer una mejor evaluación.

P A R T E III

## **CAPITULO 7**

## **CONCLUSIONES**

## 7.1 EVALUACION DE OBJETIVOS

a) Determinar las características generales de la Industria del Vestido en México.

En el capítulo 2 del Desarrollo de la Industria del Vestido se determinaron las características de la misma al analizar en primer lugar el desarrollo de la Industria desde la época prehispanica hasta el siglo XX y más detenidamente un análisis de la situación actual estableciendo con ello su importancia en el Producto Interno Bruto y en la Economía en general, así como también su trascendencia social al ocupar parte de la mano de obra.

b) Conocer las estipulaciones del G.A.T.T., en cuanto a intercambios comerciales en la Industria del Vestido.

El siguiente capítulo da a conocer en términos generales las estipulaciones del G.A.T.T., en lo que se refiere a intercambios comerciales analizando el caso de México en cuanto a su ingreso a este organismo, lo cual junto con el Pacto de Solidaridad Económica dan como consecuencia la apertura de fronteras sobre todo en esta rama Industrial.

c) Advertir la opinión de los Industriales del Vestido respecto a la apertura comercial en su sector.

A través de una investigación realizada a los Industriales del Vestido se llegó a conocer la opinión de los mismos acerca de la apertura comercial, ese análisis se explica desde la forma en que se realizó hasta los resultados obtenidos, los cuales se presentan en la conclusión de la hipótesis f.

d) Conocer la opinión de los comerciantes de ropa acerca de la apertura comercial en la Industria del Vestido.

Este objetivo se cumplió totalmente a través de la guía de entrevista aplicada a los comerciantes de ropa, gracias a la -- cual nos percatamos de que la totalidad de los entrevistados -- considera a la Apertura Comercial en la Industria del Vestido -- como una medida conveniente para la Economía Nacional. Sostiene que a través de ella el consumidor debe recibir ropa de mejor calidad y a un precio más accesible como consecuencia de la nueva competencia que para el productor nacional representa la -- ropa importada.

Asimismo, los comerciantes de ropa hacen énfasis en el precio bajo con que ingresan las mercancías extranjeras, lo que -- les permite obtener márgenes de utilidad superiores.

e) Advertir la opinión de los consumidores respecto a la -  
apertura comercial en la Industria del Vestido.

Para iniciar podemos afirmar que la mayoría de los consumi-  
dores (78.5%) se ha percatado ya de la presencia de ropa impor-  
tada en los lugares donde acostumbra comprar. Por lo tanto se  
ha dado cuenta de la apertura comercial en la Industria del Ves-  
tido.

Cabe destacar que el 54.4% de los consumidores consideran  
que la apertura comercial sí les ha traído beneficios, mientras  
que el 45.6% opina lo contrario.

Los beneficios percibidos por los consumidores son los si-  
guientes, en orden de importancia: mayor variedad de mercancía;  
mayor calidad y/o precio de las prendas extranjeras respecto a  
las nacionales; aumento de la calidad de la ropa nacional; y ba-  
ja en el precio de ambos tipos de prendas.

f) Relacionar las opiniones anteriores en base a las Hipó-  
tesis Planteadas.

De acuerdo con la presente investigación, encontramos que  
para los consumidores no importa tanto la procedencia de las --  
prendas de vestir y sí, en cambio, la calidad de las mismas.

Los comerciantes están de acuerdo con la apertura comer- -

cial, pues afirman que provoca una disminución real de los precios y por lo tanto un aumento en su margen de utilidad. A -- ellos tampoco les interesa demasiado la nacionalidad de la ropa sino el precio que puedan pactar por ella y afirman que la ropa nacional puede competir en calidad con cualquier otra ropa.

Por su parte, a pesar de que la mayoría de los Industriales estén en desacuerdo con la apertura de fronteras por haber reducido sus ventas, han tomado de una manera positiva esta nueva competencia estableciendo nuevas estrategias para mejorar la calidad de sus productos sin aumentar sus precios.

En base a lo anterior podemos percatarnos de que la Apertura Comercial ha afectado a los tres sectores analizados y que -- al darse ésta, representando una novedad para la sociedad mexicana, provocó que las importaciones aumentaran y que los consumidores buscaran obtener ventajas de este fenómeno con la consiguiente disminución de las ventas de la Industria del Vestido nacional, pero a fin de cuentas lo que pesa más que la nacionalidad de la prenda es la calidad y precio del producto.

g) Conocer las características generales de los consumidores de ropa en el D.F. y área metropolitana.

Podemos iniciar afirmando que la edad del 71.3% de los consumidores fluctúa entre 16 y 30 años de edad mientras que el --

15.3% está comprendido entre los 31 y 40 años. Esto nos indica que el mercado de prendas de vestir es joven principalmente.

Además estos datos coinciden con los del Consejo Nacional de Población, en el sentido de que la mayoría de la población de México está constituida por jóvenes.

Con respecto a los lugares donde los consumidores acostumbran comprar ropa, encontramos que las tiendas departamentales ocupan el primer lugar con un 37% de consumidores que las prefieren. Le siguen los tianguis con un 20.8%. Después las tiendas de autoservicios con un 20 por ciento. Un 11.3% adquiere prendas en otro tipo de lugares, por ejemplo fábricas o sastres. Sólo un 10.5% acostumbra comprar ropa en tiendas especializadas.

Lo más importante para el consumidor al adquirir una prenda de vestir es indiscutiblemente la calidad seguida por la moda, el precio y la marca (en ese orden).

Es importante señalar que la mayoría de los consumidores (65.6%) no tienen una preferencia para adquirir una prenda de vestir por su nacionalidad, mientras que un 17.2% prefiere la ropa nacional y un mismo porcentaje prefiere la ropa importada.

La mayoría de los consumidores (62.3%) consideran que las prendas nacionales les proporcionan exactamente los mismos bene

ficios que las prendas importadas.

De acuerdo con los resultados obtenidos, la mayoría de consumidores (38.2%) afirma que las prendas de vestir nacionales son de menor precio que las extranjeras, mientras que un 35.7% afirma que son del mismo precio y sólo un 26.1 por ciento considera a la ropa nacional más cara que la importada.

El 51.5% de los consumidores considera que las prendas nacionales e importadas son de la misma calidad, un 28.2% considera a las prendas nacionales de menor calidad que las importadas y un 20.3% considera lo contrario.

Si a todos estos resultados le agregamos los del objetivo anterior, podemos tener una visión de las características del mercado en el D.F. y área metropolitana.

## 7.2 EVALUACION DE HIPOTESIS

a) El consumidor nacional prefiere las prendas de vestir extranjeras por considerar que son de mejor calidad y precio.

Los resultados de la investigación nos indican que la mayoría de los consumidores (65.6%) no tienen ninguna preferencia para comprar una prenda por su nacionalidad. Esto significa -- que el consumidor considera más importantes otros factores para

su elección de compra como serían: calidad, moda, precio y marca, entre otras.

En cuanto a la calidad, los consumidores opinan en su mayoría (51.5%) que no existe una diferencia de calidad, es decir, opinan que la ésta es la misma en las prendas nacionales y extranjeras. Sólo un porcentaje reducido (28.2%) de los consumidores opinan que las prendas de vestir extranjeras son de mayor calidad que las nacionales.

Con respecto al precio, la mayoría de los consumidores - - (38.2%) coincide en afirmar que las prendas de vestir nacionales son de menor precio que las prendas extranjeras, mientras que - sólo un 26.1% afirma lo contrario.

Tomando en cuenta las opiniones de los consumidores en - - cuanto a calidad y precio podemos afirmar que la hipótesis planteada es definitivamente rechazada.

b) Las ventas de la Industria del Vestido Nacional se verán disminuidas por la apertura de fronteras.

La presente hipótesis fue aceptada después de analizar los resultados obtenidos de la investigación a los Industriales del Vestido ya que el 57.1% de los entrevistados expresan que sus - ventas disminuyeron en los últimos 12 meses y sobre todo la dis

minución fue entre un 21 y 40%.

c) Al comerciante nacional le interesa más el precio que pueda pactar por la mercancía y su consecuente utilidad que la procedencia de la misma.

Esta hipótesis se comprueba positivamente ya que de acuerdo con la investigación realizada, los comerciantes de ropa se proveen de prendas al menor precio posible, sea nacional o importada, con el fin de obtener un mayor beneficio económico.

El 73.3% de los comerciantes considera que la ropa extranjera es más cara que la nacional; sin embargo, la ropa que importan no es la más cara ya que buscan importar ropa que sea más barata sin importar su calidad y confían en venderla haciendo énfasis en su procedencia.

Hasta antes de la apertura comercial se podía encontrar ropa importada en menor número pero en mayor calidad que la que actualmente se comercializa en nuestro país.

d) Los Industriales del Vestido tendrán que aumentar la calidad de sus productos para competir con los importados.

Esta hipótesis ha sido aprobada porque de acuerdo a los resultados obtenidos de las entrevistas a los Industriales, el --

42.8% se ha inclinado por una mejoría de su producto como principal estrategia en este punto de su mixtura, aumentando con -- ello la calidad del mismo. Además en cuanto a los demás puntos de su mezcla mercadológica, el 54.3% de los entrevistados afirman que la situación económica del país los ha obligado a consi-- derar fundamental la estrategia de precios basada en los costos, mientras distribuyen sus productos en forma intensiva y reali-- zan una fuerte publicidad a través de los medios masivos de co-- municación en su mayoría (34.3%) o bien haciendo énfasis en las relaciones públicas directamente con sus clientes (el 25.8%). De esta manera apoyan en forma conjunta el desarrollo comercial de su producto, ahora con mayor calidad, dentro de un mercado -- de competencia extranjera.

e) La apertura comercial provocará el cierre de muchas em-- presas pequeñas y medianas de la Industria del Vestido.

La hipótesis planteada es aprobada después de un análisis documental y directo de los sucesos ocurridos en los últimos -- meses, conjuntando un seguimiento de la apertura de fronteras -- hasta sus consecuencias.

Tenemos que desde finales de 1987 se empieza a vislumbrar, por parte del sector industrial los problemas que ocasionaría -- una acelerada apertura comercial, aún así el P.S.E. en el últi-- mo mes del mismo año establece una apertura, sobre todo en la --

Industria del Vestido, esperando que este ramo industrial, fuera del proteccionismo, mejoraría sus niveles de producción, calidad y precio. Pero esta apertura no fue en forma gradual y en los primeros meses de 1988 las importaciones empiezan a crecer desmesuradamente, afectando negativamente en la Balanza Comercial. A partir de esto la Industria del Vestido se ve afectada en sus ventas por la competencia de la mercancía extranjera, viéndose beneficiados solamente los comerciantes. A pesar de ello el gobierno insiste en que es la única forma en que la Industria Nacional saldrá del rezago en que ha permanecido durante mucho tiempo.

f) Los industriales del vestido están en desacuerdo con la apertura de fronteras.

La hipótesis presentada se acepta a raíz del análisis de los diversos acontecimientos y declaraciones abiertas por parte del sector industrial en contra de la desmedida apertura de fronteras, además de los resultados obtenidos en las entrevistas a los Industriales de este sector, donde un 65.7% opina que la apertura comercial ha sido perjudicial para su ramo lo mismo que el P.S.E. Por lo tanto, de igual forma manifiestan en un 80% que no existe el llamado "proteccionismo industrial" además de que no se cuenta, en su opinión, con servicios eficientes por parte del Estado.

## RECOMENDACIONES

Consideramos que las consecuencias de la apertura de fronteras de la Industria del Vestido pueden revertirse en favor de la economía Nacional mientras se considere la calidad como factor de unión entre Industriales, Comerciantes y Consumidores de ropa.

Así, los Industriales del Vestido deben poner mayor énfasis en la calidad de sus productos para mantener y mejorar su participación en el mercado nacional y, sobre todo, aprovechar los convenios escritos en materia de Comercio Exterior e internarse en los mercados extranjeros cambiando el sentido actual de nuestra Balanza Comercial.

Así mismo, deben procurar una optimización de sus recursos para lograr altos niveles de productividad y costos competitivos a nivel internacional.

Por su parte, el Gobierno debe implantar políticas económicas que apoyen el desarrollo de la Industria sin protegerla demasiado, tomando decisiones y analizando sus consecuencias.

## BIBLIOGRAFIA

GARZA Mercado, Ario, "Manual de técnicas de investigación", 3a. edición, México, Ed. El Colegio de México, 1981.

HUGES, David, "Mercadotecnia, Planeación estratégica", 1a. edición, México, Edit. Addison-Wesley Iberoamericana, 1986.

KOTLER, Philip, "Fundamentos de mercadotecnia", 1a. edición, México, Edit. Prentice-Hall, 1985.

MALPICA Lamaorio, Luis. "¿Que es el GATT?", 1a. edición, México, Edit. Grijalbo, 1985.

PADUA, Jorge, "Técnicas de Investigación aplicadas a las ciencias sociales"; primera edición, México, Fondo de Cultura Económica, 1979.

PARDINAS, Felipe, "Metodología y técnicas de investigación de ciencias sociales", decimoctava edición, México, Siglo Veintiuno editores, 1978.

ROJAS Soriano, Raúl. "Guía para realizar investigaciones sociales". 9a. edición, México, U.N.A.M., 1987.

Diario Oficial de la Federación. Diferentes fechas.

Economía Informa., "Organización y Estructura del Sector Manufacturero Exportador, 1982-1987", Ana Ma. Cáliz Cecilia, Facultad de Economía, UNAM, No. 164, México, Mayo 1988.

La Industria Mexicana, "Implicaciones Económicas en la Industria Nacional", CONCAMIN, págs. 124-126, México, 1987.

La Industria Mexicana, "Situación actual de la Economía Mexicana", CONCAMIN, págs. 137-150, México, 1987.

Mapa Económico Internacional. "La Industria Nacional", Volumen 5, México, 1988, Centro de Investigación y Docencia Económica - C.I.D.E., Depto. de Economía Internacional.

Memoria Estadística. Cámara Nacional de la Industria Textil, - Nueva Serie, México, 1987.

Proceso de Adhesión de México al GATT. Gabinete de Comercio Exterior, 1986.

Programas de Importación Temporal para producir artículos de exportación. SECOFI, México, Noviembre 1987.

Protocolo de Adhesión de México al GATT, SECOFI, México, 1986.

Revista de Comercio Exterior, "Indicadores Nacionales". Banco -  
de Comercio Exterior, Vol. 38 No. 1 y 2, México, 1988.

Servicios al Comercio Exterior, SECOFI, México, Noviembre 1987.

X Censo General de Población y Vivienda, 1980, D.F., Volumen --  
II, Tomo 9 México, 1984, I.N.E.G.I.

F E D E R R A T A S

PAGINA	DICE	DEBE DECIR
1	abrir las fronteras para la exportacion	abrir las fronteras para la importacion