

7.6
2e1



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y
ADMINISTRACION

LOS RETOS COMERCIALES DE LA MICRO Y
PEQUEÑA INDUSTRIA TEXTIL Y DEL VESTIDO
DEL DISTRITO FEDERAL EN EL CONTEXTO DE
APERTURA COMERCIAL: UN ACERCAMIENTO
A LA INDUSTRIA DEL VESTIDO
1985-1997

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTA:
LUCIA MARGARITA ORTIZ GOMEZ

ASESOR DEL SEMINARIO:
L.A. Y L.E. RENE RENTERIA SOLIS



MEXICO, D.F.

1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

266761



Universidad Nacional
Autónoma de México



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 esta 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.

A MI MADRE,

**porque gracias a tí, he aprendido a defender lo que pienso
y a dar siempre mi mejor esfuerzo.**

A MI PADRE,

por la alegría y motivación que brindas a tu familia.

A CARLITOS Y MIGUEL:

“Con todo mi cariño y deseos de éxito”

A MARCOS,

**porque juntos aprendimos a afrontar la vida
con la mejor de las disposiciones.**

A GABY Y FERNANDA,

**porque son la motivación que vino
a agrandar la felicidad familiar.**

A MIS ABUELOS:

EDUARDO GÓMEZ Y MANUELITA CERÓN,

por ser los cimientos que forjan mis convicciones.

A OMAR, EL AMOR DE MI VIDA:

Porque estamos lado a lado en el camino,
porque eres apoyo cuando el sendero es difícil,
porque contigo cuento en todo momento,
porque nuestro sentir es profundo y recíproco;
por todo esto y más, es que comparto este logro contigo.

TQM

AL PROFESOR L.A. Y L.E. RENÉ RENTERÍA SOLIS,

por su invaluable apoyo y dedicación al ayudarme

a lograr una de mis mayores aspiraciones.

¡Mil gracias!

A LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN,

por despertar en mí el coraje de afrontar con arrojo cualquier reto.

A MI UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO,

por confiar en mis capacidades al cobijarme en su seno del conocimiento

y darme así, la oportunidad de superarme personal y profesionalmente.

**A la Dra. Olga Guzmán y su hija Olga Escamilla:
"Con mi profundo agradecimiento por todo su apoyo"**

**A J.D. y J.C.,
de quienes tengo mucho que aprender.**

**A mis magníficos profesores, que son base
de los verdaderos profesionistas.**

**A mis amigos y compañeros,
con quienes y de quienes aprendí.**

A TODOS ELLOS, ¡MIL GRACIAS!

Sinceramente,

Lucia Margarita Ortiz Gómez.

ÍNDICE GENERAL

PRÓLOGO	I
INTRODUCCIÓN	IV
CAPÍTULO UNO. TENDENCIAS COMERCIALES A NIVEL MUNDIAL Y EN MÉXICO	1
1.1. Sinopsis de la teoría sobre el comercio	2
1.1.1. El mercantilismo	2
1.1.2. Los clásicos	3
1.1.3. Nacionalistas y liberales	4
1.1.4. Teoría de los factores o modelo del comercio internacional	7
1.1.5. Teoría económica de la posguerra: "El ciclo de producción"	8
1.1.6. Ampliando la teoría de los factores	12
1.2. Las prácticas comerciales a nivel mundial	15
1.2.1. La importancia de la comercialización a nivel mundial	15
1.2.2. Síntesis del desarrollo comercial	19
1.3. El camino hacia la apertura comercial mexicana	24
1.3.1. El modelo proteccionista mexicano	27
1.3.2. El desarrollo estabilizador y el desarrollo compartido	32
1.3.3. El modelo modernizador	36
1.4. La apertura comercial mexicana	40
1.4.1. La apertura al exterior	40
1.4.2. Limitantes del nuevo modelo modernizador	45
1.4.2.1. Estructura industrial desequilibrada	46
1.4.2.2. Problemas en el sistema financiero	49
1.4.2.3. La estrategia de devaluación	50
1.4.2.4. El desequilibrio de la balanza comercial	51
1.4.2.5. Desequilibrio tecnológico	52
1.5. México y su política internacional modernizadora	54
1.5.1. México y el cambio mundial	54
1.5.2. La nueva política internacional	57
1.5.3. El futuro económico de México	58
CAPÍTULO DOS. LAS EMPRESAS MEXICANAS ANTE LA APERTURA COMERCIAL	60
2.1. Las empresas mexicanas previa apertura comercial	61
2.1.1. La herencia del modelo proteccionista	61

2.1.2. La crisis financiera internacional de 1982 como detonador de la reorientación estratégica de la industrialización	63
2.1.3. La política industrial de los noventa	72
2.2. El desarrollo de las empresas mexicanas en relación a su tamaño	76
2.2.1. La micro y pequeña empresa en el sector industrial	76
2.2.2. Principales dificultades de la micro y pequeña empresa mexicana	83
2.3. Trascendencia de la micro y pequeña empresa mexicana	85
2.3.1. La importancia económica, política y social de fomentar a la micro y pequeña empresa mexicana	86
2.3.2. Áreas de apoyo a la micro y pequeña empresa	90
2.3.2.1. Aspectos financieros	90
2.3.2.2. Aspectos fiscales y de asistencia	93
2.3.2.3. Aspectos de capacitación técnica	95
2.3.3. La importancia de las micro y pequeñas industrias en el crecimiento y desarrollo de la economía mexicana	96

CAPÍTULO TRES. LA INDUSTRIA DEL VESTIDO MEXICANA INMERSA EN LA APERTURA COMERCIAL

CAPÍTULO TRES. LA INDUSTRIA DEL VESTIDO MEXICANA INMERSA EN LA APERTURA COMERCIAL	103
3.1. La industria textil y de la confección en la industria mexicana	104
3.1.1. Importancia de la industria textil y de la confección	107
3.1.2. Trascendencia de la Industria del Vestido dentro de la Industria Textil y de la Confección	109
3.1.2.1. Generalidades de la Industria del Vestido	113
3.1.2.2. El sector no formal en la Industria del Vestido	118
3.2. La Industria del Vestido inmersa en la apertura comercial	122
3.2.1. Ventajas y desventajas de la Industria del Vestido	122
3.2.1.1. La calidad	124
3.2.1.1.1. Calidad de los insumos	124
3.2.1.1.2. Calidad de los productos	125
3.2.1.2. Cultura empresarial	128
3.2.1.3. Salarios y cultura laboral	131
3.2.1.4. Financiamiento	134
3.2.1.5. La incidencia de las nuevas tecnologías	135
3.2.1.6. La producción de la moda	137
3.2.2. El mercado de la Industria del Vestido a nivel internacional	139
3.2.2.1. Exportaciones e importaciones	141
3.3. Estructura de la Industria del Vestido	145
3.3.1. Comportamiento de las industrias del vestido según su tamaño	147
3.3.2. La incidencia del sector no formal	149
3.3.3. Empleo	151
3.3.4. Agrupaciones	155
3.3.5. Comercialización	155

CAPÍTULO CUATRO. LA MICRO Y PEQUEÑA INDUSTRIA DEL VESTIDO DEL DISTRITO FEDERAL: INVESTIGACIÓN DE CAMPO	157
4.1. La industria del vestido en el Distrito Federal	158
4.1.1. La micro y pequeña empresa y la comercialización	158
4.1.2. Comportamiento de la industria del vestido del Distrito Federal	161
4.2. Investigación de campo	164
4.2.1. Selección de la muestra	164
4.2.1.1. Hipótesis	166
4.2.2. Cuestionario	166
4.2.2.1. Cuestionario piloto	166
4.2.2.2. Cuestionario definitivo	175
4.2.2.3. Objetivos del cuestionario	183
4.3. Análisis de resultados	185
4.3.1. Perfil de la empresa	186
4.3.2. Perfil del empresario	191
4.3.3. Agrupaciones y programas de fomento	197
4.3.4. Subcontratación	205
4.3.5. Mercadotecnia	209
CONCLUSIONES	219
BIBLIO-HEMEROGRAFÍA	230
ÍNDICE DE CUADROS	237
ÍNDICE DE GRÁFICOS	239

PRÓLOGO

La relevancia que han tomado las micro y pequeñas empresas en los países desarrollados y sobre todo en las potencias mundiales como son Estados Unidos y Japón, ha dado pie a que el resto de las naciones den vuelta y presten mayor atención a éste factor que puede desarrollarse para su competitividad mediante el aprovechamiento de sus ventajas. De hecho, la participación de las pequeñas empresas en el empleo ha comenzado a crecer recientemente, al mismo tiempo que el tamaño promedio de las empresas comienza a disminuir en Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania y Japón. De lo anterior pudiera deducirse que la participación de las grandes empresas en el producción ha disminuido, sin embargo, todo indica que su participación ha seguido aumentando, aunque empleando menos fuerza de trabajo. The Economist avala esta conclusión afirmando que después de un postrer auge de fusiones, las firmas comenzaron a hacerse más pequeñas a partir de comienzos de los ochenta.

Es por ello que la presente investigación se enfoca en la micro y pequeña empresa. Ahora bien, la decisión de estudiar la rama industrial del vestido se tomó tras realizar el siguiente análisis:

Primeramente, se requiere de una industria que sea susceptible de desarrollarse y crecer dentro de la economía mexicana, tanto por su potencial para adicionar valor agregado, como por su participación en ésta, vía el PIB nacional. Sin embargo, también se incluye el factor que más recientemente ha modificado el ambiente del empresariado mexicano: la apertura comercial, marcada a partir de 1985 con la entrada de México al GATT.

Dentro de estos primeros aspectos, se observó la reacción negativa en las tasas de crecimiento anuales, sobre todo a partir de la apertura comercial, de cuatro industrias principalmente: la industria de la madera y sus productos, la industria editorial, la industria metálica básica y la industria textil y del vestido.

Ahora bien, en cuanto a la participación de las industrias en la economía nacional, se encontró que una de las industrias consideradas como no dinámicas, tiene, sin embargo, una participación verdaderamente significativa, ya que ocupa el cuarto lugar en importancia en su aportación al PIB nacional en los últimos años (el 1.91% en 1994), refiriéndonos a la industria textil y del vestido. De aquí que se deriva mayor interés en ésta industria al resaltar su importancia a nivel nacional y dentro del sector de manufacturas, en el que también ocupa el cuarto lugar en importancia en su participación al PIB manufacturero 8.3%. Así mismo, la participación de la micro y pequeña empresa en la estructura de la industria textil y del vestido es totalmente dominante con el 94.46%. No obstante, el porcentaje en que esta proporción participa en al generación de empleo es de tan sólo 37.14% y generan el 25.34% del valor agregado del total que genera la industria.

Todo esto suena repetitivo en la economía mexicana, ya que este fenómeno se repite por igual en el resto de las industrias, en que se espera que la proporción de micros y pequeñas empresas sea inversa a la proporción en que participan tanto en el empleo como en la generación de valor agregado. Empero, la distribución de la micro y pequeña empresa en la industria textil y del vestido no es uniforme, de tal manera que se observó que la mayoría de los estudios que precedieron a esta investigación, abarcaron a la industria en su conjunto sin hacer una descripción necesaria de las características de toda la industria, y sobre todo de sus ramas. Ya que actualmente no es suficiente conocer de manera general las condiciones en que se desenvuelven las industrias, sino que es necesario adentrarnos a los entornos específicos de cada rama industrial, y hasta de cada empresa en particular; de acuerdo a las exigencias que la apertura comercial y la globalización imponen.

Así es como se determinó que la rama de la industria del vestido sería nuestro objeto de estudio por varias razones, de entre las que cabe destacar: uno, que es la rama industrial con una composición porcentual relativa mayoritaria de micro y pequeñas empresas, ya que es en ella en que la participación de la micro y

pequeña empresa domina dentro de toda la industria textil y del vestido con un 90.8% en comparación con el resto de sus principales ramas; dos, es la rama industrial número uno en importancia relativa en cuanto a su participación en el PIB de la industria textil y del vestido (39% en 1993); y tres, es una rama principal de ésta industria, hecho que se demuestra al observar que el 51.15% del número de empresas totales de la industria en 1993, corresponden a la rama del vestido, pero éstas sólo tienen el 37.99% de participación en la generación de empleo, lo cual indica una desproporción importante entre estos dos indicadores.

De igual manera, tras realizar la investigación previa, se determinó que es especialmente en ésta industria en dónde la comercialización es el factor que genera un mayor valor agregado a sus productos, por lo que el estudio se abordó desde éste ángulo. En gran parte por que el desarrollo de la industria depende en buena medida de éste factor; aunque por otro lado, es indispensable para el cuerpo empresarial mexicano darse cuenta de que la comercialización en su conceptualización actual, obliga a que ésta forme parte de una visión empresarial más competitiva y exitosa. Hecho que se remarca con mayor precisión en cuanto a su relación con las micro y pequeñas organizaciones, destacando con ello, lo importante de ambos factores en la industria del vestido del Distrito Federal: la conceptualización de la comercialización actual, y el fomento de las micro y pequeñas empresas.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación aborda la rama incluida en una de las industrias considerada como no dinámica dentro de la economía mexicana, empero de que es, paradójicamente, uno de los principales pilares sobre los que la nación descansa. Y aunque varios trabajos anteriores han abarcado estudios de la industria textil y del vestido de manera conjunta, es importante mencionar que tales estudios pudieron aportar sus frutos en su momento. Sin embargo actualmente, el realizar un estudio global a toda la industria sería un grave error, ya que la industria textil y del vestido se concebía antaño como una industria complementaria, aunque nunca lo llegó a ser en realidad. Aún más hoy en día, ésta industria esta mucho más fragmentada, por lo que el conocimiento general ya no es suficiente para buscar respuestas correctas. Lo que se requiere es de un conocimiento específico y lo más exacto posible de las características de nuestro momento. Además de que los factores ambientales que nos envuelven actualmente, son drásticamente distintos y requieren de decisiones profundas y oportunas por parte tanto del gobierno como del cuerpo empresarial.

Ahora bien, el gobierno está adoptando medidas rápidas y profundas, aunque su validez sea dudosa para muchos expertos o no. El turno de actuar es en estos momentos de los empresarios mexicanos, pero para ello, el empresario debe comprender las circunstancias bajo las cuales se ve obligado a desempeñarse. Y precisamente con el fin de comprender dichas circunstancias, es que en el capítulo primero se repasan de manera general, tanto en el campo teórico como práctico, las tendencias comerciales a nivel mundial primeramente, y posteriormente, se explica el efecto que ejercieron tales tendencias sobre el desenvolvimiento de la política económica mexicana. Esto es necesario, debido a que los elementos que manejan los teóricos en el campo comercial, ha dado las pautas para decidir los rumbos de acción económica y comercial de las naciones. Así, mientras se discutía la validez de la teoría económica de la posguerra, ésta

se convirtió en la base para el desarrollo rápido de países como Taiwan, Singapur, Hong Kong, Brasil y México entre otras. Sin embargo, el aprovechamiento de estas circunstancias no fue el adecuado para mantener el desarrollo y crecimiento conjuntamente.

Este análisis permite comprender de manera más exacta, las circunstancias que llevaron a la economía mexicana a ser una economía abierta. Y al mismo tiempo se presentan las limitantes del nuevo modelo modernizador en relación con la realidad económica mexicana.

En el capítulo dos, se establecen más específicamente la situación, no sólo del país en cuanto a los modelos económicos adoptados, sino que se explican las influencias de estos modelos sobre los empresarios mexicanos y de la innegable huella en su cultura empresarial. En este sentido, se analiza también, el papel de la micro y pequeña empresa en la economía mexicana, y se establece la importancia de fomentar estos estratos empresariales, para lo cual se especifican las principales áreas en que se ha apoyado a éstas organizaciones y de sus resultados.

En el tercer capítulo, se analiza el entorno de la industria textil y del vestido a lo largo de los años en que se tienen datos de su desempeño; no obstante se mencionan dos importantes aspectos sobre los datos para este análisis: por un lado, la ambigüedad con que las fuentes de información manejan los datos, y por otro lado, los diferentes criterios de estandarización para clasificar los estratos de los negocios en los diferentes periodos de análisis. Por ello, el análisis más profundo que se refiere a la rama industrial del vestido, se ubica a partir de mediados de los ochenta a la fecha, ya que los criterios están más unificados con el fin de realizar una investigación más exacta y veraz.

Así mismo, el análisis de la industria del vestido abarca los aspectos tanto internos como externos de la organización tales como la cultura empresarial, el proceso y los problemas de producción, la incidencia de la moda en el valor

agregado, la calidad de los materiales y de los productos; así como la situación de la industria del vestido en el comercio internacional, los lineamientos al respecto con los socios comerciales, y su comportamiento a nivel internacional en base a las importaciones y exportaciones.

En el cuarto capítulo se resalta, primeramente, el aspecto del concepto de comercialización actual en una micro o pequeña empresa, se plantean así mismo, las opciones a que pueden acudir los empresarios de tales estratos para incorporar este concepto a su cultura empresarial y con ello conseguir ampliar su visión en los negocios. En este sentido, se analiza también el comportamiento de la Industria del Vestido del Distrito Federal, ya que ésta fue el área seleccionada para la investigación de campo debido a que allí se concentra el grueso de las organizaciones de esta rama con 2,338 empresas en 1988 y 2,873 en 1993. Así mismo, se presenta la forma en que se seleccionó la muestra y la secuencia de la investigación de campo; como lo fue la aplicación de cuestionarios pilotos y la adecuación de los mismos.

Por último, en las conclusiones se pueden apreciar las deducciones de la investigación de campo y la comprobación de la hipótesis planteada en el presente trabajo, cuyo aporte a la práctica administrativa desea ser tomado en cuenta tanto por las instituciones educativas como por los instrumentos de que se vale el gobierno mexicano para fomentar el desarrollo y crecimiento de México. Pero sobre todo, desea ser tomado en cuenta por los empresarios mexicanos que son en gran parte los agentes de cambio de la nación.

CAPÍTULO UNO

TENDENCIAS COMERCIALES

A NIVEL MUNDIAL Y EN

MÉXICO

CAPÍTULO UNO

TENDENCIAS COMERCIALES A NIVEL MUNDIAL Y EN MÉXICO

1.1. SINOPSIS DE LA TEORÍA SOBRE EL COMERCIO

El estudio sobre las causas que determinan el comercio exterior de los países como sobre sus consecuencias ha evolucionado conforme han crecido los intercambios en el mundo. Durante la antigüedad estos intercambios eran muy limitados de modo que no había una disciplina independiente de aquella que muy espaciosamente se ocupara de lo que hoy llamamos economía, mucho menos de lo que hoy encierra nuestro entorno mundial: la comercialización. De ahí que ideas acerca de estas materias no se desarrollan sino contemporáneamente al descubrimiento de América y a la intensificación de los intercambios entre Europa y el Lejano Oriente. El intenso desarrollo del comercio internacional experimentado en el presente siglo y, más particularmente, luego de la última guerra mundial, ha promovido la preocupación por explicar sus características, evolución y motivaciones. Con el propósito de comprender con mayor claridad la conformación actual de la economía globalizadora, a continuación se presenta una breve relación de estas evoluciones, características y motivaciones.

1.1.1. El mercantilismo

Se entiende por mercantilismo al sistema económico que atiende en primer término al desarrollo del comercio, principalmente al de exportación, con

intervención del Estado, y que considera la posesión de metales preciosos como signo característico de riqueza.

Por lo general, se estima que el mercantilismo duró por espacio de tres siglos, desde fechas bastante inciertas del siglo XV, cuando hacía su aparición el comercio capitalista, hasta mediados del siglo XVIII. Tuvo su mayor desarrollo en Inglaterra y en Francia, hasta que las teorías de Adam Smith, publicadas el 1776, determinaron su ocaso, en coincidencia con los comienzos de la Revolución Industrial en el Reino Unido.

El objetivo del mercantilismo era conseguir la autarquía económica del Estado mediante la acumulación de metales preciosos en las arcas de tesoro. Su aparición y desarrollo está relacionada con la consolidación de los estados nacionales bajo un gobierno absolutista e imperialista y con el flujo de metales preciosos procedentes de los territorios ultramarinos, especialmente de América.

1.1.2. Los clásicos

El libro de Adam Smith "Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones", publicado en 1776, fue el primer tratado amplio sobre economía. Su principal preocupación se centró en identificar el motivo del crecimiento económico, encontrando en la división del trabajo el más importante.

Adam Smith abogó por la libertad de los intercambios internacionales debido a que descubrió que, cuanto más amplios fueran los mercados, mayores serían las oportunidades de especialización. David Ricardo dio un paso adelante en esta línea de pensamiento al plantear en la primera parte del siglo XIX su teoría de las ventajas comparativas, siendo ésta la contribución más distinguida que hizo a la evolución del pensamiento económico. Ella

establece que mientras haya diferencias en las estructuras de costos, el comercio internacional será beneficioso para los países que en él intervengan. Esto es, la ventaja comparativa se refiere al caso que se presenta cuando en una nación se produce una cantidad de hierro empleando 10 horas de trabajo y otra de telas en 20 horas, mientras que en otro país se logra la misma cantidad de hierro en 20 horas y las telas en 80 horas. Pese a que este último tiene menos productividad en ambos productos, sin embargo cuenta con una ventaja comparativa en el hierro, ya que produciéndolo es relativamente menos ineficiente que con las telas. En un caso así, a este país le va a convenir dedicarse a producir únicamente hierro, exportarlo al otro, y con el equivalente, comprar las telas. Como consecuencia de este comercio, resultarán beneficiadas las dos naciones. Así se comprobaba que *el comercio internacional no es un juego suma cero, sino que en él ganan todos los que intervienen.*

1.1.3. Nacionalistas y liberales

En cuanto a la teoría del comercio internacional; además de la fundada en el liberalismo el cual se ubica desde mediados del siglo XVIII y que en términos generales, es el conjunto de ideas que en lo político defienden la primacía del individuo frente al Estado y en lo económico la supresión de trabas a la libre actividad económica; hubo una segunda teoría instituida por la Escuela Histórica Germana de finales del siglo XIX, y apoyada por los economistas nacionalistas del presente.

Alexander Hamilton fue el primer economista teórico proveniente de una colonia sublevada contra la autoridad europea, en este caso el imperio Británico. De acuerdo con él y con otros ponentes del pensamiento nacionalista, los gobiernos pueden modificar la naturaleza de sus economías y, por lo tanto, de su posición en el concierto internacional a través de lo que se llamó las "políticas industriales".

Sostenían que la transferencia de los factores de producción desde una economía avanzada a otra que lo es menos puede ser estimulada hasta lograr desarrollar ciertas producciones industriales. Uno de los consejos de Hamilton fue el de alentar la inmigración de mano de obra, especialmente la calificada. En resumen, creían que las ventajas comparativas no eran estáticas, sino que podían ser modificadas mediante políticas gubernamentales de desarrollo económico.

En el siglo XIX el pensamiento de Hamilton tuvo su mayor impacto en Alemania donde el campo intelectual había ya sido preparado por Johann Fichte y Goer Hegel.

Fue Friedrich List, después de una cantidad de años en los Estados Unidos, quién llevó los puntos de vista de Hamilton a su patria. Con la ayuda de otros pensadores, estableció la Escuela Histórica Alemana que se ocupaba de analizar la economía. Logró que estas ideas fueran rápidamente aceptadas por los empresarios locales, entonces preocupados por la competencia de productos ingleses que inundaban su mercado. El sistemático y duro ataque de esta Escuela a la teoría liberal influyó tanto en Alemania como en otros países.

Contemporáneamente, la evolución de la teoría ortodoxa del comercio permite suponer que los economistas liberales han comenzado a participar de la afirmación básica nacionalista respecto de la naturaleza modificable de las ventajas comparativas. Se han visto obligados a aceptar un mundo en el cual éstas, la competitividad internacional y la división internacional del trabajo resultan, en gran medida, de las estrategias de las corporaciones y de las políticas de los estados. Sucede que cada vez que son menos los que hoy día aceptan que la estructura del comercio internacional resulta sólo del mercado. Es por esto que cada vez más los políticos y los empresarios se empeñan en ejercer influencia en la determinación de donde se van a producir los bienes y cuáles serán éstos.

En tanto que los nacionalistas tienden a creer que las ventajas competitivas pueden ser creadas mediante estímulos en favor de sectores específicos, los liberales prefieren las herramientas políticas macroeconómicas diseñadas con el propósito de alentar la acumulación de los factores básicos de la producción, dejando el desarrollo económico al mercado y a la actividad privada.

En éste sentido, los nacionalistas insisten en que hay actividades "estratégicas" cuya promoción generará beneficios especiales para el resto de la economía, y que se equivocan los gobiernos que se concentran exclusivamente en atender los parámetros macroeconómicos en vez de prestar más atención al aumento del conocimiento, las inversiones, la investigación y el desarrollo, a las reformas del comercio exterior, los derechos de la propiedad intelectual, la infraestructura.

Las opiniones se difieren en cuanto al camino *correcto*, aunque sin duda los gobiernos requieren de una visión bastante clara y acertada para elegir las *armas* que más les convengan en la competencia que se esta llevando a nivel mundial. Una de las opiniones al respecto cita: "Utilizar los recursos del Estado para fomentar industrias y desarrollar investigaciones permite ganar terreno, pero más cuando los demás no hacen lo mismo. Por ahora en este juego estaban solo el Japón y, en menor medida, los países de la Comunidad Europea. Pero los reveses sufridos en todos estos años han llevado a que también en los Estados Unidos se requieran cambios en las políticas, tal como lo piensan los economistas que rodean al presidente Bill Clinton. Por eso, si en el futuro todos los grandes países industrializados van a practicar el mismo juego, no les quedará a los demás otra salida que aprender las reglas y tratar de hacer las cosas lo mejor que se pueda."¹

¹ Carlos A. Ledesma y Cristina I. Zapata. "*Negocios y comercialización internacional*". Ediciones Macchi, Argentina, 1993: p.15

1.1.4. Teoría de los factores o modelo del comercio internacional

La teoría de los factores de la producción se debe a los economistas suecos Eli Hecksher (1879-1952) y Bertil Ohlin (1899-1979); quienes la expusieron en el periodo comprendido entre las dos guerras mundiales.

Hecksher y Ohlin desarrollaron esta teoría en que fueron presentadas las diferencias internacionales en la dotación de factores como la base de las ventajas comparativas. Así un país que tenga abundantes recursos en capital tenderá a exportar productos intensivos en técnicas que demanden inversiones.

Posteriormente, los economistas neoclásicos reformularon la teoría, que pasó entonces a llamarse de Hecksher-Ohlin-Samuelson, o modelo de comercio internacional. Los cambios significaron la toma en consideración del costo del transporte, la aceptación de que entre los países hay una cierta movilidad de los factores de producción así como que resultan mayores los beneficios si aumenta la escala de producción. También se le prestó atención a la naturaleza dinámica de las ventajas comparativas. Para elaborar modelos que incluyeran estos refinamientos se usaron técnicas matemáticas y datos estadísticos. Desde entonces y hasta la década del '80 constituyó la versión aceptada por todos los pensadores liberales.

En este sentido, los economistas Wolfgang Stolper y Paul Samuelson demostraron, en un artículo publicado en el año 1941, que existe la posibilidad de que los dueños de factores escasos de producción de una nación puedan ver empeorar su situación como consecuencia del comercio. Por ejemplo, si la mano de obra de un país es escasa y por consiguiente, cara, de los intercambios resultará una caída en los salarios. Así, aunque la situación del país en su conjunto haya mejorado, no será así la de los obreros. Claro que también puede suceder que con la apertura de la economía los trabajadores se beneficien debido a una baja en los precios de los artículos de consumo. Pero de todos modos, mejor les irá a otros grupos, con lo que de la apertura

resultará una redistribución del ingreso en perjuicio de los salarios y para mejora de las utilidades. De ahí el porqué de la oposición a la apertura que suelen tener algunos grupos de intereses, aun cuando de aquélla resulte en beneficio para el país en su conjunto.

Así es como Paul Samuelson presenta en el año 1948 una nueva versión. Según ésta, el comercio entre dos países hace que con el tiempo los precios de los factores tiendan a igualarse, aunque reconoce que no es realista esperar la desaparición de las diferencias. Por ello, si hubiera dos países, uno con capital barato y otro con mano de obra a bajo costo, y ambos se especializaran según su ventaja comparativa, tenderían a acercarse tanto en la tasa de beneficio del capital como en el nivel de salarios.

1.1.5. La teoría económica de la posguerra: "El ciclo de producción"

En muchos casos la interrelación entre el desarrollo tecnológico, el crecimiento económico y el comercio internacional tiene su apoyo en el análisis que en 1957 efectuara Simon Kuznets. En las décadas de los 60's y 70's fue introducido en el tratamiento del comercio internacional el concepto de la "cadena de ventajas comparativas". La idea se basó en el hecho de que cuando una industria exporta suele incluir servicios, de modo que aquellas ventajas se expresan más en términos de factores que de bienes.

En el año 1956 el economista Kravis puso énfasis en la posible influencia para los intercambios de situaciones oligopólicas o monopólicas por la vía de la "disponibilidad exclusiva" de bienes comercializables. Situaciones como estas pueden resultar de un mayor avance tecnológico respecto de otras empresas, así como de la creación de nuevos productos. Estos puntos de vista fueron confirmados en 1959 por el economista Posner, quien se refirió al creciente papel que la tecnología tiene en el comportamiento del comercio internacional, ya que las novedades permiten obtener ventajas oligopólicas

que pueden ser explotadas durante el tiempo que generalmente transcurre antes de que empresas de otros países puedan imitarlas.

El hecho de que gran parte del comercio mundial tenga lugar entre países industrializados con parecidas ventajas en los factores de la producción dio lugar a que fuera subrayada la importancia de la demanda. Uno de los economistas que la incorporó a la economía del comercio fue el sueco Staffan Linder, quien en 1961 sostuvo que debido a que gran parte de los cambios de los bienes industrializados tiene lugar entre países con similar tipo de recursos, la teoría no podía dar explicación a ese comercio. Su argumento fue que, si bien la dotación de factores es fundamental cuando se trata de ciertas materias primas, la estructura de la demanda tiene más peso en la determinación del comercio de bienes manufacturados. Agregó que ésta es influenciada por el alto nivel de vida prevaleciente en ciertas naciones, con consumidores que prefieren bienes de muy buena calidad. De esto resulta que el comercio será más amplio entre países con niveles de demanda similar, lo contrario de lo sostenido por Hechsher y Ohlin, para quienes los intercambios más altos se iban a establecer entre regiones con tipos de recursos diferentes.

Es así como al respecto, la teoría del ciclo de producción fue desarrollada por Raymon Vernon, la cual trata de explicar lo sucedido en el comercio internacional entre el final de la última guerra y la recesión iniciada a comienzos de la década de los 70's. Ésta procura explicar por qué todas las empresas multinacionales, en estos años, la mayor parte norteamericanas, seguían una parecida modalidad operativa. Esta consistía en que, si bien cada vez que era inventado un producto de alta tecnología se lo fabricaba en masa y vendía localmente, con el tiempo y en la medida en que el proceso de elaboración se simplificaba, pasando aquellas a ser intermedias, la empresa decidía crear una subsidiaria en países de salarios medios, como eran entonces los de Europa y el Japón, para fabricarlo en ellos. Finalmente, cuando la tecnología pasaba a ser complemento estándar, la producción era

encarada en países en desarrollo, de mano de obra barata y poco calificada. En las últimas dos etapas las filiales de la empresa en el exterior exportaban el bien al mercado norteamericano.

En esos años estas importaciones no constituían un problema para los Estados Unidos, dado que el tamaño de su mercado era, en proporción al resto del mundo, mucho mayor que ahora. También fueron años en los que los Estados Unidos exportaban sin problemas alimentos, petróleo y otras materias primas, al tiempo que contaban con la exclusividad en productos de alta tecnología, como los grandes aviones de pasajeros. Por otra parte, cuando aquellos bienes ingresaban eran ya de tecnología corriente y requerían de mano de obra poco calificada, por lo que, de todos modos, su elaboración local no resultaba conveniente.

La recuperación económica lograda en la posguerra en Europa y el Japón hizo posible que también allí se elaboraran productos. Para posibilitar este objetivo, crearon una fuerza de trabajo altamente calificada, con un fuerte potencial de investigación. Esta evolución hizo que ya no fuera tan frecuente que un producto inventado en los Estados Unidos pasara, una vez superada la primera etapa de estandarización, a ser fabricado en Europa. En cambio, se solía pasar directamente del invento al desarrollo, proceso en el que los japoneses fueron especialmente hábiles. También, al existir más países capaces de crear nuevos productos, se presentaron renovadas oportunidades para los que estaban en desarrollo, con habilidad suficiente para aprovecharlos. Algunos de ellos, principalmente los de Asia, pasaron a desempeñar el papel que antes tenía Europa o el Japón.

Se trató de años en los que el crecimiento económico en los países desarrollados fue tan rápido que escaseaba la mano de obra. Tal fue la causa que llevó a que Francia incorporara trabajadores argelinos; Alemania, turcos; el Reino Unido, hindúes y paquistaníes. En Estados Unidos los inmigrantes provenían de América Latina, pero también de otras regiones. Sólo el Japón

mantuvo prohibido su ingreso. Pero la absorción de una masa grande de extranjeros no se hace sin problemas, motivo por el cual los países veían con simpatía la acción de las empresas multinacionales que llevaban fuera de su territorio la fabricación de artículos que exigían mano de obra poco calificada. Era una forma de mitigar la falta de asalariados y, al mismo tiempo, de evitar las consecuencias de la presencia masiva de trabajadores extranjeros en sus territorios.

Fueron años en que los países industrializados crecieron muy rápidamente, como también casi todos los demás del mundo.. Se tuvo entonces la ilusión de haber alcanzado una mecánica que solucionaba los problemas de crecimiento económico en casi todas partes.

Estas oportunidades dieron lugar a la aparición de países en desarrollo de rápido crecimiento como Taiwan, Singapur, Corea, Hong Kong, Brasil, México y la India. En ellos fueron aprovechadas aquellas posibilidades de exportación al ocuparse de fabricar productos intensivos en trabajo, con bajas economías de escala y por lo tanto, con poco requerimiento de capital. Estos incluyeron textiles, vestimenta, zapatos, juguetes y el armado de productos electrónicos. Con el tiempo, y en la medida en que Europa y el Japón abandonaban estas producciones, se fueron ocupando de algunos bienes de tecnología intermedia, como automóviles y ciertos productos electrónicos.

Varias circunstancias llevaron a que la teoría del ciclo de producción perdiera vigencia, siendo la más importante la aparición del desempleo de Europa y los Estados Unidos, a partir de los años 1973-74. Con el propósito de disimular el problema, en estos países se adoptaron diversas medidas como la de limitar o suprimir la inmigración de trabajadores extranjeros, la de alentar a los que estaban para que regresaran a sus países de origen y, finalmente, la de entorpecer la importación de productos de baja tecnología.

1.1.6. Ampliando la teoría de los factores

Las viejas teorías no tomaban en cuenta la inversión extranjera directa ni la producción que las firmas multinacionales encaraban en el exterior. En cambio, las nuevas consideran el comercio de exportación y la producción que éstas realizan fuera del país de origen como aspectos complementarios de las estrategias de las corporaciones internacionales.

Los factores de producción, que antes se suponía que no traspasaban las fronteras, han adquirido gran movilidad. Esto es particularmente cierto en lo que hace al capital. En cuanto al trabajo, las migraciones de personas son ahora más frecuentes que antes, pero están lejos de tener la libertad y velocidad de movimiento que tiene el dinero.

Sin embargo, nunca estuvo claro en el análisis económico cuáles, en el largo plazo, eran las fuerzas que determinaban el crecimiento de un país. Esto parece cambiar ahora que algunos investigadores, como Paul Romer, sumaron a los dos únicos factores que la teoría clásica tomaba en consideración, el capital y el trabajo, otro adicional: el conocimiento.

La teoría convencional enseña que las ventajas comparativas dependen de los recursos naturales y del capital, por lo que la ubicación de las industrias estaba influida por la geografía. Pero como las nuevas empresas son intensivas en conocimiento, su localización es hoy definida por el lugar donde se encuentren personas con mayores habilidades y talentos. La inversión en máquinas y equipos no es problema ya que los recursos pueden conseguirse en cualquiera de los mercados de capitales del mundo. Pero lograr una fuerza laboral entrenada no es así de fácil.

El conocimiento como tercer factor o también llamado "capital humano" es definido como "el stock de talentos y habilidades adquiridos que puedan potenciar la capacidad de aumentar ingresos del asalariado en el mercado

laboral. Estos pueden lograrse ya sea en la escuela formal, mediante el entrenamiento vocacional o en el lugar de trabajo".²

El esquema de los factores de Heckscher-Ohlin había perdido algo de su transparencia debido a que, en algunas oportunidades, el uso de técnicas diferentes de producción llegaba a influir respecto de cuál sería el país que lograría ventajas comparativas para la fabricación de un determinado producto. Pero al desdoblarse el factor trabajo en "no calificado" y "capital humano", se introduce otro límite de importancia aún mayor.

Sucede que el stock de conocimiento de un país se puede aumentar mediante la educación formal y el entrenamiento en el lugar de trabajo. Así, las ventajas comparativas, pueden ser alteradas a voluntad, modificándose con ello la proporción de factores entre las naciones. De este modo un país que aumente considerablemente su dotación en capital humano puede alcanzar ventajas en industrias para las que éste es intensivo.

En este sentido, las ventajas de una nación son conocidas como *ventajas comparativas estáticas* y *ventajas comparativas dinámicas*, o bien, como *ventajas comparativas* y *ventajas competitivas* respectivamente. A lo cual, para fines del presente trabajo me inclinaré por la segunda terminología, sobreentendiendo que ambas son correctas y equivalentes. Así tenemos que por ventajas comparativas se entiende a los recursos naturales y el capital financiero; en tanto que las ventajas competitivas son los factores susceptibles de modificarse para desarrollarlos y entonces, precisamente, ser más competitivos. Y es aquí dónde embona el tercer factor que incluyó Paul Romer: el conocimiento. Ya que mediante su moldeamiento es que las naciones podrán desarrollarse y crecer; y a este respecto es que podemos afirmar: "el desarrollo y crecimiento actual de cada nación es directamente proporcional a la atención que cada una de éstas ha prestado a la preparación de sus recursos humanos".

² *idem.*, p.12.

A manera de ejemplo, en Japón esta prohibida la inmigración, y se estima que en su población no hay más de 200, 000 extranjeros. Para atenuar la escasez de personal procuraron, más que en ninguna otra nación, el incremento de la productividad de la mano de obra y la automatización y robotización de las tareas. El resultado ha sido que su nivel de vida es el tercero en el mundo como clara consecuencia de procurarse no una enorme cantidad de mano de obra, sino una mano de obra calificada.

Adicionalmente, no esta por demás mencionar que Roberto Barro, de la Universidad de Harvard, ha realizado investigaciones empíricas que parecen confirmar la teoría. Al comparar los índices de crecimiento de diversos países, resulta que, en muchos casos, lo que escasea es personal capacitado y no capital físico. También queda demostrado que ahí reside la causa de que los países pobres no puedan acercarse al nivel de vida de los ricos.

Así mismo, Roberto Barro ha realizado estudios que demuestran la fuerte conexión existente entre la calidad del capital humano logrado en los distintos países y el crecimiento de la productividad. De ello resulta que aquellos con más alto nivel de educación tienden a absorber más pronto la nueva tecnología, por lo que crecen más rápido. Hay una fácil coincidencia entre los estudiosos respecto de que el desarrollo económico de un país se logra más rápidamente si se invierte en maquinarias y equipos, en mejor infraestructura así como en capital humano. En lo que no se está tan de acuerdo es en cuanto a la mejor forma de hacerlo. Ya que mientras los economistas liberales no aceptan una amplia intervención del Estado para lograr la aceleración del desarrollo y señalan que, cuando éste es lento, la causa hay que buscarla en la inflación que desalienta la inversión, en el proteccionismo y en las regulaciones que entorpecen el funcionamiento de los mercados. Agregan que el obstáculo mayor que se presenta para la aplicación de estas políticas está en que los gobiernos, como el electorado, están más interesados en el desarrollo a corto que a largo plazo. Y como las políticas

inflacionarias pueden estimular por un tiempo el crecimiento, los políticos suelen tentarse.

1.2. LAS PRÁCTICAS COMERCIALES A NIVEL MUNDIAL

1.2.1. La importancia de la comercialización a nivel mundial

Por tradición se consideró fundamentalmente la comercialización desde una perspectiva microeconómica, como un conjunto de actividades de negocios realizadas por firmas individuales. En años recientes hemos reconocido que muchas de estas actividades se presentan asimismo en forma directa en organizaciones sin fines de lucro, que tratan de atender las necesidades de sus clientes. Pero esta perspectiva ampliada sigue enfocando actividades realizadas por organizaciones individuales.

Por tanto, algunos estudiosos de la comercialización estiman que esta concepción a nivel microeconómico resulta demasiado estrecha. Prefieren enfocar la comercialización desde una perspectiva macroeconómica, como "proceso societario fundamental que evoluciona de una manera necesaria e inherente en el seno de una sociedad para facilitar la resolución efectiva y eficiente de sus necesidades en cuanto al intercambio de los valores de consumo."³

Es evidente que una sociedad necesita algún tipo de sistema de comercialización para organizar los esfuerzos de todos los productores que resultan indispensables para satisfacer las necesidades de todos los ciudadanos. En consecuencia, la comercialización parece representar un proceso social vital.

³ Daniel T. Sweeney. "Marketing: Management technology or social process" p.7. Journal of Marketing, October 1972.

Es así como la comercialización constituye un ingrediente básico en el crecimiento y el desarrollo económico. Ya que la comercialización, en sus dos niveles, estimula la inversión y la innovación originando nuevos productos que pueden llevar a un más pleno empleo, a mayores ingresos y a un nivel superior de vida si los clientes los encuentran atrayente. Por consiguiente, un sistema efectivo de comercialización resulta vital para el futuro de nuestra nación, así como de todas las naciones.

La forma en que opera un sistema económico dependerá de los objetivos de una sociedad y de la naturaleza de sus instituciones políticas. Pero prescindiendo de la forma que asuman estos factores, todos los sistemas económicos deben desarrollar algún tipo de mecanismo, juntamente con instituciones económicas apropiadas, para decidir *qué, cómo y cuánto* se debe producir y distribuir, *por quiénes, cuándo y para quiénes*. La forma en se toman esas decisiones puede variar de una nación a otra, pero los objetivos a un macronivel son básicamente similares: crear bienes y servicios y ponerlos a disposición de la población cuándo y dónde sean necesarios con el objeto de mantener o mejorar el nivel de vida de cada nación.

En este punto pensarse que todo esto parece economía y no comercialización. Sin embargo, se puede afirmar que no es probable que un sistema económico, tanto planificado como orientado por el mercado, logre sus objetivos al macronivel sin un eficaz sistema de macrocomercialización.

Un sistema efectivo de macrocomercialización representa un ingrediente necesario para el desarrollo económico. En realidad, el experto empresarial Peter Drucker señala que la comercialización puede incluso constituir la clave del crecimiento en las naciones menos desarrolladas; en sus propias palabras:

La comercialización ocupa una posición crítica con respecto al desarrollo de esas "zonas de crecimiento". En realidad, representa el

“multiplicador” más importante de esos desarrollos. Se le encuentra en cada una de esas zonas, en la parte menos desarrollada y más atrasada del sistema económico. Su desarrollo, por encima de todo lo demás, torna posible la integración económica y la más plena utilización de cualquier activo y de cualquier capacidad productiva de las cuales ya disponga una economía. Moviliza la energía económica latente. Contribuye a las mayores necesidades: la del rápido desarrollo de empresarios y gerentes y, al mismo tiempo, puede constituir la esfera más fácil para que el trabajo gerencial prosiga su marcha.

De esta manera, los problemas de la comercialización han sido y son esencialmente de carácter económico. Se relacionan con la actividad del mercado y de la distribución de recursos escasos entre distintas aplicaciones, con el fin de maximizar los resultados de un modo o de otro. Pero el economista y el especialista en comercialización han tendido a abordar estos problemas básicos desde dos ángulos distintos. Por una parte, el economista partió del estudio de la economía nacional como un todo, y sólo en épocas más o menos recientes ha ampliado su campo con el fin de incluir los problemas de la empresa individual. Por su parte, el comercializador tuvo que partir de los problemas de la empresa individual, buscando soluciones prácticas a problemas comerciales específicos y concretos, incluso los problemas detallados de traslación de artículos al consumidor y los que tienen que ver con la actividad destinada a crear e influir demanda.

El progreso de la teoría económica ha tendido a determinar el ritmo de la práctica económica en muchos sectores de la política pública y comercial. Pero en el área de la comercialización los hombres de negocio han aplicado rápidamente los principios, adelantándose a la exploración teórica del tema. Y es así que el progreso de la teoría y la práctica de la comercialización se ha realizado paralelamente al avance de la economía de consumo masivo, en la cual la gente descubrió que disponía de un margen creciente de ingreso que le permitía seleccionar productos más allá de las meras necesidades de

alimentos, refugio y vestido, y con una gama cada vez más amplia de gustos e intereses que debían satisfacerse. También ha seguido un curso paralelo al progreso de la tecnología, que ha creado formas sin precedentes de rivalidad en la comercialización de nuevas invenciones e innovaciones.

Dos de los principios más importantes que se originan en la teoría económica han sido aplicados por especialistas en comercialización: el principio de "segmentación del mercado" y el principio de la "ventaja diferencial". El principio de la segmentación del mercado se origina en el hecho de que la comercialización procura individualizar el consumo, mediante el proceso de diferenciación del producto, en virtud de lo cual cada variación del producto está destinada a atender, con mayor precisión que lo que podría hacer un producto estandarizado, las necesidades y las preferencias particulares del grupo de consumidores que forman el mercado total del tipo de producto en cuestión. En cuanto al principio de la ventaja diferencial, formulado inicialmente por el economista norteamericano J. M. Clark, éste se origina en la naturaleza misma de la competencia comercial.

De esta manera queda asentado que la macrocomercialización constituye un proceso socioeconómico que orienta un flujo de bienes y servicios de una economía desde los productores hasta los consumidores en una forma que haga corresponder de una manera efectiva las heterogéneas capacidades de la oferta con una demanda heterogénea y que cumpla a la vez los objetivos a corto y a largo plazo de la sociedad.

Sin embargo, un sistema de macrocomercialización hace algo más que suministrar la capacidad de distribución necesaria para unir los sectores de producción y de consumo de una economía. Brinda además una red organizativa, de transporte y de comunicaciones que vincula pequeños mercados, aislados en el plano geográfico, a mercados interregionales más vastos, con una demanda suficiente para hacer factible la producción en masa. Esta circunstancia contribuye de igual modo a distribuir bienes desde

las zonas de excedentes a las de déficit, en cambiantes condiciones de oferta y demanda.

Todas éstas actividades que deben realizarse en cuanto a la macrocomercialización, son indispensables en cualquier tipo de economía; ya sea un sistema planificado o un sistema orientado al mercado. Sin embargo, se debe considerar que en la realidad, ninguna economía es enteramente planificada u orientada por el mercado, y la mayor parte de las economías en desarrollo o avanzadas se encuentran en algún punto entre los dos extremos. Lo cual deja notar cómo la economía mundial se ha transformado como resultado de la globalización de los mercados, del capital y de la tecnología. Y así mismo, la competitividad de las empresas de las distintas naciones crece de una manera sustancial cuando se les facilita el acceso a mercados más grandes, y a insumos y tecnologías en condiciones más favorables en cuanto a costo y calidad.

1.2.2. Síntesis del desarrollo comercial

Antes de 1900 el problema era el modo de producir artículos en cantidades suficientes, primero para satisfacer necesidades fundamentales, y luego en relación con una complejidad creciente de deseos. Durante la guerra 1914-18 y después, la capacidad productiva de Estados Unidos, Gran Bretaña y el continente europeo se amplió mucho, y creó el problema de la capacidad excesiva en relación con lo que podía venderse rentablemente. El desarrollo excesivo de la producción, o el subdesarrollo de los mercados, determinó actividades de venta, aplicación de marcas, publicidad y reducción de precios mucho más agresivas, con el propósito de desarrollar mercados para el suministro mucho más amplio de artículos posibilitado por la técnica de producción en gran escala. Antes de 1900, el riesgo comercial básico era la destrucción o la pérdida posible de artículos antes de que se realizase la venta, desde 1920 en adelante el riesgo principal vino a ser la imposibilidad

de hallar un mercado para los artículos producidos. Desarrollándose éstos conceptos de producción encontramos su cambio más drástico, después del segundo conflicto bélico (1939-1945) en el que la calidad junto con la competitividad representó un papel crucial en el nuevo concepto de comercialización de los productos. Ésa nueva etapa preparó el camino para lo que hoy se conoce en el área comercial como *mercadotecnia dirigida al cliente*.

Sin embargo, para llegar a esto, las relaciones comerciales y financieras entre países soberanos han recorrido un largo camino desde sus primeras manifestaciones de trueque hasta la actual compleja diversificación, especialización e integración. Los cambios transitados fueron realizándose dentro de un acelerado proceso que se acentuó con la expansión de los mercados en el siglo XVIII a consecuencia de la incorporación de nuevas técnicas de producción, que dieron lugar a la llamada Revolución Industrial. Esta evolución impuso las condiciones favorables para procesos descolonizantes que generaron oportunidades de diversificación al tráfico de bienes y recursos productivos, tomando un rol protagónico la mano de obra a consecuencia de las fuertes corrientes migratorias producidas desde entonces.

Con los avances tecnológicos operados a raíz de la Revolución Industrial, se modificaron las técnicas de producción, lo que originó fuertes excedentes exportables, acompañados por una constante evolución en los sistemas de comunicación que facilitaban el proceso. Paulatinamente fueron desarrollándose los mecanismos e instrumentos que facilitaron e intensificaron los movimientos de mercancías y capitales, y la aparición de centros económicos de gravitación universal como fue la Inglaterra del siglo XIX, al amparo del liberalismo económico como doctrina doctoral y la vigencia del patrón oro como mecanismo de ajuste.

Contemporáneamente se ha resaltado la importancia en que la nueva tecnología ha permitido explotar más productivamente los recursos, lo que ha provocado el aumento del ingreso y el mejoramiento de la calidad de vida. La aplicación eficaz de las nuevas tecnologías con frecuencia ha requerido la adaptación y renovación de los sistemas económicos y a veces también de los políticos y sociales. En la actualidad, la principal tarea que tienen ante sí los antiguos países socialistas de Europa y muchas de las naciones en desarrollo es la creación y consolidación del sistema de mercado, ya que "ante todo, con el colapso del socialismo como modelo de desarrollo ha dado lugar a que el liberalismo económico y el libre comercio se hayan establecido como los únicos parámetros para evaluar la gestión de los distintos gobiernos en el aspecto económico."⁴

Es así que a través de los cambios violentos en la demanda de los productos primarios, haciendo que países tradicionalmente compradores pasen a ser vendedores de grandes volúmenes de los mismos artículos otrora importados, incluso estos mismos países desarrollados, muestren facetas de cambio en su posicionamiento internacional, con fuertes tendencias al proteccionismo, tanto sobre su producción primaria como sobre la industrial, lo que impide la colocación del modesto esfuerzo manufacturero de los países subdesarrollados.

Así es como el comercio revistió una importancia vital para la difusión de la tecnología desde épocas lejanas, ya que por lo general, los países han adelantado más rápidamente cuando han formado parte de la economía mundial que en aislamiento. No obstante en algunos casos, el proteccionismo ha impulsado el crecimiento aunque a un precio verdaderamente alto, cuando éste no se ha sabido manejar con un plan estratégico a largo plazo.

⁴ Mario Ojeda Gómez (Presidente del Colegio de México) en su artículo titulado "Cambiante contexto internacional" en el libro "Hacia un Tratado de Libre Comercio en América del Norte": Hermino Blanco, Jorge Bustamante, Juan Gallardo, et. al.: Miguel Ángel Porrúa, México: 1991, p.18.

En el presente siglo se han operado modificaciones en la estructura económica mundial que han determinado cambios en las relaciones comerciales y financieras entre las distintas relaciones del mundo como nunca antes había ocurrido. Las señales que han marcado estos cambios son de muy variada índole, tales como conflictos bélicos mundiales, crisis económicas, inserción de nueva tecnología, cambio en los hábitos de consumo, el desarrollo turístico y drásticos cambios de rumbos políticos.

Todos estos cambios señalan el camino hacia la globalización; concepto que, como ya señalamos anteriormente, remonta sus antecedentes al siglo XVIII con Adam Smith, quien planteó la conveniencia de que cada nación debía especializarse en las actividades en las que tienen recursos en abundancia; esta concepción propició, en una primera etapa, la división internacional del trabajo, misma que evolucionó a través del tiempo hasta desembocar en un entorno de globalización con preponderancia de diferentes grupos económicos regionales, que tienden cada vez más a perder un localismo ante el avance de los complejos intereses de las empresas transnacionales.

En esencia, la globalización constituye una fase avanzada de un proceso de integración, a escala mundial, de las corporaciones transnacionales, regido unilateralmente por ellas. Entre sus características se destacan las siguientes:

- ◆ El flujo de recursos para la inversión incorporado a este proceso por las corporaciones, es de gran cuantía y tiene un comportamiento creciente. Sin embargo, debido a la limitada información disponible sobre su destino (creación de nuevas empresas, fusiones, etcétera) es difícil determinar con precisión su efecto real en cada economía y en cada sociedad receptora.

- ◆ El volumen de recursos para inversiones directas dirigidas hacia los países subdesarrollados muestra una tendencia decreciente,

mientras que el orientado a los industrializados se incrementa. Una de las razones principales de este comportamiento es el cambio en las preferencias de inversión de materias primas hacia la producción de bienes y servicios. Un número cada vez más significativo de empresas de servicios se convierte en transnacional (sectores bancario, de seguros, transporte y comunicaciones, publicidad, servicios médicos, etcétera).

- ◆ Las decisiones de inversión de capital transnacional dependen cada vez más de la posibilidad de acceder a nuevos mercados y de las estrategias de integración internacional de cada corporación, sobre la base de mejorar su competitividad o bien, maximizar utilidades o evadir el fisco. La idea de que la inversión fluye hacia los países con mano de obra barata es cada día menos sostenible.
- ◆ Es una realidad que en este proceso de mundialización las corporaciones transnacionales cuentan, frente a la competencia y a el resto de los agentes económicos, como la fuerza de trabajo, los consumidores y los mismos gobiernos, con la gran ventaja de su enorme poder económico y capacidad organizativa multilateral.

Así, al buscarse con la globalización económica la máxima eficiencia de los procesos económicos, se logra abatir los costos en las actividades económicas, sin embargo estos procesos generalmente incurren en costos sociales muy importantes: creciente desempleo y la intensificación de prácticas proteccionistas por parte de las naciones o los bloques comerciales.

Los ajustes económicos y sociales que origina la globalización son complejos y en diferentes etapas, dolorosos; aparentemente este parece ser un esquema al que tendrán que integrarse las empresas y países si quieren sobrevivir y después crecer.

1.3. EL CAMINO HACIA LA APERTURA COMERCIAL MEXICANA

El asunto es que tanto la fabricación como la comercialización representan componentes vitales de un sistema total de negocios que se propone suministrar a los consumidores bienes y servicios que satisfagan sus necesidades. En su conjunto, la fabricación y la comercialización se combinan para proveer las cuatro utilidades económicas básicas: utilidades de forma, de tiempo, de lugar y de posesión; de las cuales proviene la satisfacción del consumidor.

Si el proceso de la comercialización se lleva a cabo de una manera eficaz, puede brindar una orientación que resulta necesaria para la fabricación y para asegurar que los productos correctos encuentren su camino hacia las manos del consumidor final.

En éste sentido, la comercialización significa mucho más que vender o realizar publicidad. La comercialización constituye un ingrediente básico en el crecimiento y el desarrollo económico, ya que estimula la investigación y la innovación, y origina nuevos productos que pueden llevar a un más pleno empleo, a mayores ingresos y a un nivel superior de vida si los clientes los encuentran atractivos. Por consiguiente, un sistema efectivo de comercialización resulta vital para el futuro de nuestra nación, así como de todas las naciones.

Además, es importante resaltar el hecho de que la comercialización ha evolucionado en diferentes tiempos en cada una de las economías nacionales e incluso a niveles regionales de una misma nación. Tal es el caso de la evolución que a este respecto tuvo la economía estadounidense quien además de ser vecino del norte es el principal socio comercial de México, y que como se aprecia en el gráfico 1, las cuatro eras de la comercialización se han dado en tiempos muy distintos a los que se viven en México.

Es así como puede considerarse que la tercera era que corresponde al enfoque orientado hacia el consumidor: el concepto de comercialización (marketing concept era), esta comenzando a ser adoptada por las entidades mexicanas en fechas más recientes debido, entre otros factores, al proteccionismo en que éstas vivían. Ya que no se veían forzadas a conquistar mercados al tener ya uno nacional, amplio y cautivo. Estando, por tanto, impreparadas para hacer frente a la competencia que representa la apertura comercial, y sobre todo a partir de la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio México-Estados Unidos-Canadá.

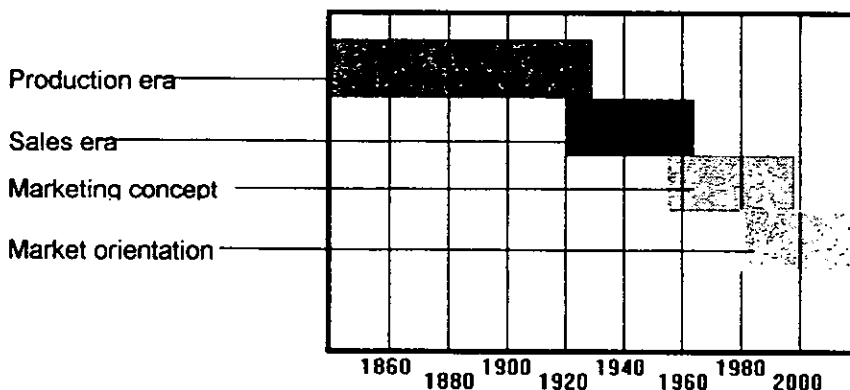
Lo anterior se debe principalmente a que el empresariado mexicano no le ha dado la importancia correspondiente a las fuerzas del mercado y mucho menos a su principal actor: "el cliente". Y en fechas recientes es que se ve obligado a tomar en cuenta más seriamente el papel que juega la comercialización en las organizaciones independientemente de su giro. Sin embargo, lo verdaderamente preocupante es el hecho de que la orientación hacia el cliente no ha sido asimilada por la mayoría de las empresas mexicanas y las que están iniciándose en ello, requieren de una serie de apoyos que no han sido enfocados correctamente.

Sin duda alguna que el primer paso para avanzar en la solución de ésta desventaja, es la conscientización del empresariado mexicano en cuanto a considerar el cambio hacia un estilo administrativo moderno, que sea *propio*; es decir, que sea un modelo que surja para satisfacer las necesidades de las empresas mexicanas considerando al mismo tiempo el entorno social, económico, político, cultural y tecnológico en que éstas se desenvuelven; y no solo pretender copiar un "modelo exitoso" de otro tipo de entidades ubicadas en otros países que no corresponden a las necesidades actuales de las empresas mexicanas. No debe olvidarse que el adoptar modelos indiscriminadamente no es conveniente; ya que no se trata de cambiar por cambiar, ni de copiar modelos que fueron exitosos para la solución de un problema específico para resolver otro que se le

parece. Sino que es necesario tomar en cuenta las características específicas de la problemática y su entorno, para no perder el tiempo, esfuerzo y recursos, tratando de adaptar la realidad a un modelo ya existente en vez de responder efectivamente a las necesidades reales.

GRÁFICO 1

DIFFERENT ORIENTATIONS IN THE HISTORY OF AMERICAN BUSINESS



FUENTE: Berkowitz, Kerin, Hartley, Rudelius. "Marketing", 4ª edición, p. 22. Editorial Irwin, 1994.

Ahora bien, en éste sentido, intentar un panorama global de la problemática mexicana para explicar los motivos de la actual política nacional e internacional, obliga a recorrer críticamente los cambios ocurridos en el último siglo, a lo largo del cual se produjeron transformaciones que marcan un corte histórico en la vida social y política del país. El esfuerzo realizado por los últimos gobiernos para hacer ingresar a México en el conjunto de los países desarrollados y el despertar de fuerzas políticas que presionan en dirección de un país cada vez más democrático, se conjuntan en la última década para sacudir las viejas estructuras y producir cambios sobre los cuales difícilmente se podrá dar marcha atrás.

Es así como a partir de 1985, en México se inició la implantación de un nuevo modelo de desarrollo económico que básicamente consistió en la

desregulación y privatización de la economía; su apertura hacia los mercados internacionales y el fortalecimiento de grandes grupos privados nacionales.

Para entender en qué consiste el nuevo modelo económico, así como para analizar algunos factores que propiciaron esta nueva crisis, es preciso echar un vistazo a un amplio periodo de la economía mexicana comprendido entre 1940 y 1980, el cual se caracterizó por tener base en el proteccionismo económico y en la significativa participación estatal en todas las ramas de la economía.

1.3.1. El modelo proteccionista mexicano

Durante la Segunda Guerra Mundial, el comercio mundial se redujo de manera muy importante al presentarse escasez de productos y refacciones en todos los sectores. Esto propició la aparición de una industria "infante", que de una manera, en ocasiones muy rudimentaria, satisfizo las necesidades no cubiertas.

Cuando terminó el fenómeno armado en 1945, se restableció la producción de bienes para los civiles, ya que los camiones y automóviles, aviones y refacciones, ropa y muebles ya no eran para los ejércitos, sino para los particulares. Así, se reiniciaron las ventas a México de los productos de los países más industrializados. El gobierno de aquella época tuvo que tomar la decisión de permitir estas importaciones, provocando la desaparición de un gran porcentaje de las empresas locales incipientes o bien de cerrar la economía para permitir el desarrollo de estas compañías mexicanas sin competencia del exterior. Se optó por esta última opción que adquirió el nombre de "política de sustitución de importaciones"

No sólo México siguió esta estrategia, sino también la mayoría de los países de Latinoamérica. El criterio que se seguía era que cada país produjera

internamente todo. Lo mismo se producían frutas y verduras, como automóviles y computadoras; bienes de consumo no duradero, y sofisticados bienes de capital.

Es así que México, tras la decisión de industrializarse para acelerar su paso e ingresar en el conjunto de los países llamados "desarrollados", en los años '40 da inicio a este proceso para el cual requería del fortalecimiento de una industria intermedia que llevara, poco a poco, a fabricar en México todo lo que hasta ese momento se tenía que importar del extranjero. El instrumento para lograrlo fue el proteccionismo; es decir impedir o reducir las importaciones de los bienes cuya producción se deseaba estimular. La manera de limitar las importaciones se logró de diversas formas entre las que destacan los elevados aranceles, permisos previos, precios oficiales y controles cambiarios.

Para echar a andar el proyecto industrializador, los gobiernos de Manuel Ávila Camacho (1940-1946) y Miguel Alemán (1946-1952) implantaron una serie de medidas sucesivas destinadas, primero, a fortalecer a la industria mexicana y, después a protegerla cuando nuevamente Estados Unidos, después del periodo bélico, pudo dedicarse a la producción de bienes manufacturados que amenazaban con competir comercialmente con los mexicanos y acabar con la incipiente industria nacional.

La medida más importante fue la de cerrar las fronteras del país a todos los productos que no estuvieran hechos en México y que pudieran elaborarse localmente. Asimismo, algunas restricciones a la instalación de empresas con capital extranjero también ayudaron a reducir la competencia y favorecieron el crecimiento de la industria nacional que, por todas estas formas de protección, algunos autores calificaron de "industria de invernadero".

La economía cerrada elevó los precios de los productos, así como sus márgenes de utilidad unitarios, lo que estimuló su producción. Este aumento

de precios compensó los mayores costos derivados de menores volúmenes de producción, que a su vez dieron como resultado un menor tamaño del mercado y las correspondientes deseconomías en escala.

El objetivo explícito de esta política era reducir el comercio internacional y no depender de otros países; en suma, el ser autosuficientes. Sin embargo, en la práctica, no sólo no disminuyeron las importaciones, lo que era un objetivo explícitamente buscado, sino que aumentaron sin una expansión equivalente de las exportaciones. En consecuencia, el déficit externo se incrementó, y las economías se volvieron más dependientes del exterior y se incurrió en un mayor déficit de la balanza comercial y de cuenta corriente.

Esto fue resultado de la sobrevaluación de la paridad real, que afectó de manera adversa a las exportaciones. Así, las importaciones tienden a aumentar, pero la generación de divisas a disminuir, por lo que en mayor o menor medida, todos los países que han seguido esta estrategia han tenido problemas de desequilibrio en sus balanzas de pago.

Finalmente, la política de sustitución de importaciones permitió que se formaran las industrias nacionales, siguiendo precios de mercados deformados y costos relativos que no siempre reflejaban la asignación de recursos que tiene cada país. El seguir esta estrategia obligó a buscar nuevas fuentes para financiar el resultante déficit externo, adicionales a las exportaciones tradicionales. Muchos países recurrieron a los créditos externos, que se facilitaron al final de la década de los setenta por el exceso de los recursos provenientes del "shock petrolero". Con la posterior reducción del precio de este energético en 1981 y 1986, se limitó la alternativa de financiar el crecimiento económico.

No obstante, el modelo proteccionista funcionó satisfactoriamente durante varias décadas sólo para contados sectores socioeconómicos, ya que: numerosas empresas se fundaron y crecieron a lo largo del periodo, al tiempo que enormes capitales se formaban al amparo de la protección estatal. El

producto interno del país empezó a aumentar hasta llegar a un crecimiento del 6% anual. Es decir, cada año el país producía un 6% más que el año anterior, mientras que la población crecía a un ritmo menor (3.5%). Entre 1940 y 1960 la actividad manufacturera elevó su participación en el producto interno total del 17% al 26%. Para 1970, México era casi autosuficiente en la producción de alimentos, petróleo y derivados básicos, acero y muchos bienes de consumo. No en balde, algunos autores se han referido a este notable crecimiento como "*el milagro mexicano*"⁵.

Sin embargo, un efecto negativo bastante notorio de esta estrategia fue que fomentó la concentración económica, así como un desequilibrio en el desarrollo industrial considerable; ya que el fomento discriminatorio a ciertos sectores industriales no estuvo basado en miras a largo plazo que tuviera la exportación como un fin para mantener cierto equilibrio en la balanza comercial, sino más bien, a "crear" una situación favorable a corto plazo, seguramente con fines más políticos que económicos y sociales. Por tanto, al no ser rentable la exportación, las empresas procuraban estar cerca del mercado interno, esto es, en las grandes ciudades. Pero al mismo tiempo, la población trataba de estar cerca de las fuentes de trabajo. Este efecto simultáneo explica, en parte, el nacimiento de las megalópolis en nuestros países. Tan pronto se abre la economía, se hace evidente el cambio en nuestros movimientos migratorios internos en sentido inverso.

En resumen, dependiendo del tamaño de los mercados internos y de la disponibilidad de divisas para financiar sus déficit externos, los países que siguieron la política de sustitución de importaciones empezaron a tener crecientes problemas: progresiva deuda externa, recesión, devaluaciones e hiperinflación fueron unos de sus síntomas. Debido a que se persiguió una industrialización como símbolo de modernización, no se utilizó abundantemente el recurso que más se tenía, la mano de obra. Se confundió

⁵ Huerta G. Arturo. "*Economía mexicana: más allá del milagro*". Facultad de Economía, UNAM. México, 1991.

el poseer grandes fábricas con el desarrollo económico, así es como al amparo de la Alianza para el Progreso, promovida por el gobierno de Kennedy en Estados Unidos, los capitales extranjeros fluyeron hacia México e impulsaron el crecimiento de las manufacturas. Fue en este periodo cuando las grandes corporaciones transnacionales financiaron definitivamente sus sucursales en el país. Algunas protestas por parte de empresarios nacionalistas que se oponían a la competencia del capital extranjero fueron acalladas con medidas como la nacionalización de la industria eléctrica, que garantizó el abastecimiento de energía a bajo precio y como el decreto para la integración de la industria automotriz, mediante el cual, el gobierno de Adolfo López Mateos (1958-1964), estableció que las empresas fabricantes de automóviles debían sustituir al menos el 60% de los insumos traídos de sus países de origen por partes fabricadas en México.

El desarrollo industrial de esas décadas no significó siempre que los productos fueran de buena calidad. Muchas empresas medianas aprovecharon las condiciones y se conformaron con producir artículos de mediana calidad que eran aceptados por los consumidores porque eran los únicos de su clase en territorio nacional. Al mismo tiempo, la dependencia del país respecto de otras economías desarrolladas y en particular de la de Estados Unidos, llevó a continuar con un esquema de importación de maquinaria y tecnología, muchas veces ya descartada por los adelantos de los países centrales, lo cual, no solamente mantuvo a la industria mexicana en una situación de atraso relativo permanentemente respecto a las naciones avanzadas, lo que impedía competir en el mercado internacional, sino que impidió el desarrollo de una planta científica y de tecnología propia.

Para favorecer el proceso de acumulación de capital, se recurrió al mantenimiento de un régimen fiscal muy favorable a la inversión privada al cual se sumaron las restricciones al crecimiento de los salarios, una política de precios bajos para los productos del campo y el aseguramiento de la paz social a cualquier costo. Es decir, que para que los capitalistas

invirtieran en nuevas empresas, se requería que se les cobrara impuestos reducidos, que los obreros ganaran sueldos bajos, que los alimentos básicos como el pan y la tortilla costaran poco, y que no hubiera disturbios políticos que amenazaran la estabilidad económica, (cuadro 1.1).

CUADRO 1.1
INDICADORES DEL DESARROLLO DESIGUAL EN MÉXICO (1940-1982)

ANO	PIB	INDUSTRIA	BIENES DE CAPITAL	ALIMENTOS Y SIMILARES	AGRICULTURA
1940-1950	6.7	8.1	---	---	5.8
1950-1956	6.2	7.3	12.1	7.2	4.8
1956-1960	6.0	7.2	9.4	7.8	4.2
1960-1965	7.1	8.7	18.8	6.2	3.6
1965-1970	6.9	8.1	11.0	6.3	2.1
1971	3.4	3.1	2.9	1.0	1.7
1972	7.3	8.0	8.2	5.4	-1.8
1973	7.7	8.9	13.9	4.9	2.8
1970-1982	7.3	7.5	8.6	4.2	1.9

FUENTE: Miguel Angel Rivera Rios, "Crisis y reorganización del capitalismo mexicano".

Pero el hecho que el crecimiento de la economía mexicana entre 1950 y 1970 fuera realmente notable no significó que la riqueza se distribuyera de manera equitativa entre todos los sectores de la población ni que se solucionaran una enorme cantidad de carencias sociales y políticas.

1.3.2. El desarrollo estabilizador y el desarrollo compartido

La alternativa a la política de sustitución de importaciones es la de permitir el libre flujo de bienes y servicios del exterior hacia el país, así como el libre movimiento de los precios para que sea el mercado el que se encargue de la asignación de los recursos. Esto significa una mayor competencia hacia los productores nacionales, por lo que tienen que aumentar su eficiencia y productividad a niveles internacionales y de este modo sobrevivir. Por otra

parte, los recursos se canalizan no hacia los sectores más protegidos, sino hacia donde el país sea más competitivo, con lo cual aumenta la eficiencia total de la economía.

Con el nombre de "desarrollo estabilizador" se conoció a la estrategia seguida durante la década de los '60 (aunque algunos rasgos se mantuvieron hasta bien entrada la década siguiente), cuando el proteccionismo mexicano debió modificarse para solucionar el problema planteado por una reducción en el ritmo del proceso de sustitución de importaciones basado principalmente en un empresariado local. El desarrollo estabilizador mantuvo en sus características generales las primicias de la primera década de la ilustración, pero las reforzó a partir del establecimiento de un tipo de cambio estable (el peso se mantuvo al cambio de \$12.50 por dólar entre 1954 y 1976), de una política fiscal muy favorable al capital privado, y de una actitud de apoyo restringido a la inversión extranjera que permitió el establecimiento de numerosas empresas de capital mixto, las cuales al contar con una parte de capital mexicano se beneficiaban de la protección que el gobierno brindaba a las empresas nacionales.

Cuando en 1970 Luis Echeverría llegó a la presidencia, el desarrollo estabilizador parecía haber alcanzado sus límites estructurales.

La política económica de los dos sexenios siguientes reflejaría los esfuerzos estatales por reorientar el modelo económico. Durante el gobierno de Echeverría, esto se intentó lograr por medio de lo que se llamó el "desarrollo compartido" y que a grandes rasgos consistió en una estrategia para revitalizar el mercado interno a través del aumento en los precios de garantía del campo, la expansión del gasto público y la búsqueda de nuevos recursos por la vía de la recaudación fiscal, todo lo cual provocó un fuerte enfrentamiento entre el presidente e importantes grupos empresariales que resentían una relativa pérdida de poder en la toma de decisiones económicas.

A lo largo de esa difícil década ocurrieron cambios importantes en el panorama económico:

- En primer lugar, a pesar de las dificultades en la producción agrícola e industrial y de las diferencias entre el sector privado y el gobierno, el capital financiero se fortaleció y aumentó su grado de concentración. De 1970 a 1979 el total de instituciones del sistema financiero mexicano (bancos, aseguradoras, casas de bolsa, hipotecarias, etcétera) se redujo de 240 a solamente 100 establecimientos.
- Por su parte, el Estado aumentó considerablemente su participación directa en la economía a través de la compra de empresas y establecimientos de nuevos controles.
- Para conciliar el mantenimiento de subsidios fiscales y de infraestructura, necesarios para sostener una industria cada vez menos eficiente con la atención a las demandas sociales, los gobiernos de Echeverría y López Portillo recurrieron al endeudamiento externo que, para 1982 rebasaba los 50 mil millones de dólares. En el cuadro 1.2 se puede apreciar el crecimiento de la deuda antes y después de 1982. A partir de ese año, el aumento en las tasas de interés de los bancos acreedores produjo un incremento constante de la deuda, pese a los fuertes pagos que desde ese año han desviado una proporción considerable de los recursos monetarios del país.

La difícil situación de la economía se contuvo temporalmente debido a la decisión del gobierno de López Portillo de aumentar la exportación petrolera y de obtener recursos mediante el endeudamiento, aprovechando los altos

precios del energético en el mercado mundial. Esto permitió una recuperación temporal en el crecimiento del PIB que había caído del 7.0% al 3.4% anual, y que de 1978 a 1981 creció espectacularmente hasta en un 8.5%, (ver cuadro 1.3).

CUADRO 1.2
ENDEUDAMIENTO EXTERNO DEL SECTOR PÚBLICO

A ñ o	Miles de millones de dólares
1976	20.2
1977	23.6
1978	27.1
1979	30.8
1980	38.5
1981	57.6
1982	58.9
1983	65.5
1984	69.3
1985	72.1
1986	75.3
1987	81.4
1988	81.3
1989	76.1
1990	77.7
1991	79.9
1992	75.7
1993	78.7

FUENTE: "Escenario macroeconómico", julio de 1994.

Sin embargo, esta situación no duró mucho. En 1981 los precios internacionales del petróleo descendieron abruptamente y precipitaron una violenta salida de capitales fuera el país. Al igual que la estrategia petrolera, los mecanismos de arraigo de los recursos monetarios en divisas fuertes habían probado su fragilidad: *las reservas*, parafraseando al propio López Portillo, *habían sido saqueadas*. La respuesta del régimen fue el establecimiento de un rígido control de cambios y la nacionalización de los bancos privados, pretendían frenar la salida de capitales y reorganizar las

finanzas mexicanas. Sin embargo, solamente amplificaron la "crisis de confianza" entre los capitalistas mexicanos.

CUADRO 1.3
PRODUCTO INTERNO BRUTO MEXICANO 1960-1983
(Tasas de crecimiento promedio anual)

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO (%)
1960-1970	7.0
1970-1975	6.5
1976	4.2
1970-1976	6.2
1977	3.4
1978-1981	8.5
1982	-0.5
1983	-5.3

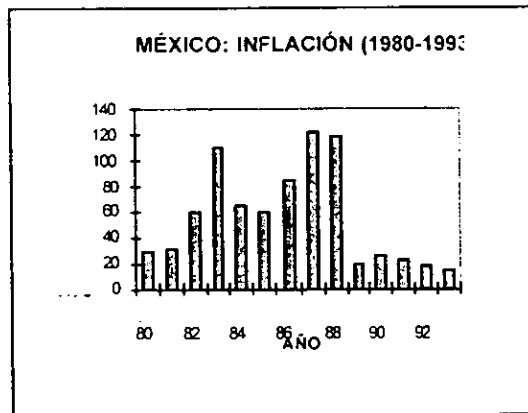
NOTA: Precios corrientes de 1960.

FUENTE: "Sistema de Cuentas Nacionales de México", SPP. Varios números.

1.3.3. El modelo *modernizador*

Miguel de la Madrid (1982-1988), dio como respuesta el Programa Inmediato de Recuperación Económica (PIRE) en su intento por solucionar los nuevos problemas que se sumaban a la enorme deuda, como lo fue la inflación, que hasta antes de 1982 nunca había rebasado el 30%, alcanzaba casi el 100% y amenazaba con salirse de control (gráfico 1-1); el déficit del sector público alcanzaba la cifra más alta de su historia (17% en relación al PIB); y la actividad productiva tenía un saldo negativo por primera vez desde 1940.

GRÁFICO 1-1



FUENTE: "Centro de Análisis Macroeconómico", No. 24. Noviembre de 1994, p.71.

Durante este período, se sentaron las bases para el diseño de un nuevo modelo económico que se consolidó en el sexenio de Salinas de Gortari: el modelo "modernizador".

Este modelo, inspirado en buena medida en las ideas de Milton Friedman, parte del principio de que las reglas del mercado libre son las mejores para regular la economía, lo cual supone cuando menos dos cambios fundamentales:

- La reducción de la participación del Estado en la economía (lo cual conlleva una mayor responsabilidad económica de los inversionistas privados).
- La apertura del país hacia los mercados internacionales.

Todo esto, porque, según el mismo autor, el sector público debe permitir la libre competencia de los productores privados sin imponer controles ya que la base de la propuesta económica es dejar que el sistema de precios dirija la producción. Las regulaciones, los precios fijos o los aranceles en el caso del

comercio exterior, solamente interrumpen el flujo de información del sistema de precios y obstaculizan el pleno desarrollo de las fuerzas económicas.

Los principios de este modelo modernizador suponen una reducción importante de la actividad económica estatal. En el caso mexicano, ésta se tradujo en la privatización de empresas públicas, en la apertura de nuevos espacios al capital privado, en la reducción del gasto público y la venta de mercancías. Se parte de que la función principal del Estado es el mantenimiento de un orden que permita el libre funcionamiento de los mercados, es decir, de las actividades productivas y comerciales, pero sin participar en ellas directamente. En consecuencia debe evitarse una serie de gastos gubernamentales que, por un lado aumentan los impuestos, y por el otro, producen inflación y generan ineficiencia. Esto incluye oficinas burocráticas, servicios de seguridad social, empresas estatales y gastos en educación.

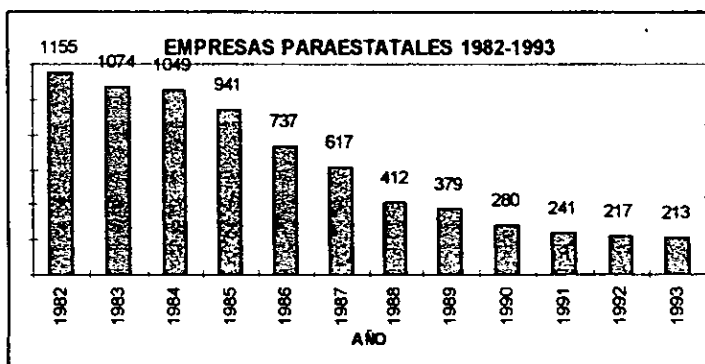
Pese a lo anterior, el modelo adoptado por los gobiernos de Miguel de la Madrid y Salinas de Gortari, no renunció por completo ni a las actividades productivas del Estado ni a su capacidad de dirección económica, fundamental para establecer las reglas dentro de las cuales opera el mercado.

Éste fue el sentido de las reformas a los artículos 25, 26, 27, 28 y 73 de la Constitución a partir de 1983. Fue así que se establece el sistema nacional de planeación y se define la economía mixta, con participación de los sectores estatal privado y social en las actividades económicas, precisando y restringiendo las áreas estratégicas reservadas para el Estado y estableciéndole la posibilidad de intervenir en las denominadas "áreas prioritarias del desarrollo". Esta última definición introdujo criterios de flexibilidad dentro de los cuales el gobierno en turno puede moverse tanto en el sentido de ensanchar la presencia del Estado en la economía como en la dirección contraria según las circunstancias. Por ejemplo, aunque la

petroquímica básica está definida como actividad prioritaria en el propio texto constitucional, la lista de productos considerados "básicos" se ha modificado repetidamente para permitir una participación privada cada vez mayor en este renglón. En sentido contrario, siguen reservándose al Estado áreas como los servicios de salud pública, el transporte ciudadano, la producción de energía eléctrica y desde luego, la extracción de petróleo y su refinación. De igual manera, el gobierno ha utilizado su capacidad directora para adjudicar las empresas estatales privatizadas a grupos de capitalistas que reúnen ciertas características, con base en criterios que no siempre se han hecho públicos.

Así, sin renunciar a la rectoría del proceso económico, los gobiernos de estos dos sexenios iniciaron un proceso acelerado de reducción del tamaño del Estado y de su actividad productiva. En 1982, cuando se inició el gobierno de Miguel de la Madrid, el Estado mexicano era propietario de 1,155 empresas; para 1988 sólo quedaban en su propiedad alrededor de 500 y 100 más, aproximadamente, se encontraban en vías de desincorporación para ser vendidas, liquidadas, fusionadas, o transferidas a los gobiernos de los estados. A su vez, el gobierno de Salinas de Gortari desincorporó en cinco años 390 entidades más. En 1993, restaban solamente 213 empresas estatales de las cuales 50 ya estaban programadas para su privatización, (gráfico 1-2).

GRÁFICO 1-2



FUENTE: "Centro de Análisis Macroeconómico", No. 24. Noviembre de 1994.

En forma paralela, se dio una apertura de nuevas áreas de inversión que hasta muy recientemente estuvieron reservadas al Estado y que hoy permiten la participación del capital privado. Además de la petroquímica básica, que ya mencionamos, ellas incluyen: construcción y administración de carreteras, puertos y otras obras de infraestructura, servicios urbanos, realización de obras hidráulicas y administración del servicio de agua potable, telecomunicaciones y administración de áreas verdes, entre otras. Además de cumplir con el principio de reducir la función económica estatal, estas medidas pretenden resolver, por vía de la inversión privada, la insuficiencia de la infraestructura en comunicaciones y abasto de energía que constituyen un obstáculo al desarrollo industrial. En abril de 1995, se aprobaron modificaciones a la Ley Reglamentaria del artículo 27 constitucional para permitir la participación del sector privado en la operación de ductos y terminales de almacenamiento de gas natural.

1.4. LA APERTURA COMERCIAL MEXICANA

1.4.1. La apertura al exterior

Las nuevas condiciones de la política mundial crean dificultades inéditas para la política internacional de México. Por un lado, la necesidad de cumplir con las líneas de política económica impuestas por organismos internacionales y la firma del acuerdo con Estados Unidos y Canadá tienden a limitar la autonomía de las decisiones internas, obligan a replantear el concepto de soberanía y vuelven particularmente delicada la actuación de México en la defensa de principios como la no intervención y la lucha por la paz que han sido parte de su política exterior a lo largo de todo el siglo.

Por otro lado, la extensión de los medios de comunicación sitúan a México, como otras naciones, en una suerte de escaparate mundial en la cual toda

acción que parezca amenazar la estabilidad interna, puede provocar reacciones adversas en los mercados, los flujos de capital o las condiciones de los acuerdos internacionales. Así, en 1994, la guerrilla en Chiapas, el asesinato del candidato presidencial y las elecciones presidenciales, y en 1995 la devaluación y la crisis económica, fueron objeto de la atención internacional y provocaron inquietudes que debieron ser disipadas, al menos en parte, por la diplomacia mexicana que se enfrenta hoy a la difícil tarea de mantener en el exterior una imagen de México que inspire confianza y le reintegre su lugar entre las naciones en vías de desarrollo.

Al lado de los cambios que han modificado la estructura económica y política del país, el nacionalismo empezó a ser combatido, no solamente en su contenido estatizante y proteccionista, sino en cuanto al conjunto de valores ideológicos que reforzaban una identidad nacional defensiva frente al exterior.

El presidencialismo, la rectoría económica del Estado y el manejo populista de las demandas sociales fueron aceptados como elementos de nuestra idiosincrasia nacional que debían ser protegidos tanto, como el respeto a la bandera. Sin embargo, en la última década la transformación, aunque parcial, de algunos de esos rasgos de la política mexicana ha debilitado el "nacionalismo revolucionario", llamado de ésta forma debido a que a lo largo de los años, éste pasó a formar parte del patrimonio del partido oficial como un pilar ideológico de la Revolución Mexicana de la postura nacionalista que dicho partido adoptara para ganar más adeptos. No obstante, al quedar debilitado éste pilar ideológico partidista, el gobierno se ve obligado a reconsiderarlo junto con los cambios que tienden hacia un sistema más plural y democrático. Así, en lugar del nacionalismo revolucionario, se empezó a perfilar un nuevo nacionalismo despojado de elementos populistas y chauvinistas, en el que la competitividad económica es vista como terreno de afirmación de la soberanía nacional, y usada como tácticas para ganar aceptación. Es decir, la forma en que igualan la competitividad económica a corto plazo y sin rumbo fijo con los avances en la afirmación de la soberanía

nacional nos ha llevado a una precaria competitividad económica frente a la nueva realidad globalizadora. De igual manera nuevos principios como la autoconfianza, la productividad y la eficiencia surgen como características deseables que deberían incorporarse a la cultura nacional e identificar a los nuevos mexicanos.

La alternativa que piensa seguir México, así como otros países, es la de promover las exportaciones no tradicionales. Basarse más en la integración al resto del mundo. Exportar más para tener las suficientes divisas con las cuales financiar el crecimiento, pero para hacerlo es necesario importar más, y abrir la economía al resto del mundo.

Del modelo de mercado protegido, México reorientó su economía hacia un modelo exportador más acorde con las exigencias de una economía mundial que se extiende más allá de fronteras nacionales y que se inclina hacia la creación de grandes bloques económicos, a partir de la actividad de las empresas transnacionales. La lógica del mercado exigió a los productores mexicanos hacer un esfuerzo de mejoramiento para competir con los extranjeros en igualdad de circunstancias: en 1985, México se adhirió al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio Exterior (GATT) organismo creado para fomentar el libre comercio entre naciones e inició un acelerado proceso de eliminación de barreras arancelarias. En menos de tres años, México pasó de país protegido a gran mercado de manufacturas de diversas procedencias.

Sin embargo, de acuerdo con el autor Benito Solís Mendoza, "para que ésta nueva estrategia funcione, se requieren ciertas reglas básicas, entre las que se encuentran las siguientes:

- Una estabilidad macroeconómica mínima. En periodos de alta inflación es muy difícil fomentar las exportaciones.

- Un buen manejo de la paridad por parte del Banco Central (ahora Banco de México). Fluctuaciones violentas del tipo de cambio elevan el costo esperado del comercio exterior.
- Una igualación de los costos internos a los externos. Impuestos, salarios, intereses o servicios excesivamente caros dificultan las exportaciones.
- Una eliminación de los controles de precios, así como de limitaciones a la entrada y salida de los oferentes y demandantes a los distintos mercados.⁶

Es así como México, al optar por la mayor apertura de su economía al exterior incorporándose al GATT en 1985, comienza a reducir los aranceles y las restricciones a las importaciones, por lo que las empresas han estado aumentando sus inversiones en modernización de equipo. Adicionalmente, el tipo de cambio real propiciaba una protección elevada. A pesar de lo anterior se tuvo una reducción de precios nominales en varios sectores, como el textil y el silvícola, como resultado de la apertura. Abrir más la economía, junto con la revaluación del tipo de cambio real, sometería a varios sectores a presiones muy fuertes en un plazo muy breve.

El tiempo se vuelve un factor muy importante en el ajuste que hagan las empresas. No es lo mismo hacer los cambios, que requieren diez años, en unos cuantos meses. Estos lo evidenciamos claramente con el caso de la Comunidad Europea, que como se expuso en el primer capítulo, su proceso de apertura y ahora unión económica ha requerido de décadas.

⁶ Benito Solís Mendoza, "*México hacia la globalización*". Comps. Federico Rubli K. y Benito Solís Mendoza. Diana. México. 1992: p.21.

CUADRO 1.4
COMPARACIÓN DE GRADOS DE APERTURA COMERCIAL DE MÉXICO
Y OTROS PAÍSES

(Exportaciones + importaciones / PIB)=%

PAÍS	1965	1970	1975	1980	1987	1989
México	19.8	7.3	6.5	23.7	31.3	32.6
Canadá	37.5	42.5	46.8	54.7	54.7	51.9*
EUA	9.5	1.1	16.1	20.9	18.2	19.3*
Japón	20.6	21.5	27.4	30.7	21.7	23.1*
Corea	30.8	37.6	64.4	75.2	81.4	n.a.
Tailandia	37.8	34.4	41.3	54.8	58.0	n.a.

FUENTE: IMF, "International Financial Statistics: anuario 1989".

NOTA: * corresponde a 1988.

De esta manera acelerada, es como en los primeros años de apertura, la entrada indiscriminada de productos del extranjero colocó en posición desventajosa a buena parte de la industria mexicana y la obligó a buscar reglas más favorables para la competencia. El problema se agrava porque en muchos países, inclusive Estados Unidos que constituye el principal comprador de productos mexicanos, seguían funcionando sistemas proteccionistas que hacían difícil el acceso de México a los mercados industriales y agrícolas. De hecho, los niveles de apertura comercial son contradictorios a los "deseos" y políticas enunciadas por los diferentes gobiernos que se manifiestan como una economía abierta. (Ver cuadro 1.4). Por lo que se dieron las primeras iniciativas para el establecimiento de un tratado comercial con Estados Unidos, mismas que llevarían a la negociación del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá que se firmó en agosto de 1993 y entró en vigor el 1º de enero de 1994. El Tratado estableció una serie de reglas para el intercambio comercial, no sólo en lo que respecta a la producción industrial, sino a la de productos agrícolas, comunicaciones, servicios y servicios financieros. Con ello, México cerró parcialmente sus fronteras hacia otros países (por ejemplo, mediante nuevos

aranceles a los productos que llegan de China) y se integró al que hoy constituye el bloque regional de Norteamérica.

Economistas, empresarios y funcionarios del gobierno coincidieron en señalar que el TLC no constituye una solución económica para el país, sino únicamente un cambio hacia el desarrollo del modelo exportador, a partir de la posibilidad de que México venda sus productos en un enorme mercado como el conformado por los dos países al norte. Sin embargo, el exceso publicitario realizado durante los dos años que duró el proceso de negociación del TLC, le dio a éste la apariencia de constituir la respuesta esperada a todas las dificultades económicas y el paso seguro hacia la prosperidad.

Un efecto del TLC y de otros tratados comerciales con Europa y Sudamérica, ha sido la creación de un entorno legal más favorable para el establecimiento de empresas de capital extranjero en el país. Diversas regulaciones que limitaban la participación de capital extranjero en más del 49% en ciertos rubros o que lo prohibían totalmente en ramas consideradas estratégicas, han sido modificadas para garantizar el ingreso de la inversión externa en empresas productivas que aprovechan el bajo precio de la mano de obra en el país y que son consideradas como una importante alternativa para la creación de fuentes de empleo en el país.

1.4.2. Limitantes del nuevo *modelo modernizador*

Las limitaciones y dificultades del modelo modernizador se pusieron de manifiesto con la crisis que caracterizó el fin del sexenio de Salinas de Gortari y el comienzo del gobierno de Ernesto Zedillo. Algunas de ellas habían sido anticipadas por autores que han advertido repetidamente acerca de los riesgos de una economía excesivamente confiada en la capacidad reguladora del mercado que, inevitablemente y no sólo en el caso de México, crearía desequilibrios regionales o causaría el colapso de las ramas industriales. En

los párrafos anteriores hemos hecho mención a los problemas que quizá contribuyeron a la crisis, tales como las limitaciones en infraestructura o las dificultades para ingresar en igualdad de condiciones a un mercado mundial en donde sobreviven formas de proteccionismo, como subsidios y aranceles a la agricultura. A continuación se señalan otros problemas estructurales que ya, desde la puesta en marcha del modelo modernizador, hacían prever problemas en el mediano plazo.

1.4.2.1. Estructura industrial desequilibrada

Una limitación importante para desarrollar un modelo exportador ha sido la gran desigualdad interna que caracteriza a la estructura industrial del país. Esta desigualdad se manifiesta, por un lado, en la concentración de capital en un número muy reducido de empresas, y por el otro, en la existencia de un amplio sector de empresas medianas, pequeñas y micro con niveles bajos de calidad y competitividad en la producción.

CUADRO 1.5
ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES 1993

Clasificación	Número de trabajadores	Número de establecimientos	% del total
Grandes	más de 250	2 481	1.95
Medianas	101-250	3 338	2.62
Pequeñas	16-100	20 374	15.99
Micro	1-15	101 226	78.20
TOTAL		127 419	100

FUENTE: CANACINTRA / SECOFI

Una estimación basada en el censo económico de 1988, señaló que en 1980 establecimientos manufactureros que constituían tan sólo el 1.27% del total en el país, eran responsables del 66% de la producción y del 49.5% del empleo. Otras fuentes calcularon que de 130 mil establecimientos industriales que funcionaban en México, solamente 2,481; esto es, el 1.95% empleaban a más de 250 trabajadores, lo que más o menos correspondía al

grupo de las muy grandes empresas industriales que mencionábamos antes. En el cuadro 1.5, se muestra como las empresas medianas, que son las que tienen entre 101 y 250 trabajadores, constituyen un 2.62%, mientras que las empresas con menos de cien trabajadores integran el 95% restante. De hecho, las cifras comprueban que la mayor parte de los establecimientos industriales en el país, el 78.2%, tienen menos de 15 trabajadores, por lo cual pertenecen al grupo de las llamadas "microempresas".

Ahora bien, acercando la lupa al grupo de grandes empresas manufactureras, se tiene que, de las 2,481 que señala nuestro cuadro, aún podemos reducir el grupo a mucho menos. Una revista de negocios, por ejemplo, publica anualmente una lista de empresas que son las principales del país en cuanto a ventas y producción. En 1993, doscientas empresas tuvieron ventas por un total de 340,575 millones de nuevos pesos. De ellos, 220 mil millones, es decir, el 64.5% había sido vendido por tan sólo 25 empresas. Eso pareciera decir que, aunque en el país hay 130 mil empresas industriales de todas dimensiones, sólo unas cuantas concentran la producción, el empleo, las ventas y las mayores ganancias. Son esas empresas también las que realizan las mayores exportaciones y, también las que importan productos del exterior en grandes proporciones. El tamaño y magnitud de su participación en la economía les confieren un significado importante en la vida económica del país: el cierre de una empresa grande puede significar la pérdida de miles de empleos, de la misma manera que la pérdida de valor de sus acciones en la bolsa de valores puede causar un pánico bursátil.

La concentración del poder económico de las grandes empresas, se esfuerza por la consolidación de grupos económicos que aglutinan a varias de ellas y que durante la última década se han beneficiado de cambios económicos como la privatización de empresas estatales y la apertura del país hacia los mercados internacionales. La política económica ha favorecido

la expansión del sector de grandes empresas que es el que ha comprado las empresas estatales y el que participa significativamente en la actividad exportadora, pero ha perjudicado a amplios sectores de la mediana, pequeña y micro empresas que encuentran muchas dificultades para que sus productos puedan competir con los fabricados por empresas extranjeras con tecnología avanzada y bajos costos de producción que pueden sustituirlos fácilmente. Adicionalmente no está por demás señalar la importancia social y económica que representa el fomentar a la micro, pequeña y mediana organización, ya que son un medio productivo de repartir el ingreso nacional de una manera menos inequitativa, disminuyendo con esto el descontento social.

En efecto, en el extremo opuesto funcionan modestamente las medianas, pequeñas y microempresas. Entre todas ocupan al 50% de los trabajadores industriales y responden por el 40% de la producción. Aunque sus dimensiones sean menores, muchas de ellas son importantes económicamente ya sea por el carácter especializado de su producción, por el monto de sus ventas o por la necesidad que otras industrias tienen de sus productos. La industria farmacéutica, la textil y la alimenticia cuentan con muchas empresas que podrían considerarse dentro de este grupo. Asimismo, por la clasificación que se hace en México, las empresas industriales incluyen a la industria restaurantera, por lo cual un buen número de establecimientos considerados pequeños son restaurantes de prestigio.

Sin embargo, la mayoría de las empresas industriales micro, pequeñas y medianas sobreviven con grandes dificultades. Sus problemas van desde un pobre nivel organizativo, escasa capacidad para adaptarse a los requerimientos del mercado y falta de tecnología apropiada, hasta la visión que el pequeño industrial tiene de su propia empresa que frecuentemente se caracteriza por su marcado carácter familiar y su muy pequeña disposición al riesgo. La pequeña empresa resiente además, las dificultades para obtener créditos y la poca capacidad del pequeño empresario para atender

dificultades fiscales, problemas burocráticos o asuntos de carácter gremial, ya sea por falta de preparación, de tiempo o de personal idóneo.

A pesar de que a lo largo de la década se han puesto en práctica diversos programas oficiales para apoyar a la micro, pequeña y mediana industria, las empresas se quejan de la falta de una política industrial amplia que les ayude a remontar los problemas para incorporarse al modelo exportador. Hasta hace muy poco, sin embargo el reclamo de las industrias pequeñas se ha enfrentado a la oposición de las grandes empresas que consideran que una "política industrial" que imponga directrices, controles y beneficios diferenciados a ciertas industrias estarían en contra de las reglas del mercado. A partir de la crisis de enero de 1995, ha sido claro que la pequeña empresa es la más afectada por las dificultades económicas nacionales, lo cual, a su vez pone en peligro a cerca de la mitad de los trabajadores del país cuyo empleo depende del funcionamiento del sector micro, pequeño y mediano de la producción.

1.4.2.2. Problemas en el sistema financiero

La importancia de la organización del sistema financiero es vital si se toma en cuenta que para el correcto funcionamiento de la economía se requieren fuentes de capital que favorezcan la inversión en nuevas empresas, maquinaria y creación de empleos. Un sistema financiero eficiente simplifica transacciones comerciales, alienta el ahorro interno y estimula la producción industrial.

El modelo modernizador favoreció la reorganización y fortalecimiento del sistema financiero privado a partir de la dinamización del mercado accionario, de la supresión de reglas para el funcionamiento de los mercados financieros y de la reprivatización de los bancos. En este último aspecto, toda una serie de instituciones privadas que funcionaron desde 1982 al amparo de las Casas

de Bolsa, se reagruparon en grandes grupos financieros que de inmediato adquirieron un enorme poder económico. Muchos de estos grupos financieros tienen importantes vínculos con otros grupos privados que son dueños de conglomerados de empresas industriales, comerciales y de servicios y que, a su vez, se beneficiaron con la privatización de empresas estatales.

En éste sentido, en México se presentan dos características que se combinaron para crear una situación de equilibrio precario: por un lado, la carestía de los créditos ofrecidos por la banca privada nacional llevó a que muy pocas empresas pudieran recurrir a ellos; por el otro, ante la baja capacidad del ahorro interno, el financiamiento empezó a depender exageradamente de préstamos hechos por bancos extranjeros y de capitales especulativos que se invertían en la bolsa de valores. Al flujo de capitales extranjeros contribuyeron algunas circunstancias externas, así como la creación de condiciones favorables dentro del país, tales como la sobrevaluación del peso y altas tasas de interés. Unas de las causas de la crisis de enero de 1995 es que, al devaluarse súbitamente el peso esos capitales especulativos se retiraron hacia otros mercados de dinero, mientras que los préstamos en dólares duplicaron su valor y, con él, el del pago de los abonos y los intereses correspondientes.

1.4.2.3. La estrategia de devaluación

Un problema que se presenta en esta crisis y que es recurrente en la historia económica del país, es la incapacidad de las diversas políticas monetarias, desde la devaluación de 1976, para manejar eficientemente las modificaciones en la paridad del peso frente al dólar. El ajuste de la paridad, que debería ser una cuestión técnica fácil de resolver dentro de ciertos límites razonables, se ha convertido cada vez que se presenta la ocasión, en un desajuste mayúsculo al ir acompañado de retiros masivos de capitales que se envían al exterior en detrimento de la estabilidad económica del país. Así,

en lugar de que se resuelva un problema de ajuste que permita condiciones más simétricas en el intercambio comercial, cualquier devaluación empeora los resultados del ajuste de la paridad en detrimento del peso y dificulta la recuperación de la economía.

1.4.2.4. El desequilibrio en la balanza comercial

Uno de los elementos para medir la salud de la economía es el equilibrio de su balanza de pagos que, de manera muy general, significa que el valor de sus importaciones sea semejante al de sus exportaciones. En el caso mexicano, la reforma económica buscaba sanear la balanza mediante la diversificación de las exportaciones que durante cerca de diez años habían estado basadas en la producción petrolera, la cual, al descender el precio de este producto generaba cada vez menores ingresos al país.

La promoción de la industria exportadora y la reducción de aranceles, favorecieron un cambio importante que se manifestó en un notable aumento de las exportaciones no petroleras durante el período 1982 a 1989. Sin embargo, en lugar de mejorar la balanza de pagos, la apertura comercial permitió un aumento de las exportaciones que se tradujo en una balanza crecientemente deficitaria. El problema es particularmente complejo si se toma en cuenta que las grandes empresas exportadoras del país son también las principales importadoras, lo cual pareciera crear un círculo vicioso que atrapa al comercio externo y que mantiene en jaque a la economía mexicana. En diciembre de 1994, cuando la devaluación del peso inició el desequilibrio generalizado de la economía, el déficit de la balanza comercial era de 18 mil millones de dólares; y aunque para 1996 mostró un superávit de 3 mil millones de dólares, debe tomarse en cuenta que en gran parte se debió a la baja en el poder adquisitivo de la población así como de la crisis económica que vivieron las empresas, y no a un aumento real de las exportaciones.

1.4.2.5. Desequilibrio tecnológico

La ciencia y la tecnología en los países industrializados desempeñan en la actualidad, por el avance pasado por el reto presente y futuro, un papel estratégico que las ha llevado a estar íntimamente ligadas a sus sistemas políticos, sociales, culturales y sobre todo económicos. No sólo los científicos sino también los politólogos y los economistas coinciden en afirmar que la investigación y el desarrollo tecnológico desempeñan un papel central en el proceso de desarrollo de un país.

El caso de Japón es un buen ejemplo de las políticas a seguir si se quiere alcanzar el status de país desarrollado. Esta nación ha establecido políticas y estrategias tecnológicas sectoriales, concertadas entre gobierno y empresas orientadas al logro de metas específicas y la creación de sus propias ventajas competitivas, lo que le ha permitido lograr un desarrollo industrial sostenido y competitivo a nivel internacional.

La disponibilidad de recursos económicos, materiales y humanos es un requisito indispensable para el éxito de una innovación. En caso de los recursos económicos es necesario que exista la concertación universidades-gobierno-empresa, las políticas y los canales adecuados para que el sector productivo invierta en investigación y desarrollo.

Los avances en la ciencia y en la tecnología definen en gran medida el desarrollo de las naciones, constituyéndose en uno de los principales factores que repercuten en la capacidad para mejorar las condiciones de vida para los pueblos, tanto en el ámbito material como en el cultural.

La modernización de la investigación científica en el mundo esta siguiendo como una línea de acción más frecuente la interacción entre ciencia, tecnología y producción.

Las dificultades planteadas por una clara insuficiencia de recursos, impidió poner en marcha el conjunto de proyectos tendientes a disminuir el atraso de México en materia de ciencia y desarrollo de tecnología, los cuales fueron planteados en el Plan Global de Desarrollo 1980-1982 como acciones de mediano plazo que sustentaron al Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico y Científico 1983-1988 (PRONDETYC).

El más reciente esfuerzo en esta dirección es el Programa Nacional de Ciencia y Modernización Tecnológica 1990-1994 (PNCMT) en el cual, con base en el actual Plan Nacional de Desarrollo apunta hacia la necesidad de promover la participación de los sectores social y privado en el financiamiento de la actividad científica, sin que ellos implique que el gobierno renuncie a sus responsabilidades en esta área.

El aparato de investigación científica y tecnológica de que dispone el país a pesar de su impresionante expansión durante los últimos años, continúa siendo insuficiente, pequeño, pobre y de carácter universitario y académico.

El contexto global nos enfrenta a la necesidad de tomar decisiones de fondo y actuar con gran rapidez para evitar situaciones sumamente peligrosas. Debe subrayarse e insistirse en que la estrategia de desarrollo científico y tecnológico debe ser producto de una concertación de objetivos entre los responsables de la dirección institucional en universidades y centros científicos y los de la política económica a nivel nacional.

Por otra parte, la tecnología será útil en el progreso de la sociedad solamente en la medida en que sus miembros tengan el entrenamiento y el conocimiento para utilizar esa tecnología. Por ello, la participación del sector productivo es igualmente importante. Su desarrollo en los próximos años depende en buena medida de la capacidad de competir globalmente, para lo cual requerirán insumos tecnológicos que solamente las universidades de excelencia podrán ayudar a utilizar adecuadamente, a través de la formación de cuadros de alto nivel. Por lo tanto para beneficio del propio sector, se debe

buscar la manera de preservar y aumentar la capacidad formativa de las universidades, no solamente mediante la vinculación en proyectos de corto plazo, para resolver problemas concretos, sino a través de la participación activa en la formulación de las políticas que fortalezcan la planta académica y los recursos materiales indispensables para su funcionamiento.

1.5. MÉXICO Y SU POLÍTICA INTERNACIONAL MODERNIZADORA

1.5.1. México y el cambio mundial

El mundo entero ha sido escenario de profundas transformaciones ocurridas a lo largo del último cuarto de siglo. Aunque algunos autores se refieren al proceso de cambio como la "globalización" para subrayar la nueva interdependencia económica y política que existe entre todos los países, el término se queda corto con respecto de la revolución productiva, técnica, cultural y política que abarca hoy a todo el planeta y cuyos alcances y consecuencias apenas se comienzan a advertir.

La nueva época se caracteriza por la conformación de un mercado global y por una nueva división internacional del trabajo, en la cual juegan un papel fundamental las grandes empresas multinacionales que distribuyen mundialmente las diferentes etapas de la producción. El funcionamiento de la gran empresa transnacional con una casa matriz y filiales en diversas partes del mundo, tiende a ser sustituido por el reparto mundial de las distintas fases de la producción con base en criterios de costos y acceso a mercados. Así, empresas cada vez más cosmopolitas, con poco apego a sus orígenes nacionales, concentran tareas de diseño y comercialización en los países avanzados, mientras que trasladan sus fábricas a otras partes del mundo en donde los costos de fabricación sean más baratos. Este cambio impulsa el espectacular brinco económico, a partir de la producción maquiladora, de

países como Corea, Taiwan, Hong Kong y Singapur, conocidos actualmente como los *cuatro tigres*.

Al mismo tiempo la revolución tecnológica modifica las necesidades de la producción, en donde se dejan de requerir grandes cantidades de materias primas que son sustituidas por productos de biotecnología agrícola o por chips de computadora. La incorporación de tecnologías avanzadas desplaza mano de obra y transforman los procesos de trabajo. Vinculando a las necesidades tanto de la producción como del tiempo libre, el sector de servicios crece enormemente en todo el mundo.

En lo político, la época esta señalada por el derrumbe del bloque socialista y por la adopción de regímenes de gobiernos democráticos en países de todo el mundo, en una tendencia incontenible que se bautizó como la "tercera ola", aún antes de que alcanzará a las naciones de Europa Oriental. El cambio hacia la democracia y la economía de mercado, por parte de países socialistas, ha llevado a su vez al fin de la guerra fría, como lo es el caso de Cuba actualmente, y al replanteamiento de las relaciones entre las grandes potencias que dejan de estar guiadas por criterios geopolíticos para dar cabida a nuevos criterios de reparto económico del mundo en donde empiezan a conformarse grandes bloques de naciones que comercian entre sí y establecen reglas para compartir productos regionales.

Por otra parte, se refuerza la tendencia hacia la dirección económica centralizada en grandes agencias internacionales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional los cuales establecen patrones de comportamiento que deben regir en todos los países para el mantenimiento del orden económico mundial.

La capacidad de estos grandes organismos para otorgar créditos y decidir polémicas financieras les otorga un enorme poder sobre otros países que ven deslizada su capacidad para decidir autónomamente sus políticas de desarrollo, de hecho, factores como la presencia de estos organismos

supranacionales y la integración de grandes bloques económicos como el constituido por los países europeos o más recientemente por el Tratado de Libre Comercio entre los países de América del Norte vuelven más frágiles las fronteras políticas y obligan a reconsiderar los conceptos de nación y nacionalidad que permitieron la consolidación de los países del mundo entre el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX.

En más de un país de Europa Oriental, la implantación de la democracia pasa por la recuperación de la conciencia nacional, lo cual mantiene abierto el debate acerca de si el requerimiento de expandir el comercio internacional debe llevar a la desaparición de las fronteras o si los valores y la soberanía de cada pueblo deben ser protegidos por encima de consideraciones globalizadoras. Estas consideraciones deben ser tomadas en cuenta al trazar la estrategia de la política económica a seguir; sobre todo, cuando observamos que en Europa, Asia y África las diferencias regionales, raciales y religiosas provocan violentos conflictos y un nuevo fundamentalismo religioso en los países musulmanes desafía a las democracias occidentales.

En lo económico, la década que se extiende entre 1980 y 1990 ha sido llamada por numerosos autores como "la década perdida", para señalar las consecuencias de la crisis de la deuda externa y la hiperinflación que afectaron a las naciones latinoamericanas. Señalan, entre otras cosas, el severo retroceso en el crecimiento económico que de acuerdo con los informes de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) se redujo la región al 1.2% anual, en tanto que el producto por habitante cayó hasta 10% menos que el de una década atrás. La pobreza creció notablemente en el periodo, al punto que para 1989, el porcentaje de pobres en Latinoamérica se calculaba en 65% de la población, 9% más que en 1980.

1.5.2. La nueva política internacional

En el ámbito de la relaciones internacionales, la política modernizadora implicó una nueva relación con los países del mundo en general y con los Estados Unidos en particular. En cuanto a los primeros, las acciones de México estuvieron encaminadas a aumentar su presencia en foros internacionales y a crear reglas más equitativas para el funcionamiento del intercambio comercial. Respecto a Estados Unidos, lo político se rigió por un nuevo concepto acerca de las necesidades de estrechar lazos económicos con el país que es el mayor cliente de los productos mexicanos de exportación, que recibe un enorme flujo anual de inmigrantes mexicanos y que representa la fuente principal de inversión externa en nuestro país. Así la relación entre las dos naciones, tendió a buscar un acercamiento a partir de cuestiones en que ambos países estuvieron de acuerdo y a la discusión por separado de problemas particulares.

La nueva política internacional se inició en el gobierno de Miguel de la Madrid con el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio Exterior (GATT) en 1985 y continuó en el gobierno de Salinas con la participación de México en una serie de organismos de cooperación económica tales como Acuerdo-Marco de Cooperación Económica con la, entonces, Comunidad Europea (1991), la Conferencia de Cooperación Económica del Pacífico (1991), el Grupo de los Tres (con Colombia y Venezuela) y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (enero de 1994). Todos estos acuerdos estuvieron encaminados en lo general, a establecer lineamientos dentro de los cuales se desarrollará el comercio entre las naciones firmantes para garantizar una reciprocidad en el trato y asegurar que la apertura de la fronteras mexicanas encontrará eco en la eliminación de barreras proteccionistas de otros países. El esfuerzo del gobierno por crear para México un lugar como Nación Moderna con liderazgo latinoamericano en el impulso del libre comercio fue recompensado en 1994 con el ingreso a la OECD (Organización para la

Cooperación Económica y el Desarrollo) que agrupa a los grandes países capitalistas.

Una mención especial merece el Tratado de Libre Comercio que entró en vigor el 1º de enero de 1994 y cuya necesidad surgió de las dificultades que se presentaron durante los primeros años de funcionamiento del modelo exportador. Durante el largo periodo de su negociación que se inició en 1990 y en la cual participaron de manera destacada las organizaciones empresariales mexicanas, el TLC se convirtió en un símbolo de modernización del país. Ello se debió, no solo a que su firma representaba la consolidación de la apertura comercial, si no a que la integración del bloque en Norteamérica creaba la promesa del crecimiento económico vinculado al crecimiento de las exportaciones y al traslado de empresas norteamericanas a territorio mexicano con la consecuente creación de empleos.

1.5.3. El futuro económico de México

En 1995, la crisis del modelo modernizador obliga a pensar en alternativas que, sin regresar al viejo modelo proteccionista pero, al mismo tiempo sin la ortodoxia de un esquema neoliberal que ha probado sus limitaciones, lleven a un funcionamiento más racional y equitativo de la economía. Al control de la inflación que, en un primer momento pareció anteponerse como prioridad a cualquier otro problema, debería seguir una política integral que pugnara por el fortalecimiento de las empresas industriales y el sostenimiento del empleo. En ello resulta fundamentalmente el definir las responsabilidades respectivas de los sectores estatal y privado para establecer compromisos que estimulen la producción y que al mismo tiempo impidan el retiro brusco de los capitales, la tendencia a la monopolización y la excesiva concentración del ingreso.

Así pues, México, reconociendo sus retos y oportunidades de crecimiento, ha estado a la vanguardia de los cambios económicos mundiales como lo

demuestra el ingreso al GATT en 1986, la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio Con Estados Unidos y Canadá en 1994, así como los acuerdos de Complementariedad Económica con otros países de América Latina. Aún cuando falta mucho por lograr, los éxitos iniciales de la apertura comercial muestran la recuperación del crecimiento económico en los últimos tres años, así como el crecimiento y la transformación de la estructura de las exportaciones. Las exportaciones no petroleras, principalmente las de manufacturas, han crecido a un promedio de 15.5 % entre 1983 y 1989, representando ahora dos terceras partes de las exportaciones totales, mientras que en 1983 el 72 % de las exportaciones estaban constituidas por petróleo. Sin embargo, es aventurado emitir una opinión definitiva acerca de los resultados que para éste fin de siglo obtenga México de seguir ésta política modernizadora de apertura comercial.

CAPÍTULO DOS

LAS EMPRESAS MEXICANAS ANTE LA APERTURA COMERCIAL

CAPÍTULO DOS

LAS EMPRESAS MEXICANAS ANTE LA APERTURA COMERCIAL

2.1. LAS EMPRESAS MEXICANAS, PREVIA APERTURA COMERCIAL

Habiéndose explicado el desenvolvimiento de los sucesos que a nivel macroeconómico propiciaron la apertura comercial, es necesario hacer un análisis más de cerca y profundo de la situación en torno a las manufacturas mexicanas. Con ello, podremos ubicar con mayor precisión el ambiente en que se mueven las industrias mexicanas y especificar el cómo, cuándo y porqué de la situación actual que viven éstas. Así mismo, ésta base nos será de gran ayuda para explicarnos, de una manera más clara, el entorno de las industrias del ramo textil, de la confección y de vestido, motivo de la presente investigación.

2.1.1. La herencia del modelo proteccionista

Podría pensarse que para mediados de los setenta el país contaba con una base industrial diversificada y sólida que marcaba un contraste muy notorio respecto de la estructura económica que prevalecía a mediados del siglo. Sin embargo, aunque en efecto, la contribución de las diversas industrias al PIB de México alcanzó una proporción significativa y la industria se convirtió en una valiosa fuente de generación de empleos y en factor clave del crecimiento del ingreso nacional, también es cierto que las circunstancias que permitieron dicho crecimiento fueron a la vez causantes de diversos problemas que trataron de ser "tapados con un dedo" pero no fueron resueltos en efecto; es decir, se les dio solo una solución a corto plazo.

Entre los problemas más relevantes cabe mencionar el descontento que se tenía, desde entonces, respecto a las deficiencias de calidad de los

productos de diversas ramas industriales, así como que los costos de la producción nacional excedían en muchas ocasiones a los correspondientes de los artículos fabricados en otros países. Es decir, la industrialización nacional estaba generando una producción ineficiente de bienes y servicios, consecuencia del elevado proteccionismo contra las importaciones que se había aplicado de manera ininterrumpida por 20 años. De esta forma se había impedido que el avance de la productividad en otras economías constituyera, por la vía de la competencia en los mercados de bienes y servicios, una presión para que los fabricantes mexicanos elevaran cotidianamente la productividad de sus empresas.

Otra de las deficiencias notorias de la industrialización por sustitución de importaciones fue el lento progreso tecnológico de numerosas industrias en aquella época. La ausencia de condiciones reales para que las empresas incrementaran su productividad se reflejó en una escasa valoración de la tecnología industrial como factor de competitividad. Ya entonces eran frecuentes las exhortaciones de las más altas autoridades industriales del país para que los fabricantes modernizaran su planta productiva, como los métodos de producción, mediante el mejoramiento de su tecnología.

El reconocimiento de que la estrategia industrial de México demandaba una reorientación para continuar su rumbo exitoso y disminuir los obstáculos que se le presentaban fue patente durante la primera mitad de los setenta. Sin embargo, la necesaria redefinición de la política industrial se postergó todavía algunos años debido a que el extraordinario aumento de los ingresos petroleros hizo posible tolerar la desaceleración del crecimiento de la productividad y del ingreso en México.

El menor dinamismo de la actividad industrial privada se compensó con una expansión de la del sector público, para evitar pérdidas en el nivel de empleo. Asimismo, a fin de estimular las operaciones industriales del sector privado, comenzaron a generalizarse los subsidios. Todo esto, al cabo de

varios años en que se practicó casi de manera ininterrumpida, si bien logró mantener la tasa de ocupación bastante alta, empeoró el déficit en las finanzas públicas y en la balanza de comercio exterior; aceleró la inflación, exacerbando la desalineación de precios relativos, en particular el tipo de cambio de la moneda, y aumentó notablemente la acumulación de deuda pública, sobre todo en el extranjero.

2.1.2. La crisis financiera internacional de 1982 como detonador de la reorientación estratégica de la industrialización

La línea del “progreso económico y social” que México había seguido durante décadas, se interrumpió de pronto en agosto de 1982, al incumplirse el servicio de la deuda externa contratada. Desde entonces se entró en un periodo de estancamiento caracterizado por frecuentes desequilibrios macroeconómicos y la búsqueda de un nuevo modelo de crecimiento. De este modo, a las deficiencias estructurales de la economía se añadieron efectos coyunturales desfavorables como lo fue:

- La sustracción de recursos de la economía para el pago de los compromisos financieros renegociados, lo que disminuyó de manera significativa los fondos que hubieran podido canalizarse a la inversión y al consumo.
- El déficit de las finanzas públicas y su saneamiento implicó absorber mayores recursos de la comunidad, vía fiscal e inflación.
- El desmantelamiento gradual del sector público y su traspaso al sector privado, así como la consecuente baja notoria en la inversión pública.
- Se realizó una acelerada e indiscriminada apertura comercial de índole unilateral y sin compensación externa.

- Los programas oficiales de estabilización económica y/o los acuerdos de concertación económica cumplieron su cometido, pero a costa de reducir la demanda agregada interna.
- Como uno de los resultados del punto anterior, el nivel de vida de la gran mayoría de la población se deterioró notablemente; como se muestra en el cuadro 2.1, se multiplicaron el subempleo y la desocupación por carencia de fuentes de trabajo.
- Al mismo tiempo, y con su respectivo costo, se mantuvo la tradicional estabilidad social y política.

CUADRO 2.1

NIVEL DE EMPLEO EN LA ACTIVIDAD MANUFACTURERA

AÑOS	PEA	EMPLEADOS (millones)		Desempleo o abierto	Masa salarial respecto al PIB (%)	TRABAJADORES EN MANUFACTURAS		SALARIOS REALES (1980=100)	
		Sector formal	Sector informal			Total (millones)	Respecto al total del empleo formal (%)	Mínimo urbano	Manufacturas
1979	21.29	19.07	0.26	1.96	37.7	2.31	12.1	108	103
1980	22.07	20.28	0.29	1.50	36.0	2.43	12.0	100	100
1981	22.84	21.55	0.38	0.91	37.5	2.56	11.9	102	103
1982	23.63	21.48	0.26	1.89	35.2	2.51	11.7	90	104
1983	24.50	21.00	1.25	2.25	29.4	2.33	11.1	75	81
1984	25.40	21.48	1.65	2.26	28.7	2.38	11.1	70	75
1985	26.32	21.95	2.02	2.34	28.7	2.46	11.2	69	76
1986	27.28	21.64	2.45	3.19	28.5	2.40	11.1	63	72
1987	28.28	21.84	3.35	3.08	26.4	2.42	11.1	59	73
1988	29.31	21.89	4.22	3.20	24.5	2.43	11.1	52	72
1989	30.38	22.15	4.92	3.31	23.7	2.50	11.3	48	78

FUENTE: Elaboración propia con base en "Perspectivas económicas de México", Grupo CIEMEX-WEFA, Vol. XXII, No. 3. Octubre de 1990.

Fue entonces que el gobierno de la República, correspondiente al sexenio 1982-1988, emprendió los cambios que necesitaba la economía, tanto en el plano de ajuste macroeconómico para corregir los desequilibrios fiscal y comercial, bajar la inflación y realinear los precios relativos; como el del cambio estructural, para darle nuevamente viabilidad al crecimiento industrial, sin depender de manera crucial del sector público, y, para redimensionar la deuda externa conforme a la capacidad de pago de la economía nacional.

Es así que la crisis financiera internacional de 1982 llevó al gobierno mexicano a negociaciones de emergencia, se impuso el control de cambios y tuvieron lugar devaluaciones masivas de la moneda mexicana, sin antecedentes históricos. Las grandes empresas acostumbradas a que el resto de la economía les facilitara las divisas ante su aparente incompetencia como exportadoras, en esos momentos comprendieron el peligro de su vulnerabilidad. La deuda bruta externa del sector privado a fines de 1982 sumó 23 907 millones de dólares. En poco tiempo las grandes empresas deudoras descubrieron su grado de insolvencia y la quiebra de sus estados financieros. Esto era equivalente a una economía de guerra; necesitaron echar mano de todas sus opciones de sobrevivencia.

La política industrial, en particular, exhibió modificaciones radicales: el modelo de industrialización del país se encaminó así con claridad y espíritu de permanencia hacia el exterior, de manera que la producción de las exportaciones sirviera como base para la expansión sucesiva de la producción, la generación de empleo y la ampliación del ingreso nacional.

Para lograr esto, el gobierno creó un conjunto de condiciones dentro del país, cuyo común denominador es la generación de un entorno más competitivo que induzca a las empresas a incrementar rápida y constantemente su productividad. Entre las medidas o elementos principales que a partir de entonces conforman la nueva política industrial de México, se encuentran las siguientes:

- La disminución de la protección que aplicaba contra la entrada de importaciones. Así se redujeron las tasas arancelarias, sobre todo a partir de 1985, y se eliminaron las barreras no arancelarias sustituyéndolas por aranceles que constituyen un instrumento más transparente par el manejo de la política de comercio exterior.
- La entrada más libre de las importaciones representa un aliento a la promoción de las exportaciones mediante dos canales principales: Por un lado, los productores nacionales que veían impedida su participación en los competidos mercados del exterior, como consecuencia de que no encontraban en el país los insumos que requerían en condiciones de calidad y costo semejantes a las de sus competidores extranjeros, a partir de la liberalización de las importaciones pueden obtener en el exterior esos insumos que les son fundamentales para asegurar su competitividad. Por otro lado, la entrada libre de las importaciones permite que los consumidores puedan escoger en el mercado nacional entre los bienes y servicios fabricados en el país y los de procedencia externa, de modo que los productores mexicanos tienen que ofrecer productos cuya calidad y precio no sean inferiores a los internacionales.
- Cuando se alcanzan niveles de eficiencia productiva comparables a los del extranjero, la producción nacional tiene amplias posibilidades de crecer para satisfacer los mercados de otros países. Fue por ello que para asegurar el acceso libre y permanente de los productos mexicanos a los mercados de otras naciones, México suscribió en 1985 el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT). Este es un marco en que las partes contratantes sostienen la voluntad de mantener abiertos sus mercados locales para la libre concurrencia de los productores de todos los suscriptores del Acuerdo.
- Así mismo, desde mediados de los ochenta, se revisaron las reglamentaciones aplicables en materia de inversión extranjera. El flujo

de capitales desde el exterior para invertirse en las industrias mexicanas ofrece una triple ventaja. Por un lado es un recurso financiero complementario del ahorro interno para las inversiones y para la generación de nuevos empleos. Por otro lado, en una economía abierta, conlleva a la entrada de tecnologías competitivas a nivel internacional, facilitando así una más rápida consecución de niveles de competitividad internacional para la producción de las industrias mexicanas. Junto con ello, ofrece canales de comercialización de la producción local hacia los países originarios de la inversión, reforzando la capacidad del país para exportar. Sin embargo la revisión de las reglamentaciones en materia de inversión extranjera, dio como resultado un marco muy ventajoso para los inversionistas extranjeros y al mismo tiempo, un panorama muy desprotegido para la economía mexicana; ya que es éste precisamente, un factor que más tarde contribuye de manera principal a la crisis manifestada en diciembre de 1994.

- Otro elemento de la política industrial fue la disminución y, en muchos casos, la eliminación de los estímulos fiscales y financieros que se habían otorgado a la industria en épocas anteriores. Aquellos estímulos, si bien favorecieron la ampliación de la capacidad productiva de la gran mayoría de las industrias nacionales, también tuvieron el efecto indeseable de subsanar con frecuencia las ineficiencias productivas de gran número de empresas. La bondad del subsidio como instrumento de apoyo temporal y selectivo se pierde cuando su generalización y permanencia lo hacen sustituto de la rentabilidad intrínseca de las actividades industriales privadas.

En este sentido, la nueva estrategia industrial de México busca que la competitividad de nuestros productos se base en condiciones reales de productividad y eficiencia de las empresas y no en elementos artificiales externos a las mismas, que hacen posible una disminución de sus costos de producción por la vía de acumular deudas en el sector público del país. De

esta manera, a finales de 1988 el saldo de la deuda bruta exterior del sector privado se había reducido a 7 114 millones de dólares y en 1989 era de 6 056 millones. A este nivel de saneamiento la gran empresa en México había recuperado ya su poder crediticio y reivindicaba la obtención de préstamos internacionales, aunque en términos menos favorables.

Los principales factores que les permitieron superar la crisis a las grandes empresas fueron:

- Las enormes devaluaciones, que en moneda extranjera encarecieron mucho la deuda externa, provocando otro efecto: se convirtieron en un tremendo aliciente para los exportadores al ofrecer ganancias cambiarias con márgenes que superaron el 30% de los precios de venta, algo sin precedente en México. Se abarataron significativamente sus insumos, tanto de los materiales como de la mano de obra, pagaderos en moneda nacional. Terminando así con el tradicional sesgo antiexportador del tipo de cambio sobrevaluado que abarata las importaciones y penaliza las ventas externas.
- Como un efecto colateral de la nueva política cambiaria se pudo prescindir de los subsidios financieros en las tasas de interés preferencial de la banca oficial para promover las exportaciones e incluso se decidió la desaparición del Instituto Mexicano de Comercio Exterior. Ambos con el beneplácito de las grandes empresas.
- Un resultado de la devaluación cambiaria fue que por algún tiempo la apertura comercial, que sobrevino con el desmantelamiento del sistema altamente protector, dejó un elevado margen de encarecimiento de las importaciones. De esta manera, la competencia externa afectó muy poco los mercados internos de las grandes empresas. Sin embargo, su efecto favorable como aliciente

exportador no parece que haya sido general ni significativo en estos años.

- Al mismo tiempo, se dieron mayores facilidades para evitar la escasez de insumos de importación básicos para la producción exportable. El control de cambios favoreció el uso de divisas para este propósito por parte de los exportadores.
- La constitución, a principios de 1983, del Fideicomiso para la Cobertura de Riesgos Cambiarios (FICORCA), administrado por el Banco Central, fue otro elemento clave en favor de la gran empresa. No solamente le aseguró la entrega futura de divisas a un precio incluso por debajo del mercado "libre", cubiertas en moneda nacional, sino que implicó un respaldo para que el banco acreedor y/o la empresa proveedora del exterior aceptaran diferir sus cobros. Incluso esta situación de emergencia sirvió para renegociar esas deudas en mejores términos, incluyendo descuentos importantes en repagos posteriores y que redujeron los montos inicialmente contratados. En algunos casos esto implicó ahorros considerables.
- La política económica después de 1982 tuvo dos fases, una inflacionaria y otra de ajuste o de estabilización. En ambas hubo dos elementos muy favorables a las empresas con potencial exportable. Uno fue el estancamiento o la declinación de la demanda agregada interna, según los mercados de los productos afectados, que arrojó excedentes susceptibles de comercializarse en el exterior. El otro, el abaratamiento en términos reales de la mano de obra y de otros insumos importantes de origen nacional, en especial los bienes y servicios básicos producidos por el sector público como energéticos, productos petroquímicos y otros; sea esto por el índice de precios internos deflacionado o por su valor equivalente en moneda extranjera. A ello hay que añadir la política fiscal favorable que permitió

absorber pérdidas cambiarias y los créditos de emergencia en defensa de la planta productiva y de las fuentes de empleo.

- La mayoría de las grandes empresas había realizado cuantiosas inversiones para ampliar y renovar su capacidad de producción. Aquéllas dispusieron de equipo y tecnología importados, personal especializado y adecuada organización que les brindaba escalas de producción relativamente eficientes. A ello también habían contribuido los créditos externos abundantes y baratos concertados con la banca internacional.
- Los incentivos mayúsculos existentes, los recursos disponibles y la asesoría externa se conjuntaron para que las grandes empresas dieran una rápida reestructuración de sus procesos productivos al cerrar algunas plantas y operar y ampliar las más eficientes, las capaces de producir en términos competitivos internacionales.
- Aunque muy deficiente y con algunos cuellos de botella, ya existía una importante infraestructura que prestaba los servicios indispensables a la gran empresa: vías de comunicación, transportes, almacenes, puertos, energéticos, agua, telecomunicaciones, etcétera.
- Antes de la crisis económica algunas empresas, sobre todo transnacionales, estaban instalando plantas en México para producir manufacturas de exportación de acuerdo con las decisiones de sus casas matrices.
- En el área de la comercialización externa también coincidieron factores excepcionalmente favorables. De 1983 a 1989 la economía mundial sostuvo una moderada expansión y mayor en los intercambios comerciales. En esos años Estados Unidos, el principal mercado para los productos fabricados en México, registró un

crecimiento enorme de sus importaciones, a pesar de algunas trabas que impuso su gobierno.

- En particular, parece que fue destacada la ayuda externa que esas grandes empresas recibieron de otras en el exterior, ya sea de sus proveedores o de sus matrices; tanto o más interesadas en colocar ventas para recuperar sus préstamos. Y esto no es difícil, dada la importancia de las operaciones intrafirmas dentro del comercio internacional tomando en cuenta su influencia en los mercados.

Es así como con ésta nueva estrategia industrial, se hace aún más notorio que antes, el fortalecimiento de las grandes empresas al ser éstas las que, en su lucha de sobrevivencia, lograron "pasar el trago amargo" del nuevo modelo modernizador, ya que en función de éste y como una de las bases argumentales del mismo, hoy observamos que las unidades de producción individuales y los países que tienden a ganar terreno en la economía mundial no son siempre los que cuentan con los mejores recursos naturales, la mejor posición geográfica, ni el clima más templado. Más bien, el éxito depende de la habilidad con que cuentan las unidades de producción de esos países para identificar y propiciar oportunidades que puedan aprovechar antes que otros competidores. En efecto, muchas de estas oportunidades no surgen espontáneamente, sino que se crean mediante un proceso consciente para desarrollar ventajas competitivas como son: la preparación superior de los recursos humanos, la generación y el dominio de nuevas tecnologías, el adentrarse en áreas científicas con anticipación a otros, el desarrollo de una disciplina de investigación y cultura innovadores, etcétera.

Esto viene a romper con la creencia de que la mano de obra barata es la base principal sobre la que debe descansar el crecimiento y desarrollo industrial. Ya que: "En la actualidad, la mayor parte de los países que avanzan con rapidez en el terreno económico mundial basan su éxito en la calidad de los técnicos, los profesionistas y en general las personas educadas que

trabajan en sus unidades de producción, en contraste con lo que ocurría en otras épocas, cuando la abundancia de los recursos naturales, de energéticos y de mano de obra barata eran factores fundamentales para el desenvolvimiento de una nación en el contexto económico internacional.”¹

No podría ser de otra manera en una época de acelerado cambio tecnológico y de creciente integración de los mercados. En la nueva competencia, es el talento con que se desarrollan las habilidades y capacidades cognoscitivas que se acumulan, y no los recursos estáticos con que se cuenta, lo que determina la velocidad a la que progresan y se desarrollan las naciones.

Desafortunadamente, “las condiciones imperantes durante largo tiempo en la economía mexicana, salvo contadas excepciones, no proporcionaron una cultura empresarial en la que la productividad, la calidad y la tecnología se consideran factores *integrantes* de un negocio en marcha, como si es el caso en otros países industrialmente más exitosos”²

2.1.3. La política industrial en los noventa

“...México presenta niveles reducidos de intensidad tecnoindustrial debido a un patrón de crecimiento que protegió y politizó exageradamente el desarrollo industrial. La crisis de los ochenta levantó nuevos obstáculos al cambio técnico pues condujo, entre otros resultados, a la ruptura de cadenas productivas y a una febril intermediación financiera que lo inhibieron significativamente. Los intentos estabilizadores de los últimos años pretenden subsanar este retroceso.”³

¹ Roberto Y. Villarreal Gonda. “La reorientación del modelo industrial de México”, p. 147. Ponencia recopilada en el libro: “*Industria, comercio y Estado. Algunas experiencias en la Cuenca del Pacífico*”, Martínez Legorreta, Omar, comp. El Colegio de México. México 1991.

² *idem.*, p. 154.

³ *idem.*, p.73.

La estrategia propuesta por el Ejecutivo para la modernización de la industria y del comercio durante el periodo 1990-1994, contenida en el Programa Nacional de Modernización Industrial y del Comercio Exterior 1990-1994, plantea el avance con base en cinco ejes rectores: La internacionalización, la promoción de las exportaciones, el fortalecimiento del mercado interno, el desarrollo tecnológico del aparato productivo, la desregulación de las actividades económicas.

Todos estos puntos fueron indiscutibles pero no se alcanzaron satisfactoriamente, y la controversia se origina cuando se plantea la forma en que debieron alcanzarse. Ya que en la opinión de los expertos, las medidas que en función de los cinco puntos señalados anteriormente, se aplicaron de manera acelerada y en un plano de desigualdad; lo que dio al traste con un gran número de empresas mexicanas.

Aunado a esto, la crisis de confianza que se suscita con los hechos ocurridos durante 1994; sobretudo el asesinato del candidato del PRI a la presidencia de la República Luis Donaldo Colosio para el sexenio 1994-2000, así como los asesinatos sucesivos de personajes de la política mexicana, propicia un ambiente macroeconómico inestable que repercuten en el deterioro de la economía nacional. Por lo que es importante recalcar que la estabilidad macroeconómica es indispensable para el ahorro y la inversión nacionales. De ahí el hincapié que la actual administración ha puesto en lograr la permanencia de la estabilidad macroeconómica.

Por otro lado, la opción de las empresas de adoptar esquemas globalizados, puede ofrecer un potencial de crecimiento superior a otras formas de su desarrollo que imponen las restricciones geográficas. También la globalización puede ser una manera de garantizar la supervivencia de la empresa y por tanto el avance de las economías.

El camino hacia la globalización parte de las empresas y es gradual; generalmente se inicia con la exportación de bienes y servicios, que las

induce a desarrollar funciones de mercadotecnia, ventas y distribución fuera del contexto en el que operan en el mercado local.

Con la exportación las empresas buscan la proximidad geográfica con los clientes, por lo que es común que éstas tengan que ampliar áreas de su sistema empresarial en nuevos mercados. Esta reproducción, que distingue a la compañía internacional, no asegura por sí sola una garantía de crecimiento y rentabilidad a largo plazo, por lo que eventualmente las compañías se ven precisadas a optimar su estructura estableciendo un modelo globalizado de operaciones, en el que cada función debe estar situada en la localidad más adecuada a nivel internacional.

En este sentido, son pocas las compañías en México que han tomado la decisión de internacionalizarse y de funcionar con esquemas globalizados; no obstante, ésta es una realidad ineludible en el mediano plazo para todo tipo de firmas ante la liberalización y regionalización de los mercados, que propicia el surgimiento de una nueva gama de productos y servicios demandados por los consumidores.

Esta nueva "opción de integración" a la globalización comercial, se afronta con grandes dificultades si se toma en cuenta que en el periodo de los años setenta y ochenta, se dieron las siguientes condiciones, sin olvidar que se mencionan únicamente las principales y no todas las circunstancias que se dieron en ese periodo:

- Un lento crecimiento de la productividad manufacturera.
- Falta crónica de dominio de tecnologías asociadas a la fabricación de ciertos productos, como los bienes de capital.
- Escasa proporción de exportaciones debidas a la tecnología industrial; comparadas, por ejemplo, con las exportaciones de productos primarios .

- Eran, y siguen siendo, pocos los recursos que las empresas destinan a la investigación y el desarrollo tecnológicos, ya que rara vez ascienden al 1% de sus ventas.
- El acercamiento de las empresas a los centros o institutos de investigación y desarrollo es poco frecuente, lo que se refleja en un bajo número de consultorías tecnológicas. Además, un aspecto sumamente importante es el de las remuneraciones al trabajo, en general, y al personal que a todos los niveles tiene la responsabilidad del mejoramiento de la productividad, la calidad y, en particular, de la tecnología. En efecto, a partir de la crisis económica iniciada en 1982, las remuneraciones reales han caído en proporciones muy grandes. Esto ha provocado el flujo de recursos humanos tecnológicamente calificados hacia ocupaciones en las que muchas veces no desempeñan sus habilidades técnicas, pero que son económicamente más redituables. En especial, es preocupante el desmembramiento de grupos de investigación científica y tecnológica, cuyos investigadores se dedican a otras actividades en el país, si no que en muchos casos emigran al extranjero.
- Escaso aprovechamiento, por parte de las empresas, de los fondos e instrumentos financieros disponibles en el país para actividades tecnológicas. Sin embargo, actualmente se reconocen en esto diferentes problemas. En primer lugar, que el monto de los recursos privados y públicos destinados a financiar estas actividades es bajo: el gasto total en actividades de investigación científica y tecnológica durante las últimas dos décadas ha sido inferior a medio punto porcentual del PIB y, a partir de la crisis económica surgida en 1982, ha estado descendiendo. El grueso de esos recursos, además, proviene del sector público. En contraste, en otros países industrialmente más adelantados, se destinan a ciencia y tecnología entre el 2 y 3 por ciento

del producto, con fuerte participación privada. Lo importante será, desde la perspectiva de la política tecnológica, procurar la existencia de las condiciones que faciliten a las empresas el éxito de sus iniciativas de modernización tecnológica.

- Se da una consulta poco común de información tecnológica disponible en los acervos existentes.
- Baja proporción de patentes registradas por mexicanos.
- Entre otras...

2.2. EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS MEXICANAS

EN RELACIÓN A SU TAMAÑO

La evidencia empírica demuestra que en los primeros estadios del desarrollo económico en una alta proporción de la producción y del empleo proviene de las pequeñas empresas. A medida que avanza el proceso industrializador con base en mercados más amplios se generan mayores economías de escala y se eleva la eficiencia tecnológica y administrativa, que vienen a ser aprovechadas principalmente por la grande y mediana empresa. Algunas micro y pequeñas industrias pueden crecer e incrementar su tamaño, pero en general este grupo reduce su presencia, y seguirá siendo más o menos significativa según el medio político, económico y social en que se encuentre, y como se influya en él.

2.2.1. La micro y pequeña empresa en el sector industrial.

Como puede observarse en el cuadro 2.2, en un periodo de 25 años, de 1965 al mes de junio de 1990, se erosiona notablemente la importancia

relativa de la microindustria en el sector formal de la economía mexicana. Lo mismo sucede, pero en mucho menor grado, con la pequeña y mediana empresas. En cambio, tiende a fortalecerse la empresa grande al aumentar sus unidades, la ocupación de mano de obra y el valor agregado dentro de la producción manufacturada.

CUADRO 2.2
ESTABLECIMIENTOS Y EMPLEO EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA

Empresas (por # de empleados)	ESTABLECIMIENTOS				PERSONAL OCUPADO			
	1965	1975	1985	1990/a	1965	1975	1985	1990/a
Micro (1-15)	124 607	106 601	64 590	86 901	321 479	282 756	270 731	362 816
Pequeña (16-100)	8 338	9 074	15 856	19 408	321 390	349 858	597 376	729 127
Mediana (101-250)	1 450	1 811	2 628	3 384	224 107	281 220	408 126	530 586
Grande (+ de 250)	793	1 156	1 828	2 474	476 534	740 547	1235257	1717005
Total	135 188	118 643	84 902	112 167	1343510	1654381	2511490	3339534

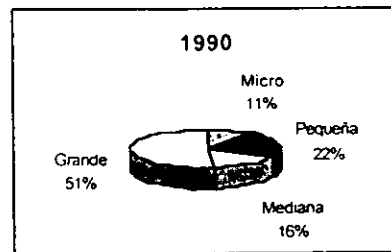
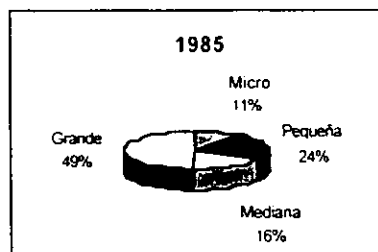
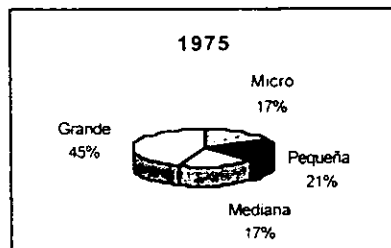
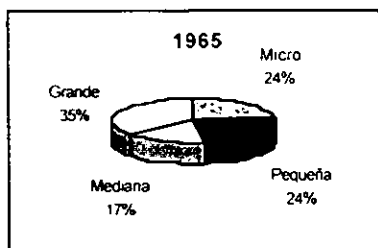
FUENTE: Clemente Ruiz Durán (coord.). "Changes in the industrial structure and the role of small and medium industries in Developing Economies: The Case of México", p. 366. Enero de 1991.

Por el número de establecimientos, la microempresa sigue predominando en México pero reduce su participación, de 124 607 establecimientos en 1965 a 64590 en 1985, y se recupera a 86 901 en junio de 1990. Como fuente de ocupación sigue un comportamiento parecido; en el primero de esos años mantuvo 321 479 personas, luego la redujo hasta 270 731 y terminó con 362 816. En términos relativos, su empleo dentro del total bajó de 23.9 a 10.9% en el mismo periodo. En valor añadido de su producción en las fechas extremas declinó de 7.8 a 6.8% del total manufacturado. Estas cifras están subestimadas si se considera la microempresa del sector informal, la cual probablemente se multiplicó sobre todo en los últimos años de este lapso a juzgar por la información disponible sobre la economía informal o subterránea que se presenta más adelante.

Por otra parte, en los años extremos la gran empresa manufacturera incrementó su número de 793 establecimientos a 2 474 y sus trabajadores de 476 534 a 1717005. Esto significa que las fábricas son cada vez más grandes en promedio y absorben cada una más empleados. En cuanto al valor de su producción, éste pasó de 50.7 a 66.3% del total en ese lapso.

Por tanto, se agudiza el fenómeno de la concentración económica de las grandes empresas en México. En 1965 con el 0.6% del total de establecimientos ocupaban el 35.5% del empleo y el 50.7% de la producción. Para junio de 1990 creció el número de empresas y con el 2.2% retuvieron el 51.4% de los empleados y generaron el 66.3% de la producción manufacturadora, (ver gráficos 2-1).

Gráficos 2-1
MÉXICO: EMPLEO INDUSTRIAL



FUENTE: Cuadro 2.2

Una investigación de 1975 demostró que un número pequeño de empresas controlaba más del 50% de la producción en la gran mayoría de las clases de

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

actividades económicas y por tanto poseía un gran poder en el mercado. En 99 clases industriales, de un total de 256, cinco o menos controlaban 50% de la producción o más. En otras 78 clases, de seis a diez empresas mantenían más del 50% de la producción. Es decir, en 177 clases industriales que corresponden al 69.1%, diez empresas o menos controlaban 50% o más de la producción. En el otro extremo sólo en 12 clases de actividad económica se requerían más de 50 empresas para controlar la mitad o más de la producción.⁴

La integración vertical, desde la producción de los insumos hasta la mercancía terminada, les sirve para asegurarse abastecimientos y reducir la dependencia de proveedores independientes. La integración horizontal con la instalación de nuevas plantas o mediante la compra generosa de empresas ya establecidas en el mismo ramo de actividad, les permite neutralizar la competencia, además de la ventaja que da la diferenciación de los productos mediante la publicidad. También se ha utilizado la adquisición de otras empresas medianas para tener acceso rápido y barato a nuevos sectores que guardan un gran potencial de crecimiento y que les sirve para expandirse y diversificar los sectores de mercado bajo su liderazgo. La existencia de otras empresas de menor tamaño e ineficientes en los mercados que controlan, puede permitir a las grandes mayores tasas de ganancia y un sentido de "competencia en los mercados". Un elemento más que les permite su capacidad económica del mayor tamaño es su horizonte más amplio para obtener mejores resultados, ya que pueden esperar a mediano plazo y al presente soportar dificultades o pérdidas temporales e influir deslealmente en la competencia.

Su influencia se extiende o forma parte del sector estratégico financiero que les da acceso a recursos adicionales para canalizarlos en apoyo de sus grandes empresas. Otra forma de asegurarse financiamientos es por medio

⁴ Trejo Reyes, Saúl. "La concentración industrial en México, el tamaño mínimo eficiente y el papel de las empresas", en *Comercio Exterior*, vol. 33, No. 8, México, agosto de 1983: pp.709 y 710.

de sus cuantiosos activos como garantías para créditos internos y externos. Su participación en el mercado de valores de renta variable les brinda una mayor concentración de poder económico. Son variadas y secretas las formas de intervenir en este mercado si se dispone de información confidencial y se cuenta con capital; éntre otras formas de obtener ganancias extraordinarias están las de carácter especulativo en la compraventa de acciones bursátiles y la de lograr el control de empresas con porcentajes menores a la mayoría aprovechando la diversificación de la propiedad y la intervención de capital externo. La fortaleza de la gran empresa le pone en una mejor posición para negociar alianzas con las corporaciones transnacionales y sus filiales; la empresa grande es la socia ideal en coinversiones para el reparto y el dominio de mercados. De hecho en otras prácticas concertadoras lo que hacen las grandes empresas nacionales es copiar y llevar más adelante la conducta y enseñanza del control de mercados que ejercen las inversiones extranjeras directas.

Durante los años ochenta probablemente se atenuaron las fuerzas concertadoras de la gran empresa en cuanto a su predominio en los mercados internos. La crisis económica mantuvo estancada la demanda efectiva y, por otra parte, su atención se volcó hacia los mercados de exportación, como antes se apuntó. En este decenio aparecieron otras circunstancias que les resultaron altamente redituables. Sobrevino una enorme emisión de diferentes títulos o valores de deuda interna del gobierno federal propiciada en parte, para adquirir moneda extranjera a fin de atender el servicio de su cuantiosa deuda externa, y por otro lado por la necesidad de cubrir intereses y renovación. Esto provocó que pagara los más altos rendimientos en el mercado a fin de hacerlos suficientemente atractivos. Este premio extraordinario sólo fue accesible a las tesorerías de las grandes empresas que prefirieron conservar su liquidez y percibir jugosos beneficios en la compra de valores gubernamentales de corto plazo. Estas inversiones financieras fueron tan cuantiosas y redituables que en ocasiones superaron a

sus ganancias netas de la producción. Así, por este medio fortalecieron también su posición económica, concentrando el ingreso hacia ellas.

Durante la mayor parte de los años ochenta los programas de estabilización económica frenaron la expansión de algunas de las grandes empresas con la fijación de precios oficiales. Todavía en 1987 las ramas industriales sujetas a control de precios eran 294, pero en noviembre de 1990 sólo quedaban 21, que se refieren sobre todo a bienes de consumo popular como tortillas, bebidas gaseosas, pan blanco, azúcar, aceite vegetal, harinas de trigo y maíz, etcétera.

La desincorporación reciente de empresas públicas básicas, como las líneas aéreas y los teléfonos, entre otras, y su venta al sector privado en donde sólo las grandes empresas nacionales y extranjeras tienen capacidad de adquirirlas renueva su prepotencia a principios de los años noventa, ahora hacia sectores estratégicos en los que ya existía previamente una fuerte preponderancia monopolística o que se complementa con la que ya tenía la gran empresa privada y que habrá de consolidarse. Otros ejemplos destacados son el regreso de la banca comercial al sector privado y la parte de la industria siderúrgica del sector público, que vienen a acrecentar el poder económico y financiero del gran capital.

Si bien hay impulsos que parecen naturales para que aumente el peso relativo de una cantidad reducida de grupos en un número cada vez mayor de sectores en la actividad económica, no menos cierto es que diversas políticas gubernamentales desde hace años han contribuido también a que esto suceda en su afán por dirigir y fortalecer el proceso de industrialización.

La Ley de Industria Nuevas y Necesarias de 1955 definió el trato preferencial en favor de la mediana y gran empresas, puesto que las exenciones fiscales serían con criterios de elegibilidad y selectividad; además de nuevas o necesarias podrían ser básicas, semibásicas o secundarias con franquicias fiscales a plazos de diez, siete y cinco años.

Durante cuatro décadas persistió el resguardo del mercado nacional contra la competencia extranjera mediante instrumentos fuertemente proteccionistas que incluían, entre otros, permisos o licencias de importación, cuotas y altos aranceles. Estas barreras eran impuestas también a solicitud de los propios productores nacionales para asegurarse el dominio del mercado interno. La política fiscal federal, como también la de los estados y municipios, concedió exenciones tributarias que favorecieron sobre todo al capital que cumplía con ciertas condiciones de localización geográfica, clase de actividad, acelerada depreciación de equipo, reinversión de utilidades, programas sectoriales de fabricación que alentaban el contenido de insumos nacionales y las exportaciones, etc. El decreto del 19 de junio de 1973 concedió un subsidio fiscal que auspició la absorción de empresas en grupos denominados unidades de fomento, empresas *holding* que consolidan resultados económicos, financieros y fiscales. Esto permitió compensar pérdidas con ganancias de otras empresas antes del pago de impuestos. Así, surgieron conglomerados de grandes empresas y de grupos financiero-industriales.

La política crediticia también ha sido particularmente favorable a las grandes empresas, antes y después de la nacionalización bancaria. Los programas para la defensa de la planta productiva durante los peores años de la crisis son un claro ejemplo; incluyeron condonación de intereses moratorios y otras "excepciones", con carteras vencidas irrecuperables que pasaron a ser quebrantos de cuentas incobrables de los bancos. El desarrollo de la infraestructura económica, con todas sus limitaciones o atrasos, fue otro factor de apoyo a la gran industria. La producción de bienes básicos, así como de sus tarifas aplicadas por el sector público via las paraestatales, también implicó un trato preferencial al desarrollo industrial privilegiado. Ya se mencionó cómo las medidas oficiales ejercidas durante la parte álgida de la crisis de endeudamiento fueron significativamente beneficiosas para la gran empresa en momentos de angustia.

En su conjunto y con el paso del tiempo, esta red de incentivos vino a reforzar el medio fértil a la industrialización. Contribuyó de manera considerable a alentar la inversión en la fabricación de manufacturas, propiciando enormes utilidades en un circuito de formación de ahorros y capitales. Las medianas, y sobre todo las grandes empresas, así como las transnacionales, han sido las beneficiadas con tales incentivos, no así la industria pequeña que se encuentra en notoria desventaja.⁵

2.2.2. Principales dificultades de la micro y pequeña empresa mexicana

Al aparecer la empresa pequeña, si se puede, se inicia o se queda en la economía subterránea por los beneficios considerables que obtiene al no tener que incurrir en grandes gastos, demoras e interminables trámites burocráticos. Si se decide a enfrentar estos últimos se encontrará que debe cubrir una multitud de requisitos señalados en leyes, reglamentos, disposiciones, que aveces tienen que tramitarse en varios centros de decisión a largas distancias.

A menudo, el incipiente empresario que tiene alguna habilidad o iniciativa carece de conocimientos completos, sean económicos, tecnológicos o administrativos. Se padece de una excesiva centralización en la dirección y el trabajo. La escasez de recursos para invertir implica utilizar instalaciones arrendadas e inadecuadas; se carece de planeación y el futuro desarrollo es incierto. En el proceso de fabricación generalmente se aplican métodos tradicionales, rudimentarios y que se mantienen por ignorancia de otras posibilidades o por la incapacidad de adquirir una mejor maquinaria, y ocurre que se tenga que utilizar más mano de obra aunque ello resulte desventajoso. Es frecuente que se haga una utilización deficiente del equipo, que se subutilice la capacidad instalada y que no se elija la escala de producción

⁵ Nacional Financiera. "La política industrial en el desarrollo económico de México". México 1971.

más apropiada a las condiciones de la empresa o del mercado, lo cual se refleja en su productividad. Es insuficiente el conocimiento de los costos unitarios de producción que permitan planificar y controlar los niveles de oferta. Tampoco se dispone de los medios para que los procesos de producción se adecuen a los cambios requeridos.

Son usuales los problemas para adquirir materias primas y otros materiales por su escaso poder de compra y reducidos inventarios. Sus compras reducidas o infrecuentes no ofrecen atractivo a los abastecedores, por lo que deben pagar mayor precio y al contado o por adelantado. El crédito a corto plazo del proveedor es excepcional. No es raro que les afecte la escasez de materia prima, la calidad irregular, la tardanza en la entrega y las bruscas fluctuaciones de precios. Las dificultades de transporte y la falta de vías de comunicación agravan estas deficiencias cuando la pequeña empresa se encuentra fuera de los centros urbanos, e igual ocurre en los embarques de sus ventas. Lo mismo sucede si algunos de sus insumos son importados, lo que generalmente tiene que hacer a través de un distribuidor o intermediario localizado en el país de origen; y si requiere trámites adicionales, estos afectan todavía más el costo de adquisición. Otra limitante es la disponibilidad y conservación de mano de obra calificada, pues no ofrece el mismo nivel de salario ni las otras prestaciones, mismas que en México elevan el 40% de su costo, y que sí puede pagar la mediana y gran empresa.

En el campo de la comercialización o venta de sus productos es habitual que desconozcan la estructura de los mercados y le falte análisis e investigación. La presencia actual o potencia de los grandes competidores y las condiciones oligopólicas de fijación de precios dificulta su penetración o permanencia, por lo que tiende a conformarse con una fracción del mercado. La fijación de precios oficiales también les afecta, al igual que la desregulación; debido que la competencia es desleal en gran parte. La magnitud de sus volúmenes de venta y en ocasiones la calidad irregular o diseños pasados de moda, así como los tiempos de entrega, son barreras

para exportar, además la ignorancia sobre mercados exteriores que les imposibilitan aprovechar los incentivos de exportación. Tienen necesidad de recurrir a costosos distribuidores o agentes de ventas y no es excepcional que sufran con la cobranza y tardía recuperación. Es común la carencia de salones de exhibición y su incapacidad para destinar gastos para promoción comercial.

Otro aspecto que restringe su desempeño se encuentra en el área de los recursos financieros. El poco valor de sus activos, garantías físicas o falta de avales limitan considerablemente su acceso a los créditos bancarios, además de otros requisitos que le demandan. No es extraño que acuda a préstamos de agiotistas, el comportamiento y la oportunidad de respuesta de los bancos resulta en sí mismo una barrera a veces infranqueable, dadas las preferencias hacia la mediana y grande empresa, aunada a insuficiencia de fondos disponibles en época de restricción crediticia. Es notoria la falta de asociaciones de pequeños productores para llevar a cabo compras y ventas en común, y sobre todo carecen de capacidad propia para influir o defenderse de las políticas gubernamentales o de las fuerzas económicas y financieras que les perjudican.

2.3. EL FOMENTO A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA MEXICANA

La importancia de la relación de la mediana y gran empresa con la micro y pequeña, es el tratar de aprovechar al máximo la constitución de la gran industria, de que conviva con la menor tamaño, haciendo que sus relaciones fructifiquen y se complementen. Lo ideal es que convivan y se articulen en cadenas productivas que conformen un sistema industrial equilibrado y armónico, y que sirva para dinamizarlo. Sus relaciones pueden ser como filiales en la integración vertical o de preferencia autónomas, como en el caso de la subcontratación. Igualmente pueden estimular su competitividad y suplementarse en la aplicación de tecnologías. Suele haber brechas en la

estructura productiva que condicionan el reducido grado de articulación, de la misma manera que quedan espacios cuando la gran empresa se reorienta hacia los mercados del exterior o que abandonan porque no le interesan. Un sistema que permita la coexistencia de una programación participativa y el mercado puede asegurar inversiones con proyectos de futuro compartido. La promoción selectiva definirá relaciones intersectoriales en las que alcance una destacada actividad.

2.3.1. La relevancia económica, política y social de la micro y pequeña empresa mexicana

Aunque la pequeña empresa puede ser innovadora y con uso intensivo de capital y de tecnología avanzada, en general sus cualidades más comunes derivan de ser intensivas en mano de obra y de requerir poca inversión de capital, lo que la hace ser muy útil en la generación de empleos. Con respecto a la inversión, sus rendimientos son considerables, al grado de que generan enormes ahorros como fuente de reinversión. El equipo o la maquinaria que utilizan suele ser de origen nacional y no es raro que usados; el costo de adaptación es bajo y se pone rápidamente a funcionar con un amplio rango de técnicas de producción y de equipos. Las materias primas y otros materiales también son generalmente nacionales y locales, y su consumo de energía es moderado. Son una fuente de aprendizaje en habilidades para los trabajadores y un "semillero" para el despliegue de capacidad empresarial y de independencia e iniciativa propia. Su producción esta ligada a bienes de consumo básico y también a la fabricación de componentes para el uso de otras industrias, incluyendo a las de bienes de capital. Su localización regional modera la concentración en los grandes centros urbanos. Su flexibilidad les permite en general hacer ajustes a sus factores de producción y adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado. En contratación y despido de personal hay menos rigidez respecto a problemas sindicales. También es

versátil en atender cambios en la demanda, puesto que cubre segmentos de mercado de tamaño limitado. Su adaptación a las empresas de subcontratación internacional (maquiladoras) establecidas en México muestra un potencial extraordinario.

En una investigación sobre México para 1965, 1970 y 1975 se encontró que el 46.7% del empleo microindustrial se generó en sectores típicamente "propios" y el 29.7% de su empleo total se ubicó en sectores en los que compartía el mercado con establecimientos pequeños.⁶ El mismo fenómeno se repite en las industrias medianas que concentran el grueso de su empleo en sectores compartidos con industrias de mayor tamaño (34.5%) y más pequeñas (29.7%). Al examinar la intervención del mercado se encontró una mayor productividad donde se comparte el mercado con el vecino de tamaño mayor como efecto de la competencia. En el caso de la gran empresa, cuando domina ampliamente un mercado, destinó el 46% de su empleo y ninguna de las otras empresas llegó a tener el 20% del personal ocupado, por lo que la gran empresa controlaba casi la totalidad de la producción. Esta estructura monopólica o la ausencia de competencia afecta negativamente la productividad, al no existir incentivos para mejorarla.

En la competencia del mercado internacional de manufacturas la incorporación de nuevas tecnologías en productos, procesos y organización permite alcanzar magníficos éxitos. Los sectores industriales con empresas de diferentes tamaños tienen la flexibilidad necesaria para permanecer, penetrar o salir hacia otros mercados mundiales.

Restan otras ventajas más de orientación social y política. Al fomentarse la pequeña empresa con los instrumentos adecuados habrá unidades que

⁶ Jacobos, Eduardo y Máttar, Jorge. "La industria pequeña y mediana en México", pp. 35-68. Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), *Economía Mexicana*. No. 7. México 1983.

abandonen la economía subterránea y se convertirá en un instrumento democrático de desconcentración de la propiedad hacia mayor equilibrio social, al dar oportunidad de ingreso a estratos excluidos. Para ampliar la base del empresariado y compensar sus relativas desventajas es necesario contar con estabilidad social y política, a fin de moderar las tensiones sociales y contribuir a una mayor equidad. Se trata de luchar por un modelo de desarrollo más justo y eficiente. La experiencia de otros países en los que se ha fortalecido la presencia de la pequeña industria es de gran utilidad para México, siempre que sea susceptible de trasplantarse y de influir en este medio.

“La competencia no depende del tamaño de la empresa, sino de la estrategia que se utilice, de su innovación, de la gestión económica, de la publicidad y de otros factores. De todas formas, el tema de las micro, pequeña y mediana empresas es muy importante porque socialmente representa una solución para los excedentes de fuerza laboral de México.”⁷

En éste sentido, se afirma que la micro y pequeña industrias pueden, no sólo contribuir poderosamente al crecimiento de la economía mexicana, sino también a resolver el problema social de México en primer lugar frente a sus retos internos, a las metas internas, y en cuanto al crecimiento de la cohesión después de la severa crisis económica y de confianza descritas anteriormente. El problema en México es que ese crecimiento social de alguna forma tiene que ir junto con el económico. Por ello, es necesario ver las experiencias de los otros países que han tenido éxito al lograr un avance económico, social y político, pero no para imitarlos, sino porque muestran claramente que las recetas nacionales, tanto para

⁷ Comentario de Álvaro Baillet a la ponencia de Álvarez Uriarte, Miguel. “Industria Manufacturera en México”, p. 244. Ponencia recopilada en el libro: Martínez, “*Industria, comercio y... op. cit.*”

el desarrollo como para hacer frente a estas posibilidades, son distintas, dependiendo de sus problemáticas.

No se trata sencillamente de aprovechar el bajo costo del trabajo, ya que éste, en definitiva, tendrá limitaciones. Si durante los próximos años los países en desarrollo, quieren ser verdaderamente competitivos en el mercado mundial, la orientación de la política industrial deberá transformarse un poco y enfocarse más al conocimiento y a la innovación y no sólo en sus sencillas fuentes de trabajo.

Por tanto, uno de los elementos básicos de la discusión en torno a la organización empresarial y el bienestar, es precisamente, el tamaño de la empresa, puesto que en la medida en que exista una base más amplia el desarrollo tenderá a ser menos desigual.

Y aunque no existe un criterio unificado para definir el tamaño de la empresa; en la mayoría de los casos deriva de una definición gubernamental. Las estadísticas se organizan de diferente forma, por lo que no existe un patrón homogéneo que se considere indicativo de la participación de la gran empresa y de la pequeña y mediana; incluso en algunos no se registra la información, o si lo hacen es sobre la base de registros parciales. Por lo anterior, la descripción que se realiza en este momento no es precisa, pero sí indicativa.

Sin embargo, para que este empresariado efectivamente tenga un carácter más igualitario requerirá estar unido a la innovación tecnológica, puesto que si el empresariado es muy amplio, aunque fundamentalmente de subsistencia, se reduce su espacio redistributivo y se convierte en un colchón social pero no en un dinamizador de la economía y por lo mismo será incapaz de garantizar un ingreso creciente. En este sentido no sólo es la existencia de las pequeñas y medianas empresas la que afecta cualitativamente al desarrollo, sino también la vinculación entre éstas y la gran empresa.

Para 1990, la mayor parte de los establecimientos de la pequeña y mediana empresa se encontraban localizados en las siguientes industrias: alimentos

(20.7%); productos metálicos básicos (17.5%); industria del vestido (10.2%); editorial (7%), y calzado (5.7%). Estos sectores son los que han mostrado una mayor estabilidad en su producción, más que aquellos en donde la gran industria tiene una mayor participación.

De esta forma se puede afirmar que en México las pequeñas y medianas empresas habían estado ligadas a los sectores de subsistencia, pero que la transición industrial del país parece haberles asignado un papel más dinámico transformándolas en empresas más modernas y con mayores vínculos con la gran empresa. Esto abre la expectativa de que este tipo de empresa pudiera, en esta nueva etapa, garantizar un ingreso creciente y con ello contribuir a un mayor nivel de bienestar.

2.3.2. Áreas de apoyo a la micro y pequeña empresa

El respaldo del sector público hacia las micro y pequeñas empresas se ha limitado principalmente a los aspectos financieros, fiscal y de asistencia y capacitación técnica.

2.3.2.1. Aspectos financieros

A principios de los años cincuenta comenzaron a establecerse en Nacional Financiera, como el banco de desarrollo industrial del país, fideicomisos especializados de apoyo preferencial a la industria con acceso mediante la banca comercial de primer piso. Se inició en 1953 con el Fondo de Garantía y Fomento a la Industria Mediana y Pequeña (FOGAIN) y después prosiguieron el Fondo Nacional de Estudios y Proyectos (FONEP), el Fideicomiso de Conjuntos, Parques, Ciudades Industriales y Centros Comerciales (FIDEIN), el Fondo Nacional de Fomento industrial (FOMIN) y el Fondo de Información y

Documentación para la industria (INFOTEC). Todos ellos fueron concentrados en 1978 en el Programa de Apoyo Integral a la Industria Mediana y Pequeña (PAI).

En su historia, Nacional Financiera diversificó sus actividades, una de las cuales fue la de los fideicomisos que se manejaron de manera relativamente independiente. Fijó su atención primero, en obras públicas de infraestructura; después, como agente financiero del gobierno federal para la contratación de créditos en el exterior, participó con capital y en la administración de industrias básicas medianas y grandes; intervino en la programación industrial del país; puso en marcha y contribuyó al programa de fabricación de bienes de capital y en éste ramo a nivel regional se asoció a la empresa Latinequip, S.A. (con sede en Buenos Aires); interviene en el mercado de valores de renta variable con paquetes importante de acciones bursátiles y también ha captado recursos del mercado interno con emisión de valores. Sólo por un corto plazo elaboró y difundió una gran cantidad de proyectos para la instalación de micro y pequeñas empresas en diversas zonas del país.

La administración del PAI se realizó en cuatro fases trianuales que comenzaron en 1978, 1981, 1984 y 1987. En cada una de ellas intervino el Banco Mundial con su asesoría y créditos, con un promedio anual de 35.8 millones. Desde la creación del FOGAIN y con el funcionamiento del PAI, las cantidades de crédito ejercidas han sido muy insuficientes y beneficiando a unas cuantas miles de empresas, en su inmensa mayoría de tamaño mediano; ya que, en 22 años de operar el FOGAIN otorgó créditos a 10 700 empresas que representan el 14% de las elegibles, 60% de las medianas elegibles y sólo al 9% del total de las pequeñas elegibles.⁸ Más importante resulta mencionar que no ayudaron substancialmente a mejorar el escaso acceso al crédito por parte de las más débiles. La intermediación del banco comercial y su preferencia por las medianas ha sido notable, como la exigencia de garantías y otros requisitos, además de los retrasos comunes y estudios que tardan seis meses o más. Las garantías colaterales del

⁸ Banco Mundial. "Manufacturing Sector: Situation, Prospects and Policies", p. 51. Washington 1979. En especial, el anexo IV referente a las industrias pequeña y mediana, pp. 103-121.

FOGAIN resultaron insignificantes por su uso. En una encuesta realizada por éste fondo con los clientes a que otorgó préstamos, éstos informaron que 67% de sus necesidades financieras las cubrirían con sus propios recursos, unos pocos tenían acceso independiente a los bancos y casi ninguno utilizó los otros fondos de fomento preferencial.⁹ Otra investigación posterior del FOGAIN reconoció que la pequeña y mediana industria financiaron con créditos bancarios sólo el 15% de su producción, "... lo que advierte una alta reinversión de utilidades y las dificultades para el acceso al crédito institucional."¹⁰

Con el soporte de Nacional Financiera, en 1985 se inició la creación de los Fondos Estatales de Fomento con el propósito de brindar a las micro y pequeñas industrias un apoyo consistente en garantizar los financiamientos que les conceda la banca intermedia de primer piso. En 1988, al amparo de la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria, se constituyó la Unión de Crédito de la Industria de la Transformación (Unicintra); a mediados de 1990 ya participaban 530 socios en todo el país con el apoyo significativo de Nacional Financiera, de los Estados y Municipios, encaminada a que los microempresarios se conviertan por sí mismos y a sus empresas en sujetos de crédito para la banca.

En 1989, con el proceso de simplificación administrativa, se fusionaron a Nacional Financiera y desaparecieron sus fondos de fomento industrial y el PAI. Todos sus programas de crédito mediante la banca comercial se redujeron a seis: el de la micro y pequeña empresas (PROMYP), el de modernización, el de desarrollo tecnológico, el de infraestructura industrial, el de mejoramiento del medio ambiente y el de estudios y asesorías. Las reglas de operación para estos programas se publicaron en junio de 1990.¹¹

Por su parte, en los años cincuenta el Banco de México, entonces Banco Central, creó en fideicomisos primero el Instituto Mexicano de Investigaciones

⁹ Nacional Financiera "FOGAIN, principales características y problemas de la industria mediana y pequeña". p.19. Y cuadro 3 de la misma fuente, p.71. México, febrero de 1980.

¹⁰ Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Nacional Financiera, PAI y FOGAIN. "La industria pequeña y mediana en México". p. 11. México, noviembre de 1983.

¹¹ Nacional Financiera. "Programas de apoyo crediticio. Reglas de operación", p. 52. México, julio de 1990.

Tecnológicas (IMIT), en 1962 el Fondo para el Fomento de las Exportaciones de Productos Manufacturados (FOMEX) más tarde el Fondo de Equipamiento Industrial (FONEI). El FOMEX pasó al Banco Nacional de Comercio Exterior en 1983. Otras instituciones que sirvieron a la industria en general fueron el Centro Nacional de Productividad (Cenapro), que desapareció, y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt). Ninguno dio trato especial sino muy poco y ocasional a la micro y pequeñas industrias. Los empresarios organizados y con recursos complementarios del Estado pusieron en marcha hace poco el Programa de Tecnología Industrial para la Producción (TIPP) y el Instituto Mexicano de la Mediana y Pequeña Empresa.

2.3.2.2. Aspectos fiscales y de asistencia

La política fiscal, como se mencionó, con sus exenciones fue utilizada notablemente por la grande y mediana empresas. Las micro en su mayoría han estado impreparadas para hacer los mismo. Resulta difícil aprovechar esos estímulos por los complejos requerimientos fiscales y contables, el detalle de las operaciones y requisitos solicitados, lo generalizadas que están la evasión y alusión fiscales, la subcontabilidad o las dobles contabilidades y los temores inherentes a las auditorias y al autoritarismo. La posibilidad de gratificar o sobornar a la autoridad no puede ignorarse. Aunque todas estas prácticas se han estado reduciendo, de todas maneras los sistemas se hacen cada vez más complejos, costosos y más severamente sancionados; no deja de persistir el recelo y su clara orientación fiscal de apoyos hacia la acumulación del gran capital.

El verdadero tratamiento requerido por las micro y pequeñas industrias en México ha estado ausente en los programas de fomento industrial. Se reconocen sus aptitudes y ventajas, se indican tratamientos aislados y se expresa buena voluntad para alentarla, incluso se menciona su "prioridad". En años recientes las autoridades que han tenido bajo su responsabilidad a este sector cada vez le

dedican mayor atención, como lo demuestra primero el decreto que aprueba el Programa para el Desarrollo Integral de la Industria Mediana y Pequeña y sobre todo la reciente Ley Federal para el Fomento de la Microindustria.¹² En la exposición de motivos de esta última se hace un análisis crítico de las numerosas deficiencias que padece en sus relaciones con el sector público y se propone erradicar "vicios añejos", eliminar, simplificar y desconcentrar los trámites para su constitución y operación e inducir nuevas inversiones mediante apoyos e incentivos "sumamente atractivos". Se requiere de un solo registro en el nuevo Padrón Nacional de la Microindustria y se dejó a una Comisión Intersecretarial para el Fomento de la Microindustria como la encargada de estudiar la problemática y las necesidades que enfrenta la planta microindustrial del país, para proponer medidas que alienten su crecimiento y consoliden sus niveles productivos.

Junto con la entrega de la solicitud de registro en el Padrón Nacional de la Microindustria, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) distribuyó los estímulos a la microindustria, prevalecientes hasta finales de 1990. Incluyen numerosas simplificaciones administrativas en diferentes secretarías de Estado y organismos paraestatales. En materia fiscal se ofrece una exención de 20% del impuesto sobre la renta por tres años y certificados de promoción fiscal hasta por el 40% de sus inversiones. Los créditos preferenciales tienen una tasa de interés del 90% del costo porcentual promedio de la banca, menos 10 puntos porcentuales y plazos de 24 a 36 meses para habilitación o avío y de cinco a diez años en refaccionarios.

El gobierno del sexenio 1988-1994 elaboró su Programa Nacional de Modernización industrial y de Comercio Exterior, 1990-1994.¹³ En él se hace un breve diagnóstico de la industria, se reconocen defectos y deficiencias y se subrayan las regulaciones excesivas y las estructuras monopólicas y oligopólicas contrarias al interés público y al desarrollo armónico de las diversas cadenas

¹² Publicados en el Diario Oficial de la Federación del 30 de abril de 1985 y del 26 de enero de 1988, respectivamente.

productivas. En cuanto a las líneas de acción para fomentar a estas industrias se prosigue con la desregulación y la ventanilla única de gestión para el acceso a los incentivos existentes; con más uniones de crédito y procedimientos *ágiles* que faciliten el acceso al crédito. También se apoya su avance en los procesos de integración de las cadenas productivas; se establecen bolsas de subcontratación, agrupaciones para la comercialización y centros de adquisición de materias primas. Así mismo, se promueve su vinculación con empresas grandes y con centros de desarrollo tecnológico para la asimilación de tecnologías; y el Fondo de Información y Documentación para la Industria enuncia se participación en apoyos específicos sobre tecnología de ingeniería.

2.3.2.3. Aspectos de capacitación técnica

En los meses de noviembre y diciembre de 1990, voceros de la SECOFI anunciaron que trabajaban en un nuevo Programa para el Desarrollo y Modernización de la Micro, Pequeña y Mediana Industrias, para lo cual realizaron una intensa consulta con todos los sectores interesados, con lo cual se trató de pasar "de la fase defensiva a la combativa frente a la competencia externa". Se reiteró que la microindustria sería apoyada con el servicio nacional de consulta tecnológica industrial, gestión empresarial, capacitación de mano de obra y financiamiento. También se afirmó el especial interés en formar empresas integradoras, principalmente en la franja fronteriza norte del país; en crear bolsas de subcontratación a nivel internacional y apoyar a ciertas ramas, como las de prendas de vestir, calzado y cuero, muebles y plástico. Así mismo, se propone que las microindustrias sean realmente competitivas y se constituyan en una plataforma para la exportación. El impulso mediante créditos buscaba inducir cambios cualitativos en la estructura productiva. En cambio, se previó que no habría estímulos fiscales o subsidios porque se postula la vigencia de precios reales y cancela los sacrificios fiscales.

¹³Diario Oficial de la Federación del 24 de enero de 1990.

2.3.3. La importancia de las micro y pequeñas industrias en el crecimiento y desarrollo de la economía mexicana

Como es notorio, el apoyo procurado a la micro y pequeña empresa ha dejado mucho que desear, sobre todo si se subraya que es un aspecto estudiado años atrás y que las utilidades derivadas de estos estudios no han sido aprovechadas efectivamente. En este sentido, cabe citar el amplio estudio sobre la industria manufacturera en México por los expertos del Banco Mundial terminado a principios de 1979.¹⁴ Incluye un profundo análisis de la situación y las perspectivas de las pequeñas y medianas industrias. Sus recomendaciones siguen siendo válidas. Reconocieron que ya existía una infraestructura institucional básica para otorgarles un apoyo financiero y técnico; sin embargo, su eficacia les pareció muy limitada y sugirieron un "paquete" de respaldo completo que implicaba adoptar un programa con mejoras substanciales a los servicios disponibles, como sigue:

- Precisar y diferenciar las características y necesidades de las pequeñas y medianas industrias;
- facilitar a las pequeñas el acceso real al financiamiento;
- eliminar las brechas que impidan el aprovechamiento verdadero de los servicios técnicos de auxilio en las áreas de producción, mercado, administración y contabilidad;
- ligar más el apoyo financiero con la ayuda técnica;
- facilitar y mejorar considerablemente las condiciones o requisitos para el otorgamiento de la cooperación técnica y financiera, y

¹⁴ Banco Mundial. *"Manufacturing...op. cit.*

- establecer mecanismos más apropiados para coordinar las actividades de las numerosas instituciones involucradas en proveer soporte a las pequeñas y medianas industrias.¹⁵

En los nuevos programas de investigación del Banco Mundial destacan tres campos: el medio ambiente, las reformas de las economías socialistas y la promoción del sector privado. Dentro de este último, iniciado a principios de 1989, se incluye a la pequeña y mediana empresa.

“La industria manufacturera en México, como el resto de la economía, pasó por una situación muy difícil durante los años ochenta. La excepción inesperada fue el incremento notable que registraron las exportaciones de empresas manufactureras, cuyas divisas sirvieron para reducir substancialmente sus deudas externas. Este “milagro” exportador no parece que haya sido resultado de la aplicación de políticas gubernamentales (industrial, comercial o de financiamiento), ni de una organización promotora. La adversidad o necesidad de sobrevivir fue el elemento fundamental que impulsó a los empresarios a desarrollar su gran potencial acumulado.”¹⁶

Un esquema diferencial de gran alcance significa poner en práctica, entre otras, las siguientes decisiones:

- una mayor desreglamentación, ya que siguen siendo un fuerte impedimento los numerosos controles y requisitos;
- un tratamiento fiscal que otorgue total exención de impuestos a la microindustria y un tratamiento generoso en el mismo sentido a la pequeña industria por plazos previstos de tres años;
- tales incentivos podrían manejarse con otros no sujetos a prácticas internacionales de derechos compensatorios si se alcanzan determinados

¹⁵ *idem.* pp 120.

¹⁶ Álvarez Uriarte, Miguel. “Industria Manufacturera en México”, p. 241. Ponencia recopilada en el libro: Martínez, “Industria... *op. cit.*”

objetivos, como sería la generación directa o indirecta de divisas como proveedoras de producción exportable o de componentes para las maquiladoras;

- asegurar un acceso rápido a los créditos de Nacional Financiera, los que deberían ser amplios y suficientes tanto en su monto como en los plazos.
- lo mismo respecto a créditos para la producción y venta de exportaciones, por parte del FOMEX o del Banco Nacional de Comercio Exterior;
- hace falta ser más creativos y persuasivos ante la banca comercial intermediaria para resolver los problemas relacionados con los requisitos y garantías;
- la capacitación en cuanto a entrenamiento de trabajadores y de aspectos administrativos demanda una mayor difusión de centros regionales y de asistencia directa sobre los problemas inmediatos a que se enfrentan los pequeños productores;
- el aspecto tecnológico a nivel micro y pequeña empresa también merece una atención singular en centros regionales para reunir y difundir técnicas de producción industrial en escala pequeña, incluyendo aprovisionamiento para las maquiladoras.

Las sugerencias anteriores de ninguna manera pretenden agotar todas las posibilidades susceptibles de explorarse, de la misma forma que más amplios estímulos no garantizan la respuesta que se busca de parte del pequeño empresario. Sin embargo, eliminar obstáculos, ofrecer incentivos, dar a conocer oportunidades de inversión, difundir apoyos y en general fortalecer opciones acrecentará un terreno más fértil para nuevas generaciones de empresarios dispuestos a desenvolverse, aceptar retos y contribuir con un sentido social al progreso económico.

Puede afirmarse que el apoyo oficial recibido hasta finales de 1990 ha sido insuficiente para neutralizar el medio adverso en que se desenvuelven las micro y pequeñas industrias. Restan cuatro aspectos característicos de los años ochenta, y que se repiten en los noventa, que tuvieron relación directa con ese grupo de industrias:

- La caída de la demanda interna.
- El desmantelamiento del fuerte proteccionismo que tradicionalmente hubo en México.
- El auge de la economía subterránea.
- Las relaciones entre las autoridades y los pequeños empresarios.

De 1981 a 1989, la población aumentó 19.3%, al pasar de 71.3 a 85 millones. El PIB sólo creció 3.3%, el consumo 5.5% y el ingreso nacional disponible se deterioró 0.6%. Por tanto, el mercado interno se mantuvo estancado y la demanda agregada en términos de sus habitantes decayó. En estas condiciones las ventas de las micro y pequeñas empresas resienten los efectos de un mercado nacional que se contrae.

A partir de 1985 el gobierno emprendió una acelerada e indiscriminada apertura comercial, de carácter unilateral y a niveles de desprotección sin precedente histórico incluso en naciones industrializadas. La invasión de importaciones, tan pronto como desapareció el efecto protector de las grandes devaluaciones, fue casi irrestricta e incluyó bienes de baja calidad y a precios subvencionados, lo que se agravó por la falta de un eficaz sistema de defensa contra el abuso de prácticas desleales de comercio internacional. Esto dañó sobre todo a los pequeños productores: Se estima que varios miles de pequeñas empresas tuvieron que cerrar sus puertas ante un mercado que se restringe, que absorbe importaciones y que intensifica la competencia, pero el número de éstas empresas no se encuentran registradas en cifras oficiales. Entre las ramas más perjudicadas se encuentran la textil en su subrama prendas de vestir, calzado de

piel y sobre todo sintético, juguetes, alimentos preparados y bebidas alcohólicas. A este respecto, sus organizaciones, el Sindicato Independiente de Propietarios de Pequeñas y Micro Empresas (SIPPE) y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA) han tratado de defender a sus agremiados ante las autoridades, pero con escaso éxito.

Por otra parte, una importante investigación reveló que la riqueza generada en la economía subterránea o ilegal de México pasó de 8 a 13% del PIB, en 1970, a por lo menos de 25 a 35% en 1985. En tres conceptos clasifica las explicaciones que considera como claras evidencias, percepciones y manifestaciones concretas: en la mayor carga impositiva; en el exceso de reglamentaciones, y en otros factores como la expansión demográfica, el mayor desempleo disfrazado o abierto y el empobrecimiento generado por la prolongada crisis económica.¹⁷

Un número significativo de micro o pequeñas empresas ha podido subsistir a la encarnizada competencia de los últimos años precisamente porque se han refugiado en la economía subterránea. Ahí son más eficientes al evadir las costosas trabas gubernamentales; pagan bajos salarios y niegan las prestaciones sociales, ya que trabajan a destajo o como maquiladores a domicilio. Adquieren materiales más baratos de proveedores que también quedan al margen de la ley y están mejor preparadas para cambiar de producción en aquello que ofrezca beneficios con bajos precios de venta.

Por parte de las autoridades públicas se aprecia una dicotomía. Su labor de promoción, estímulos e iniciativas para la desregulación y desreglamentación a favor de la micro y pequeña industrias choca contra otras actitudes opuestas que neutralizan esos esfuerzos, puesto que falta una voluntad política que haga efectiva esa labor. En este aspecto sobresale el tratamiento fiscal y la persecución policiaca, llamada "terrorismo fiscal", y la actitud tradicional de los inspectores que se aprovechan del cúmulo de requisitos. Esta situación se agrava en el pequeño

¹⁷ Centro de Estudios Económicos del Sector Privado. "La economía subterránea en México", en la publicación: "Actividad Económica" (aspectos relevantes), No. 103, México, septiembre de 1986.

empresario incapaz de cumplir con todo el arsenal de reglamentos y lo inhibe para actuar por el temor a represalias, que se puede confundir como negligencia.

Como resultado de la internacionalización de los mercados, del incremento de la rivalidad entre las naciones y sus empresas, de los cambios políticos y sociales, la escena mundial presenta una situación contradictoria: los esfuerzos de integración de algunos países contrasta con la desintegración de algunos Estados. Las tendencias mundiales apuntan hacia la integración de bloques comerciales de países, como la Unión Europea, que además comprende una integración política y monetaria.

El fortalecimiento de tales integraciones da lugar a un nuevo proteccionismo sustentado en el tamaño del bloque, en donde se presente libre comercio en el interior y proteccionismo hacia terceros mercados.

Estas integraciones persiguen establecer condiciones estables de producción e intercambio con el objeto de reducir la inestabilidad y volatilidad de las condiciones en los mercados internacionales. Su ulterior desarrollo implicará, entre otros aspectos, mayores desventajas comerciales para las naciones no participantes, una elevación de la competitividad regional y una mayor competencia entre bloques y países por la ampliación de sus mercados. Por tal motivo difícilmente puede adaptarse un país a un contexto globalizador sin, a la vez, vincularse estrechamente a estos nuevos polos que están contribuyendo decisivamente a modificar el perfil económico del mundo.

En este sentido, es importante recalcar la diferencia crucial entre cada una de las formas de integración comercial; como por ejemplo, un Acuerdo de Libre Comercio (ALC) y una unión aduanera: y es que en el primero cada miembro mantiene el control sobre la política y las negociaciones comerciales con terceros países, en tanto que esto no sucede en la unión aduanera. Los países miembros de un ALC históricamente han mantenido un interés permanente en las reglas internacionales que proveen el marco para administrar las relaciones comerciales y resolver las posibles disputas. Cada miembro mantiene intercambios separados

con terceros países e importantes elementos de las reglas comerciales multilaterales continuarán regulando su comercio bilateral.

La significativa reducción de la intervención y regulación del Estado en la economía, el traspaso de empresas paraestatales al sector privado, la apertura comercial, el Acuerdo de Libre Comercio firmado con Estados Unidos y Canadá, la posición cada vez más fuerte del gran empresariado del sector privado y la liberalización de las fuerzas del mercado, aunados a la orientación exportadora que aligere el peso de la deuda externa, son algunos de los principales elementos que modelan el nuevo estilo de desarrollo económico.

Aún en éste ámbito globalizador no es extraño que resalte la importancia de la micro y pequeña industria, y aunque "todo parece indicar que el contexto económico, político y social de México a principios de los años noventa está preparado para aprovechar el inmenso potencial que tienen las micro y pequeñas industrias, sólo si se aplican las medidas apropiadas, estas unidades de producción pueden convertirse en un factor significativo que revitalice la expansión industrial y contribuya a reducir distorsiones importantes del aparato industrial que implican un alto costo para la sociedad. Las decisiones de política económica reciente, al instrumentarse en su conjunto, imprimen cambios estructurales que afectan profundamente la economía con sus consecuencias sociales y políticas.

Con esto como antecedente, "el avance general del país...dependerá del funcionamiento de todo el sistema de actores: los que generan el conocimiento científico, dentro y fuera del país; los que persiguen el progreso del conocimiento tecnológico para México; los que ocupan de difundirlo en el ámbito nacional y los que lo aprovechan en los diferentes sectores productivos."¹⁸

¹⁸ Villarreal. "La reorientación...". Ponencia recopilada por Martínez. *op. cit.* p. 159.

CAPÍTULO TRES

LA INDUSTRIA DEL VESTIDO MEXICANA INMERSA EN LA APERTURA COMERCIAL

CAPÍTULO TRES

LA INDUSTRIA DEL VESTIDO MEXICANA INMERSA

EN LA APERTURA COMERCIAL

3.1. LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN EN LA INDUSTRIA MEXICANA.

La estrategia de industrialización en mercados cerrados en los países de América Latina y otras latitudes, crearon industrias ineficientes que producían a costos superiores a los vigentes en el mercado mundial. Esos productores vendían a precios superiores obteniendo así sobreganancias para neutralizar los costos comparativamente más elevados; aprovechaban los subsidios que ofrecían los gobiernos, incluso los ventajosos términos de intercambio campo-ciudad, lo que les permitía apropiarse de materias primas agrícolas a precios reducidos.

Tal es el caso de México durante la política de sustitución de importaciones que siguió el gobierno a partir del fin de la segunda guerra mundial hasta mediados de los 80's. Éste periodo bien puede tomar el nombre de un "proteccionismo frívolo", ya que creó un mercado cautivo para los productores domésticos de los cuales, los más grandes y poderosos usufructuaron apropiándose de ganancias de un mercado con pocas y no buenas opciones de compra. Y para prueba, basta con apreciar el favorable comportamiento del PIB durante éste proteccionismo,

justificado por la demanda cautiva nacional que favoreció a ciertos sectores industriales, (ver cuadro 3.1).

CUADRO 3.1
PRODUCTO INTERNO BRUTO TOTAL, MANUFACTURERO, TEXTIL
Y DE PRENDAS DE VESTIR (1970-1991)
(Miles de millones de pesos de 1980 y Tasa de Crecimiento Anual)

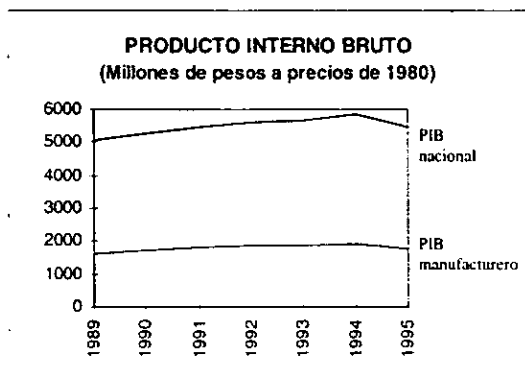
AÑO	PIB total		Producción sector manufacturero		Subsector textil		Producción de prendas de vestir		Participación porcentual (4/3)=%
	(1)	TAC	(2)	TAC	(3)	TAC	(4) ^a	ATC	
1970	2340.8		539.1		85.1		29.4		34.5
1971	2428.8	3.8	554.7	2.9	91.8	7.9	31.0	5.4	33.8
1972	2628.7	8.2	602.4	8.6	98.7	7.5	34.1	10.0	34.5
1973	2835.3	7.9	657.0	9.1	103.9	5.3	36.9	8.2	35.5
1974	2999.1	5.8	690.2	5.1	105.8	1.8	36.2	-1.9	34.2
1975	3171.4	5.7	718.9	4.2	107.4	1.5	36.5	0.8	34.0
1976	3311.5	4.4	750.8	4.4	107.1	-0.3	34.9	-4.4	32.6
1977	3423.8	3.4	772.5	2.9	114.0	6.4	38.0	8.9	33.3
1978	3730.4	9.0	847.9	9.8	120.1	5.4	39.1	2.9	32.6
1979	4092.2	9.7	934.5	10.2	133.3	11.0	42.7	9.2	32.0
1980	4470.1	9.2	988.9	5.8	136.1	2.1	44.2	3.5	32.5
1981	4862.2	8.8	1052.7	6.5	143.9	5.7	49.0	10.9	34.1
1982	4831.7	-0.6	1023.8	-2.7	137.0	-4.8	44.0	-10.2	32.1
1983	4628.9	-4.2	943.5	-7.8	129.5	-5.5	42.9	-2.5	33.1
1984	4796.0	3.6	990.9	5.0	130.7	0.9	42.7	-0.5	32.7
1985	4920.4	2.6	1051.1	6.1	134.1	2.6	42.9	0.5	32.0
1986	4738.6	-3.7	995.8	-5.3	127.7	-4.8	40.6	-5.4	31.8
1987	4816.5	1.6	1026.1	3.0	121.5	-4.9	38.9	-4.2	32.0
1988	4888.9	1.5	1059.0	3.2	122.5	0.8	39.1	0.5	31.9
1989	5040.9	3.1	1133.0	7.0	126.7	3.4	40.4	3.3	31.9
1990	5236.3	3.9	1201.1	6.0	129.6	2.3	44.3	9.7	34.2
1991	5482.1	4.7	n.d.	----	n.d.	----	45.1	1.9	----

FUENTE: Suárez Aguilar, Estela y Rivera Ríos, Miguel Ángel "Pequeña empresa y modernización: análisis de dos dimensiones".

En una breve revisión de los últimos años de la evolución del producto interno bruto (gráfico 3-1), en lo que podría interpretarse como los primeros resultados de la política de apertura del mercado mexicano, se puede apreciar un crecimiento lento pero constante del PIB total, con una caída en el año 1995. Sin embargo, éste mismo efecto es casi imperceptible a simple vista en el PIB manufacturero, además de requerirse un lapso mayor para hacer deducciones más acertadas con respecto a lo que se ha dado en llamar "el error de diciembre". De hecho, en el PIB de la industria manufacturera se pueden distinguir dos periodos (cuadro 3.1). El primero de 1970 a 1981 y el segundo de 1982 a 1990. En el primero, la

producción manufacturera mantiene tasas de crecimiento anual positivas significativas, pero inferiores al PIB, salvo para pequeños lapsos: 1972-73 y 1978-79, en los que alcanzó porcentajes relativamente más elevados.

GRÁFICO 3-1



FUENTE: Elaboración propia con base en los datos de "Agenda del economista", No. 14, Julio-Agosto 1996. H. Cámara de Diputados, Colegio de Economistas.

El crecimiento promedio anual manufacturero para la década 1970-1980 fue de 6.3%, porcentaje muy superior a las tasas estimadas del crecimiento demográfico y en la cual su relación desfavorable respecto a la expansión del producto total se debe fundamentalmente al peso de la industria minera, especialmente el petróleo.

Sin embargo, al darse la crisis de 1982, comienzan una serie de periodos en que el PIB va de valores negativos a positivos sin llegar a alcanzar los altos índices que la política anterior propició. Es así como en el periodo 1982-91 el PIB manufacturero tiene un comportamiento similar al PIB nacional, con la ventaja de mostrar tasas de crecimiento superiores a éste en los periodos en que las tasas son positivas, apoyándose para ello en la industria extractiva. En este sentido, puede afirmarse que actualmente se está pagando el precio de mantener aquél proteccionismo frívolo por tantos años, debido a que los esfuerzos no realizados anteriormente para crear una base industrial que sirva de soporte para afrontar la competencia a puerta abierta, han de hacerse ahora con premura y a un ritmo acelerado si no se quiere una mayor caída en los niveles productivos.

3.1.1. Importancia de la industria textil y de la confección

La cadena industrial de textiles, prendas de vestir e industria del cuero es, dentro de manufacturas, la cuarta división en importancia por su aportación al producto interno bruto nacional (cuadro 3.2).

CUADRO 3.2
PARTICIPACIÓN PORCENTUAL EN EL PIB NACIONAL POR DIVISIÓN
DE ACTIVIDAD MANUFACTURERA

DIVISIÓN DE ACTIVIDAD	1991	1992	1993	1994*
PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO	5.91%	5.94%	5.94%	5.93%
TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR E INDUSTRIA DEL CUERO	2.29%	2.15%	1.98%	1.91%
INDUSTRIA DE LA MADERA Y PRODUCTOS DE LA MADERA	0.72%	0.70%	0.63%	0.56%
PAPEL, PRODUCTOS DE PAPEL, IMPRENTAS Y EDITORIALES	1.26%	1.24%	1.15%	1.13%
SUSTANCIAS QUIMICAS, DERIVADOS DEL PETRÓLEO, PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO	4.14%	4.11%	4.01%	4.11%
PRODUCCIÓN DE MINERALES NO METÁLICOS, EXCEPTO DERIVADOS DEL PETRÓLEO Y CARBÓN	1.54%	1.58%	1.59%	1.63%
INDUSTRIAS METÁLICAS BÁSICAS	1.30%	1.27%	1.30%	1.38%
PRODUCTOS METÁLICOS, MAQUINARIA Y EQUIPO	5.18%	5.22%	5.17%	5.37%
OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	0.55%	0.57%	0.59%	0.62%

* Enero-septiembre

Fuente: Elaborado por la CNIV con información de INEGI

Según datos del censo industrial de 1994, la industria se conformaba en 1993 de 44,071 empresas que generaban 530,603 empleos, lo cual, implica un promedio general de ocupación de 12 personas por empresa.

Este promedio, sin embargo, presenta una fuerte dispersión porque la intensidad de uso de la mano de obra a lo largo de la cadena es variable entre ramas de actividad y entre empresas.

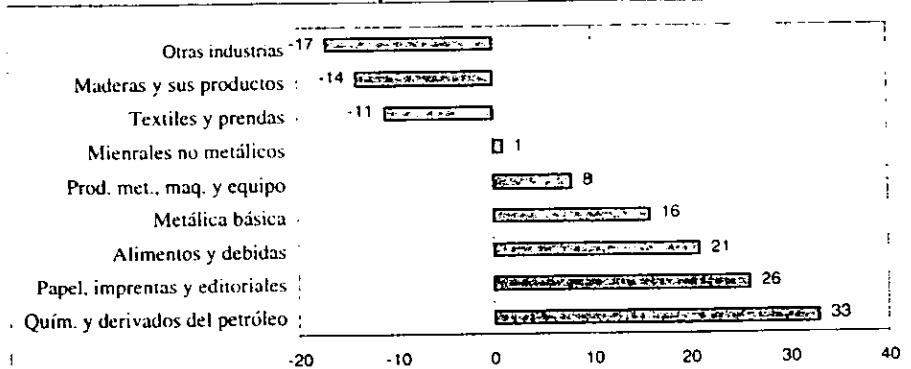
Los primeros eslabones de la cadena, que corresponden a la producción de fibras, emplean procesos de manufactura basados en la utilización de bienes de capital. Por consiguiente, sus requerimientos de mano de obra son menores que los de la rama de confección.

La industria textil genera ingresos brutos totales suficientes para cubrir 1.5 veces los gastos totales derivados de la actividad y cada peso pagado en

remuneraciones aporta 16.08 de ganancia bruta. En promedio cada empresa genera ganancias brutas de N\$267,990.¹

Al analizar las divisiones que integran el sector manufacturero, si bien no todas han tenido un decremento significativo en la última década, en general su comportamiento ha sido poco satisfactorio. En 1990, de los nueve componentes de la industria manufacturera, sólo siete alcanzaron una producción superior a 1981 y tres no lograron recuperar el nivel alcanzado en dicho año tal como se muestra en el gráfico 3-2. Entre éstas últimas se ubica la segunda división del sector manufacturero: textiles, prendas de vestir, cuero y calzado; cuya producción disminuyó un 11% en relación a la obtenida en 1981. El subsector de textiles y otros, comparativamente, presentan un proceso de rezago cada vez más acentuado en relación a la industria manufacturera en su conjunto, pero éste no comenzó con la crisis de los años ochenta, sino que vino presentándose antes y se profundizó en los ochenta.

GRÁFICO 3-2
INDUSTRIA MANUFACTURERA
Subsectores con producción inferior y superior a 1981



FUENTE: Suárez Aguilar, Estela y Rivera Ríos, Miguel Ángel "Pequeña empresa y modernización: análisis de dos dimensiones", p. 173.

¹ Indicadores calculados por la CNIV con información del CENSO INDUSTRIAL 1994. RESULTADOS OPORTUNOS, INEGI.

Al considerar los últimos años a partir de 1970, y comparando las tasas de crecimiento del sector manufacturero y del subsector de textiles, se observa una tendencia casi persistente a lo largo del periodo a obtener tasas de crecimiento inferiores a las de la industria manufacturera, salvo para unos pocos años: 1971, 1977 y 1979, (cuadro 3.1).

En la década 1970-1980, la tasa media de crecimiento anual del subsector de textiles y otros, fue de 4.8%, ubicándose entre las más bajas después de la división de madera y sus productos, que para el mismo periodo creció al 5.9%, y sólo por encima del subsector de otras industrias que tuvo un comportamiento negativo de menos 1.2% en el mismo periodo.

3.1.2. Trascendencia de la Industria del Vestido dentro de la Industria Textil y de la Confección.

En el marco de un mercado protegido, como el que predominaba en México hasta mediados de los años ochenta, era válido el análisis de la industria del vestido como parte del sector textil, dado a que esta rama producía básicamente para el mercado nacional y se abastecía principalmente de materia prima e insumos generados por la industria nacional. Es decir, la integración que en antaño mantenía el *subsector textiles y otros* justificaba el usarla como base de estudio unificadamente para analizar a todas las ramas que ésta incluye. Sin embargo, la nueva inserción de la economía mexicana como mercado abierto hacia la economía internacional, exige a cada una de las ramas, tanto de textiles como a la de fabricación de prendas de vestir, cambios estructurales diferentes.

A partir de la crisis mundial de la primera mitad de los años setenta, cuando las barreras no arancelarias empezaron a multiplicarse para el comercio de los productos de las industrias tradicionales tales como textiles, confecciones, acerías, construcciones navales, ciertos productos químicos y petroquímicos, minería y calzado generaron un marcado retroceso en la liberalización del comercio mundial. El Acuerdo Multifibras I (AMF) de 1974, ampliado y prorrogado

con el II en 1977, con el III en 1982, y con el IV en 1986, fue caracterizado como el más sofisticado sistema contra esta contratendencia, y diseñado como el ejemplo más evidente del "neoproteccionismo" comercial de los países desarrollados.

Dentro del grupo de textiles y confección, éste último es el más afectado. En 1981, el AMF cubría el 14% de las exportaciones textiles del mundo y el 40% de las de confección, incluyendo a Europa Oriental. Actualmente se estima que el AMF IV con 41 signatarios, maneja casi el 60% del comercio mundial textil y de la confección. El 40% restante está protegido por altos aranceles de alrededor del 20% en promedio.

En la última década, 1980-1990, la producción bruta de la división de textiles y de la confección sufrió una significativa caída, marcando una tasa media anual negativa de menos 0.6%, que es inferior a la del PIB del sector manufacturero, que fue de 1.9% en el citado periodo. Para 1994, también es el componente con tasa más baja, al igual que el de madera y sus productos, con una tasa negativa de menos 1.4%². La participación porcentual de esta división en la industria manufacturera actualmente es de 8.3%, ocupando el cuarto lugar en orden descendente como se puede apreciar en el gráfico 3-3.

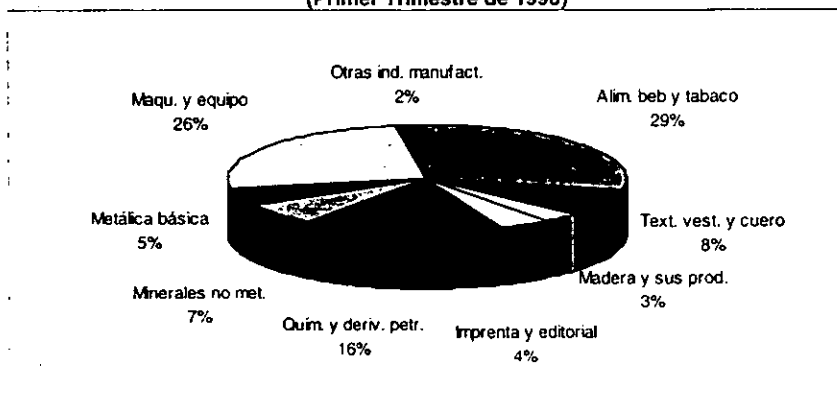
En este marco de partida es preciso señalar la situación de la industria textil y de la confección comprendida entre 1988 y a1991 para captar la incidencia de la liberación en el subsector de textiles, ya que a partir de 1987-88, se incluyeron los textiles, prendas de vestir y cuero, en la política de liberalización comercial, y se sustituyeron los permisos de importación por tarifas arancelarias. Actualmente, los productos textiles en general gozan de mayor protección, dado a que sus aranceles son los más elevados, alcanzando un promedio de 18% (gráfico 3-5).

En dicho periodo, la evolución de los sectores manufactureros mostró un comportamiento desigual, tal y como puede observarse en el cuadro 3.3;

² Fuente: "Agenda del Economista", Num. 14. Julio-Agosto 1996. H. Congreso de Diputados. Colegio de Economistas.

sobresaliendo el crecimiento de los productos metálicos, maquinaria y equipo, y los de la industria química, caucho y plástico; lo que contrastó con la crisis existente en el sector textil, las industrias metálicas básicas, la editorial y la de la madera.

GRÁFICO 3-3
ESTRUCTURA DEL PIB MANUFACTURERO
(Primer Trimestre de 1996)



FUENTE: "Agenda del economista", No. 14, Julio-Agosto 1996.

CUADRO 3.3
PRODUCTO INTERNO BRUTO MANUFACTURERO
(Tasa de crecimiento anual)

CONCEPTO	1988	1989	1990	1991	1988-91
TOTAL MANUFACTURERO	3.2	7.2	5.8	3.7	5.0
Alimentos, bebidas y tabaco	0.2	7.7	3.0	2.0	3.2
Textiles, vestido y cuero	0.8	3.5	2.2	-3.4	0.8
Industria de la madera	-2.4	-1.5	-2.0	-1.1	-1.8
Papel, imprenta y editorial	4.1	7.0	4.4	-1.3	3.6
Quim., petroquim. y caucho	2.0	9.2	5.2	3.1	4.9
Minerales no metálicos	-1.6	4.8	6.3	1.3	2.7
Industria metálica básica	5.2	2.5	7.4	-2.6	3.1
Maquinaria y equipo	13.0	11.1	13.1	15.1	13.1
Otras industrias manufactureras	4.2	7.1	8.7	-1.0	4.8

FUENTE: Sistema de Cuentas Nacionales de México.

Dentro de estas divisiones de la industria manufacturera, la concentración de micro y pequeña empresa, de acuerdo a los censos económicos de 1989 (cuadro 3.4), era muy alta en términos de establecimientos, pero reducida en términos de la generación de valor agregado.

CUADRO 3.4

GRADO DE PARTICIPACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (%)			
EN LAS DIVISIONES INDUSTRIALES, 1989.			
INDUSTRIA MANUFACTURERA	ESTABLECIMIENTOS	EMPLEO	VALOR AGREGADO
Alimentos, bebidas y tabaco	98.36	40.55	21.68
Textiles, vestido y cuero	94.46	37.14	25.34
Madera y sus productos	98.70	64.82	54.52
Imprenta y editoriales	96.08	41.61	21.85
Químicos y sus derivados	86.62	25.39	12.66
Minerales no metálicos	98.72	43.85	16.74
Metálicas básicas	85.07	14.73	6.23
Prod. metálicos, maq. y equ.	95.08	24.24	11.38
Otras industrias	95.24	39.6	29.25

FUENTE: Sistema de Cuentas Nacionales de México.

En este sentido, el sector textil y del vestido presenta una situación sumamente desigual, y se requiere de un proceso general de modernización en donde algunos segmentos están vinculados más con la industria grande y mediana que con la micro y pequeña. En el proceso de hilatura, tejeduría y acabado tiene mayor peso la gran empresa debido a que se requiere de una relación capital-producto (k/p) más elevada en tanto que en la confección con materiales textiles ésta razón requiere de relaciones más bajas, lo que permite un peso más importante de la micro y pequeña empresa, tal y como se puede apreciar en el cuadro 3.5.

CUADRO 3.5

PARTICIPACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA POR RAMA DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DEL VESTIDO, 1989					
(en establecimientos)					
Rama	Micro	Pequeña	Subtotal	Total	% del total
Textiles fibras duras	156	18	174	236	73,7
Tejidos acabados fibras blandas	664	433	1097	1776	61,8
Confección con materiales textiles	637	34	671	1109	60,5
Tejidos de punto	468	233	701	862	81,3
Confección de prendas de vestir	7077	1048	8125	8949	90,8

FUENTE: INEGI, Censos Económicos 1989.

Ahora bien, dentro de la confección existen tres grandes grupos: géneros de puntos, confección y alfombras. En los dos primeros es dónde se localiza la micro y pequeña empresa, puesto que el tercero en términos del valor agregado es la gran empresa la que domina al subsector. En cuanto a "la maquinaria instalada es, en promedio, moderna. Sin embargo, dadas las tendencias mundiales de mayor exclusividad en los diseños, que se refleja en un menor volumen de tirada por diseño, resulta indispensable la introducción de tecnología que permita hacer cambios en el diseño del tejido en forma rápida y económica. En la estructura de costos de éste subsector resulta preponderantemente el hilo empleado para elaborar el tejido. Sin embargo, el hilo nacional presenta ciertas deficiencias en calidad lo cual provoca menor productividad, ya que se tienen que operar las máquinas a menor velocidad para evitar los paros. En términos tecnológicos, este subsector requiere mayor flexibilidad para reducir los costos en tiempos en los cambios de diseño, y estrategias para incrementar la calidad del hilo que ofrecen los productores nacionales o bien los costos del hilo que se importa"³

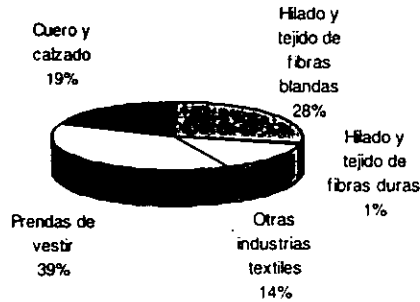
3.1.2.1. Generalidades de la Industria del Vestido

Por lo que respecta a la actividad de la confección de prendas de vestir, es la más grande de todo el sector textil (ver gráfico 3-4), tanto por su participación en el PIB como en el empleo. Al igual que el género de punto, ésta actividad está ampliamente fragmentada por la poca inversión que se requiere, la inexistencia de economías de escala y la mayor flexibilidad ante los cambios en la moda. En cuanto a la estructura de costos de la confección, ésta se divide esencialmente en costo de materia prima y costo laboral (cuadro 3.6).

³ Banca Serfin. "Área de Estudios Económicos: Estudios sectoriales. industrial textil". México 1991.

GRÁFICO 3-4

PIB DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DEL
VESTIDO POR RAMA DE ACTIVIDAD 1993 p/



FUENTE: INEGI, "La Industria Textil y del Vestido en México 1993-1995".

En términos del costo laboral éste había sido uno de los factores de competitividad nacional, ya que de acuerdo con el cuadro 3.7, México es el país Latinoamericano con la tarifa de salarios en esta rama más baja, sin embargo este factor ha perdido su ventaja comparativa debido a su falta de su desarrollo.

CUADRO 3.6

ESTRUCTURA DE COSTOS (PROMEDIO EN %) (Empresas encuestadas en el Distrito Federal)		
CONCEPTO	1986	1991
Mano de obra	22.4	22.2
Materias primas	39.9	43.0
Renta e intereses	6.1	6.9
Impuestos	17.6	13.8
Depreciación	4.7	5.0
Energía/combustible	6.4	7.1
Otros	6.1	5.0

FUENTE: Ruiz Durán, Clemente y Kagami, Mitsuhiro. "Potencial Tecnológico de la Micro y Pequeña Empresa en México", p.158. NAFIN. México 1993.

Por lo que respecta a las materias primas existe una cierta desventaja dado el proceso de acabado de las telas. De esta forma, en la perspectiva tecnológica se puede mejorar la competitividad vía incrementos de la productividad, y mejorar la calidad vía de mejores acabados de las telas. A lo anterior se suma un problema de mercadeo que tienen que encarar los micro y pequeños empresarios, cuya

dispersión les hace difícil el acceso a los mercados cada vez más sofisticados de la confección.

CUADRO 3.7
Comparación de sueldos de la Industria Textil y de la
Confección en países seleccionados

País	Sueldos
Costa Rica	1.35
El Salvador	1.01
Guatemala	0.68
Honduras	0.58
Nicaragua	0.50
México (sur)	0.40
Estados Unidos	17.30

FUENTE: AMÉRICA-ECONOMÍA No. 115, p.20. México enero 1997.

Por otro lado, los factores que coincidieron en el acentuado declive del subsector de textiles integrado por las ramas de textiles, calzado y prendas de vestir, son múltiples, pero todos convergen en un eje central de excesiva protección comercial. Se estima que el 70% de los productos de este subsector son de consumo final y, en consecuencia, mantienen una fuerte dependencia del monto y distribución del ingreso de la población, que en los últimos años se ha concentrado en el renglón de alimentos. Pero si bien la restricción de la demanda, como efecto de la crisis, incidió negativamente, es importante considerar que con la apertura comercial, especialmente a partir de 1988, se incrementaron las importaciones de este tipo de productos y el mercado interno dejó de ser un mercado cautivo monopolizado por la producción local.

Es así como en los últimos años, el sector empresarial ha emitido diversas declaraciones en el sentido de adjudicar los problemas de esta rama industrial a la depresión del mercado interno y a la liberalización comercial. Sin embargo, también debe considerarse que las situaciones derivadas de la restricción del mercado interno y la apertura del mercado local a los bienes extranjeros están teniendo un doble efecto: Por un lado, han hecho evidentes los fuertes problemas

de competitividad de la rama, pero por otro lado, también están incidiendo como factores dinámicos que impulsan la reestructuración de esta actividad industrial.

Sin embargo, a este respecto hay un punto de interés contrastante: La mayor participación en el valor agregado de micro y pequeñas empresas coincidentemente se dio en las ramas con crecimiento negativo en 1991. Así fue que considerando el peso específico de estas ramas en la generación de valor agregado, en la intensidad del uso de mano de obra y en su potencial para el cambio tecnológico; hablando tanto de tecnologías "duras" como de tecnologías "blandas", se seleccionó la rama de la confección de prendas de vestir; en la que se encontró que la participación de las empresas micro y pequeñas es del 90.8%, superior al resto de las ramas del subsector textiles (ver cuadro 3.5).

La ubicación esquemática de la industria del vestido dentro de la actividad textil, del cuero y del vestido se muestra en el cuadro 3.8. Esto es, partiendo del entendido de que en el sector industrial se sitúa la industria manufacturera, la cual esta conformada por nueve industrias entre las que se encuentra la industria textil y del vestido; también llamada "industria textil, del cuero y confecciones", "cadena textil", "actividad manufacturera de textiles, prendas de vestir e industria del cuero", "industria textil y de la confección", "subsector textiles", "sector textil y del vestido", entre los términos más usuales. A su vez, la industria textil y del vestido se divide, a grandes rasgos, en cinco ramas en una de las cuales finalmente se sitúa la "rama industrial de fabricación de prendas de vestir". Ésta abarca tanto a las prendas hechas de tela como a las prendas de punto que generalmente se manufacturan con el uso de equipo textil. Para designar a esta rama se usan indistintamente los términos de "industria de la confección o fabricación de prendas de vestir" e "industria del vestido". El grupo de industrias que abarca la industria del vestido son quince, mismas que para 1993 sumaban 22,546 establecimientos, lo que representa el 51.16% del total de establecimientos de la industria textil y del vestido.

CUADRO 3.8
NUMERO DE EMPRESAS Y PERSONAL OCUPADO EN LA CADENA TEXTIL
DATOS REFERENTES A 1993

DIVISIÓN, RAMA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL	NUMERO DE EMPRESAS	PERSONAL OCUPADO
TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR E INDUSTRIA DEL CUERO	44,071	530,603
HILADO, TEJIDO Y ACABADO DE FIBRAS BLANDAS, EXCLUYENDO LAS DE PUNTO	5,447	115,788
CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	22,546	201,614
CONFECCIÓN DE ROPA EXTERIOR PARA CABALLERO HECHA EN SERIE	1,008	55,970
CONFECCIÓN DE ROPA EXTERIOR DE DAMA HECHA EN SERIE	1,933	39,137
CONFECCIÓN DE CORSETERIA	204	19,412
CONFECCIÓN DE UNIFORMES	1,164	15,815
CONFECCIÓN DE ROPA EXTERIOR PARA NIÑOS Y NIÑAS	704	13,110
CONFECCIÓN DE CAMISAS	703	17,996
CONFECCIÓN DE OTRA ROPA INTERIOR	151	8,012
CONFECCIÓN DE ROPA EXTERIOR PARA CABALLERO HECHA SOBRE MEDIDA	7,652	11,213
CONFECCIÓN DE ROPA EXTERIOR DE DAMA HECHA SOBRE MEDIDA	6,046	8,935
CONFECCIÓN DE OTRAS PRENDAS EXTERIORES DE VESTIR	1,299	4,199
CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE CUERO, PIEL Y SUCEDÁNEOS PARA CABALLERO	211	1,561
CONFECCIÓN DE GUANTES, CORBATAS, PAÑUELOS Y SIMILARES	76	1,099
FABRICACIÓN DE SOMBREROS GORRAS Y SIMILARES, HECHOS DE PALMA Y OTRAS FIBRAS DURAS	1,158	2,968
CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE CUERO, PIEL Y MATERIALES SUCEDÁNEOS PARA DAMA	107	865
FABRICACIÓN DE SOMBREROS GORRAS Y SIMILARES	130	1,322
INDUSTRIA DEL CALZADO. EXCLUYE LOS DE HULE O PLÁSTICO	4,981	80,971
CONFECCIÓN CON MATERIALES TEXTILES. INCLUYE TÁPICOS Y ALFOMBRAS	4,952	59,754
FABRICACIÓN DE TEJIDOS DE PUNTO	1,632	37,998
IND. DEL CUERO, PIELES Y SUS PRODUCTOS. EXCLUYE CALZADO Y PRENDAS DE CUERO	2,344	25,739
INDUSTRIA TEXTIL DE FIBRAS DURAS Y CORDELERIA DE TODO TIPO	2,169	8,739

FUENTE: ELABORADO POR LA CNIV CON INFORMACIÓN DEL CENSO INDUSTRIAL 1994, INEGI.

Aún considerando la crisis y el poco dinamismo que vive la industria del vestido, se consideró conveniente realizar un análisis de éste sector en donde se cree que puede existir un mayor potencial de cambio, bien porque existe una tradición en este sentido o porque se encuentra inmersa en una situación crucial que motiva dicho cambio.

No está por demás apuntar la necesidad de considerar que la clasificación de las empresas o establecimientos, conforme con el tamaño, es dinámica y por tanto ha cambiado a través del tiempo. Por ejemplo, de acuerdo con los criterios censales para los años 1965 y 1975, se consideraba en la escala más baja como "establecimientos muy pequeños" del sector formal a las empresas con personal

asalariado de hasta cinco personas; mientras que actualmente los establecimientos tamaño "micro" conforme a la SECOFI, se definen como lo que ocupan entre 1 y 15 personas. Los rangos de personal ocupado tampoco coinciden en los criterios para definir los restantes tamaños de establecimientos. Esto implica que los datos trabajados para el periodo 1982-1995, no son comparables a los de periodos anteriores.

Por último, en la reestructuración industrial de México se combinan actualmente dos procesos principales que interactúan entre sí, a saber:

- La introducción de nuevas tecnologías, considerando como tales a las "duras" es decir la automatización, y a las "blandas" como la modernización de la organización de los procesos de trabajo y sistemas de administración y comercialización.
- La tendencia creciente por disminuir el proteccionismo con la apertura del mercado interno a los productos extranjeros.

Y es necesario considerar ambos aspectos para el análisis de la funcionalidad de las micro, pequeñas y medianas empresas en esta actividad manufacturera: la industria del vestido.

3.1.2.2. El sector no formal en la industria del vestido

El "sector no formal" de fabricación de prendas de vestir está compuesto por talleres que no se registraron como establecimientos formalizados conforme a la legislación fiscal. Las razones pueden ser diversas, de las cuales interesa distinguir dos: Primera, por tener menos de cinco personas ocupadas, en cuyo caso no hay obligación legal de registrarse y, segunda, por evadir obligaciones fiscales y el otorgamiento de las prestaciones de ley a las trabajadoras. En el segundo caso, se trata de actividades ilícitas que se ubican en la "economía clandestina o subterránea".

Generalmente cuando se analiza esta rama industrial se da por supuesto que una parte importante se desarrolla en el sector informal, dada la rentabilidad de las pequeñas unidades productivas, con menos de cinco personas ocupadas a las que la legislación actual no les exige registrarse. Así por ejemplo, Mercado García⁴ tomó a la industria del vestido como una rama industrial típica para estudiar la transferencia tecnológica entre economía formal e informal y define a esta última como aquellas actividades que se realizan en la mayoría de los casos, en un pequeño taller de maquila para otras fábricas por medio de lo que se conoce como subcontratación, con menos de cinco personas ocupadas, que en general no disponen de un establecimiento dedicado exclusivamente a tareas manufactureras, sino que se ubican en una vivienda a cargo de una extrabajadora del ramo. La definición anterior coincide con la del INEGI⁵ que al mismo tiempo explica que excluye las actividades que se realizan en la economía subterránea o clandestina como actividades ilegales.

Si bien es difícil cuantificar el número de talleres de éste tipo y el valor de la producción que en ellos se realiza, es importante señalar que la información recabada sugiere que muchos empresarios que actualmente producen para el sector formal empezaron de este modo. La mayoría de estas empresas clandestinas tienen a su vez diversos tipos de vínculos con las del sector formal y manejan frecuentemente mecanismos de subfructuación con éstas últimas. A estas dos modalidades del sector no formal deben agregarse los trabajadores a domicilio. La inmensa mayoría de ellos son mujeres, que principalmente realizan el ensamblaje de piezas que se les entregan cortadas.

Por lo anteriormente señalado, parece más adecuado distinguir sector formal y sector no formal, y dentro de éste último, ubicar el informal como una modalidad más, diferenciándolo de las actividades que se realizan en la economía clandestina o subterránea, (ver cuadro 3.9). Estas dos últimas formas de

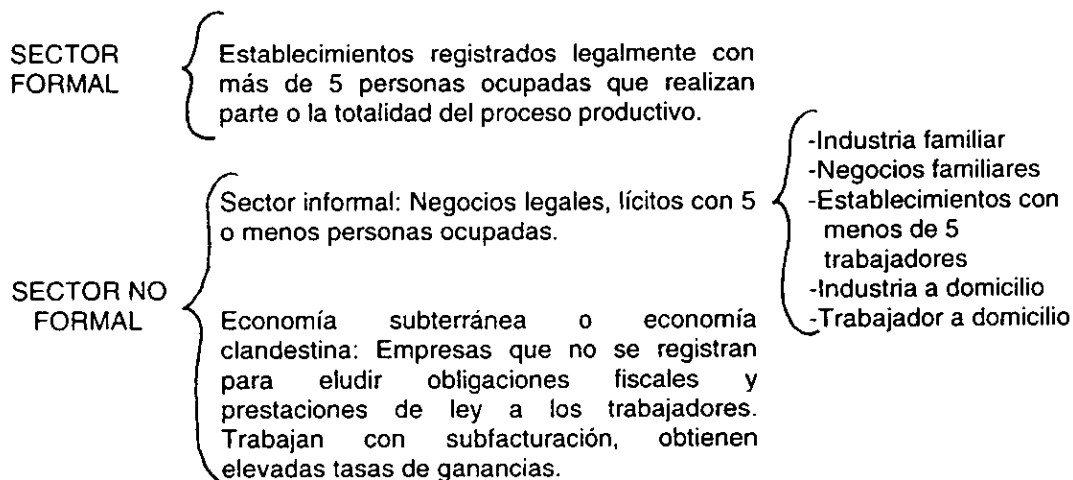
⁴ Mercado García, Alfonso, et.al. "Un estudio sobre la transferencia tecnológica en la industria mexicana del vestido", pp. 179-213. En: "Demografía y Economía", Colegio de México, XIV:2. México 1980.

⁵ INEGI. "Encuesta Nacional de Economía Informal". pp.1 y 2. Aguascalientes, México 1990.

funcionamiento son distintas, y también las causas que las originan pero ambas son importantes.

CUADRO 3.9

SECTOR FORMAL Y SECTOR NO FORMAL



FUENTE: Mercado García, Alfonso, et.al. "Un estudio sobre la transferencia tecnológica en la industria mexicana del vestido". En: "Demografía y Economía". Colegio de México, XIV:2. México 1980.

Sin embargo, es interesante mencionar otro tipo de relación importante de la producción en pequeña escala entre la economía formal y no formal, y es la que se establece a través de ampliaciones de las actividades fabriles. Es tan importante la rentabilidad de la producción en pequeña escala que algunos empresarios entrevistados durante un trabajo de campo a éste respecto del sector formal⁶, optaban por ampliar su actividad industrial a través de la creación de nuevos establecimientos pequeños, ya sea de carácter clandestino o nuevas razones sociales, en lugar de agrandar las instalaciones existentes o cambiarse a unas más amplias. Esto por un lado, les permite conservar el control y flexibilidad

⁶ Suárez Aguilar, Estela y Rivera Ríos, Miguel Ángel. "Pequeñas empresas y modernización: Análisis de dos dimensiones". Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM. México 1994.

de las operaciones, y por otra parte, esta modalidad de crecimiento en la industria tiene dos consecuencias importantes:

- Favorece el hecho de que más miembros de una misma familia se convierten en empresarios, pues generalmente se ubica al frente del nuevo establecimiento creado a un miembro cercano de la familia. Este aspecto es favorable y un "semillero de empresarios efectivo".
- Sin embargo, una de las desventajas de éste tipo de empresas es que tenga las relaciones familiares con los intereses económicos; y las rupturas familiares en uno de estos ámbitos afecta a ambos planos y se incrementan sus efectos.

Con base en la apreciación que del "sector no formal" manifiesta el sector empresarial, se ha estimado que el 50% de las empresas de la rama se ubica en el sector no formal. De hecho con base en entrevistas a investigadores especializados en el tema y estudiosos de zonas específicas del país, permiten estimar que por cada persona ocupada en el sector formal, hay cuatro ocupadas en el sector no formal.⁷

Otros estudios recogen apreciaciones de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, CANAINVEST, calculando que entre un 50 y 70 por ciento de la producción de prendas de vestir se realiza en talleres familiares, consideran que últimamente éste tipo de talleres se incrementó a causa de la crisis económica y la pérdida del poder adquisitivo de la mayoría de la población.

En relación a la población ocupada en la rama, las estimaciones del sector patronal es de 600 a 700 mil trabajadores.⁸ Para dar una idea de lo que esta magnitud significa, es importante señalar que, dentro de las estimaciones institucionales, las cifras más elevadas son las de la población asegurada

⁷ Para profundizar al respecto, se recomienda consultar la investigación de Suárez y Rivera, pp. 157-170: *op.cit.* Así como la obra de Mercado García, pp. 179-213. *op.cit.* Y la información estadística del INEGI. "Encuesta Nacional de Economía Informal", *op.cit.*

⁸ CONCAMIN. "Industria", p. 12. *op.cit.*

permanentemente del Instituto Mexicano del Seguro Social. Las mismas no alcanzan a las 300 mil personas en la fabricación de prendas de vestir para ninguno de los años comprendidos entre 1982-1991. Ello implica que más del 50% del personal ocupado está laborando en el sector no formal.

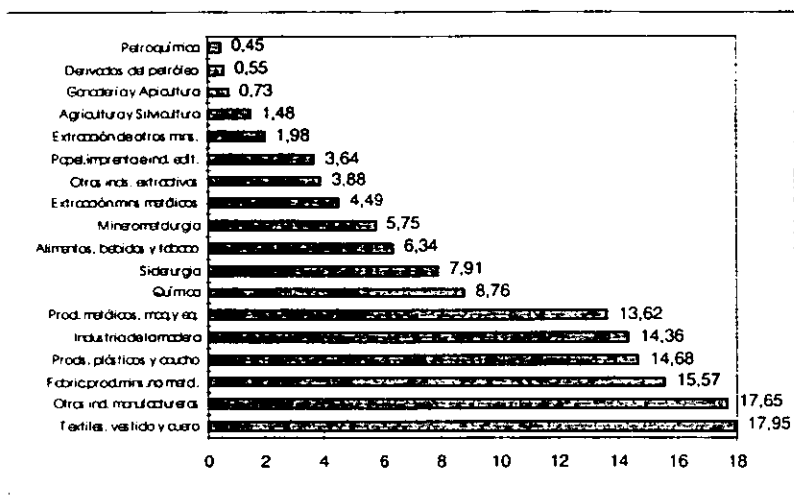
Sin embargo, la globalización comercial que envuelve también a la industria del vestido, reduce las posibilidades de "clandestinización" de la actividad y hacen de ella una modalidad que tiende, más bien, a contraponerse con los requerimientos de la apertura comercial y la agudización de la competencia internacional. Como se verá posteriormente, la única interpretación posible de la información disponible en relación al sector formal de esta rama industrial, denota la expansión de un proceso de formalización, posiblemente generado por la apertura comercial y las nuevas exigencias fiscales que están apremiando a las empresas a registrarse.

3.2. LA INDUSTRIA DEL VESTIDO INMERSA EN LA APERTURA COMERCIAL

3.2.1. Ventajas y desventajas de la industria del vestido

En México, la industria del vestido gozó por más de cuatro décadas de leyes y reglamentaciones de protección. En el marco de la crisis más prolongada desde la segunda postguerra, hacia mediados de los años ochenta empezó a abandonarse la política proteccionista anterior. Hacia finales de 1985 el gobierno de De la Madrid, inició una serie de reformas tendientes a reducir las barreras arancelarias y no arancelarias. En el caso de las prendas de vestir, las tarifas arancelarias se mantuvieron cercanas al 50%, pero en junio de 1987 disminuyeron al 39.9% y en diciembre del mismo años al 20%. Además, en abril de 1988 se eliminaron totalmente los requerimientos de permisos de importación. Cabe acotar que el arancel promedio ponderado del sector textiles es el más elevado en comparación con los demás sectores de la economía, como puede observarse en el gráfico 3-5.

**GRÁFICO 3-5
ARANCEL PROMEDIO PONDERADO POR SECTOR**



FUENTE: SECOFI "Programa para promover la competitividad de internacionalización de la industria textil y de la confección", p.9. México 1992.

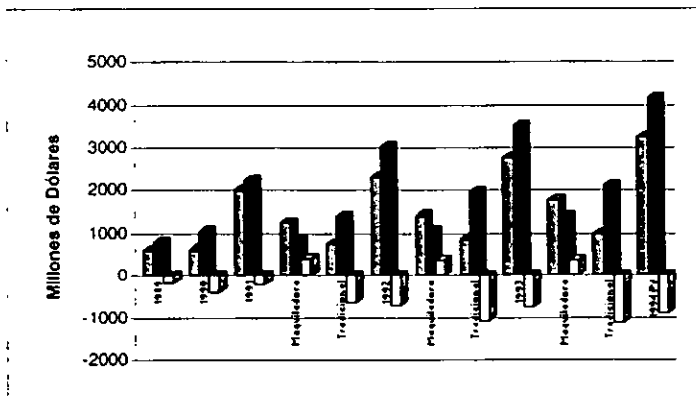
La estructura arancelaria del sector textil es escalonada y ascendente y los productos finales entre los que se encuentran las prendas de vestir, se gravan con tasas arancelarias mayores que los insumos, y que alcanzan el tope máximo de 20%. Sin embargo, a pesar del grado de protección que aún se mantiene para las prendas de vestir, es importante resaltar que en menos de dos años, el contexto macroeconómico había cambiado esencialmente, sentando nuevas pautas para el desarrollo de esta rama industrial. Se inició así una nueva etapa, a partir de la cual los niveles de productividad alcanzados a nivel internacional no podían soslayarse, dado que afectan fuertemente la producción local. Por ello, en el desarrollo de esta investigación, el quiebre en el contexto macroeconómico que marca al año 1987, será considerado como base fundamental de periodización donde se ubican los problemas más relevantes que presenta esta rama.

3.2.1.1. Calidad

3.2.1.1.1. Calidad de los insumos

El entorno proteccionista había permitido que la producción nacional de prendas de vestir, prácticamente convirtiera al mercado nacional en un mercado cautivo, pero también le impidió abastecerse de insumos de calidad internacional, así como también la liberó de la necesidad de esforzarse por lograr diseño y moda propios. Esto llevó a la mayoría de las empresas a producir básicamente con insumos nacionales protegidos para el mercado nacional, a abastecer prendas de vestir fundamentalmente a sectores populares y de clase media.⁹ A nivel nacional fue una industria altamente integrada con la rama textil. Por lo que, los estudios la abordaban como un todo integrada verticalmente, como parte de la cadena textil.

GRÁFICO 3-6
PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DEL VESTIDO EN EL COMERCIO EXTERIOR



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DEL INEGI. "La Industria Textil y del Vestido en México, 1993-1995".

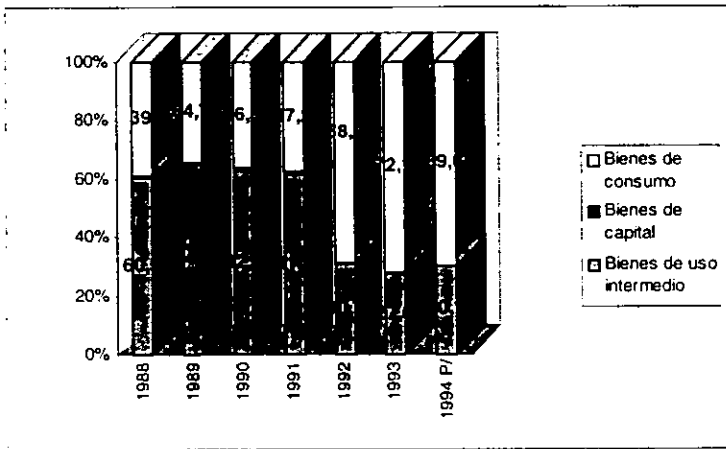
Sin embargo, la desintegración vertical de esta cadena textil y de la confección se puede apreciar en el análisis de las importaciones. Las cuales sobrepasan por mucho a las exportaciones tal y como se observa en el gráfico 3-6; y sobre todo

⁹ Fajer García, Rafael. "La industria textil en México". en "La reconversión industrial en América Latina", tomo XII, pp. 121-124. Fondo de Cultura Económica, México 1987.

en su composición, la cual indica que la mayor parte de estas las constituyen bienes de consumo en un 70% aproximadamente en el periodo considerado de 1991 a 1994 (gráfico 3-7).

En general, se estima que solo el 3% de las importaciones de la rama del vestido las componen los bienes intermedios.

GRÁFICO 3-7
COMPOSICIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DEL VESTIDO POR TIPO DE BIEN, 1988-1994
(porcentaje)



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DEL INEGI. "La Industria Textil y del Vestido en México, 1993-1995".

3.2.1.1.2. Calidad de los productos

El análisis anterior revela que en la disminución de las ventas de prendas de vestir a nivel nacional, influyeron dos factores principales: la pérdida del valor adquisitivo se los ingresos de la población y, los altos precios de la producción local en relación a los productos provenientes del extranjero. Otro elemento que abarata la ropa importada es la venta de remate de saldo, costumbre muy generalizada en países como Estados unidos, para comercializar la ropa al finalizar la temporada.

El sector empresarial se ha quejado permanentemente de este tipo de importaciones aduciendo que hay prácticas de "dumping", porque se están importando productos a un precio inferior al costo de la materia prima. A este respecto, durante el periodo comprendido entre enero de 1987 y enero de 1992, sólo el 5% de las investigaciones realizadas en México sobre antidumping y antisubvención correspondieron a productos de la industria textil. Específicamente, se han presentado dos denuncias contra las importaciones de mezclilla, una para el producto originario de Hong Kong y otra de Estados Unidos. La baja participación del sector textil en las investigaciones antidumping y antisubvención se explica, en gran medida, por el desconocimiento que tienen las empresas sobre la legislación para la defensa contra dichas prácticas comerciales, así como por la percepción de que los procesos de investigación son demasiado largos y implican altos costos para las empresas denunciantes. Pese a lo anterior, la industria manifiesta que existen importaciones, principalmente provenientes de algunos países de Asia, a precios por debajo de los costos internacionales de la materia prima. Asimismo, se señala que la triangulación en este sector es particularmente fácil, por lo que la evasión de las cuotas compensatorias puede ser importante.

La verdad de que se está cometiendo dumping es relativa. Es verdadera en la medida que efectivamente el precio de esta ropa importada de saldo es inferior al precio de la materia prima, pero es falsa porque el precio de cada prenda de vestir no se relaciona sólo con el costo de sus insumos sino también con la actualidad de la moda. El factor moda es muy importante, ya que el vestido no sólo satisface una necesidad física, sino fundamentalmente una necesidad social. Así, una prenda que contiene estos dos elementos, calidad de materiales y moda actual a inicio de estación, puede tener un precio elevado y, al finalizar la temporada, un precio por debajo de su costo en el mercado. La misma prenda puede tener un precio más elevado en otro mercado donde los consumidores tienen prendas de menor calidad y/o novedad de estilo, que es el caso de México. No es igual un mercado protegido que un mercado abierto, por lo tanto la calidad del terminado y la novedad de estilo además de los de la calidad de la tela y su estampado, son

componentes del precio que el consumidor paga de manera distinta en cada mercado. Además, en cada mercado los consumidores tienen exigencias distintas, y en uno, opciones más diversificadas que en otro.

En México, la moda se incorpora con un año de retraso, el control de calidad es bajo, y los mayores problemas de telas nacionales son los tintes y los diseños en estampado. Por eso, las prendas de saldo de Estados Unidos originarias de Asia en la mayoría de los casos, se venden muy bien. A pesar de la elevada ganancia comercial que hay en México, estos productos resultan muy baratos para el consumidor, por lo que éstos los prefieren.

Esta situación no puede caracterizarse estrictamente como comercio desleal, más bien tiene que ver con que los empresarios locales estaban acostumbrados a un proteccionismo que les permitía vender sus productos incorporando con retraso las innovaciones de la moda, así como los materiales y diseño, situación que frente a la competencia extranjera actual es cada vez más difícil de mantener.

Para tener una idea de la problemática en éste aspecto, es necesario mencionar que se han detectado casos de pequeños empresarios mexicanos de esta rama que producen artículos de cierta calidad y que tienen fuertes problemas que los limitan para entregar parte de la elaboración del producto bajo el sistema de maquila. Al respecto, los problemas significativos son dos:

- El control de calidad: A medida que la prenda por confeccionarse se realice en telas más costosas, mayores son los riesgos que corre el empresario de efectuar el trabajo de armado bajo el sistema de maquila, pues pierde control sobre la calidad del trabajo. En la investigación de campo de Estela Suárez y Miguel Ángel Rivera,¹⁰ se detectaron experiencias negativas de los patrones en este sentido: Una fábrica pequeña

¹⁰ Suárez Aguilar. *"Pequeñas empresas y modernización..."*, op.cit..

de confección de ropa fina para dama, que había entregado parte del trabajo a maquilar, recibió de regreso las piezas con el trabajo mal realizado. El patrón, para salvar el material, tuvo que pagar un doble salario más a las obreras de su fábrica para que la descosieran, la plancharan y nuevamente la volvieran a coser bien. Es decir, que para garantizar la calidad de la confección tuvo que realizar el trabajo en su propia fábrica, además de arriesgarse a la cancelación del pedido por el retraso que el percance le causó.

- La exclusividad de los modelos: Al entregar las piezas para maquilar fuera de la fábrica, el empresario corre el grave riesgo de la copia de los modelos, que no lo hace generalmente la costurera a domicilio sino el taller o intermediario maquilador, que puede o no distribuir parte de las piezas entre las trabajadoras a domicilio. Una prenda de cierta calidad tiende a tener diseño propio y el envío de trabajo a maquilar implica la posibilidad de perder la exclusividad del diseño y por lo tanto, de desvalorizar la prenda. El 8% de los establecimientos encuestados en la citada investigación, experimentaron esta experiencia.

3.2.1.2. Cultura empresarial

Los efectos del proteccionismo no sólo se circunscriben a la calidad de los insumos, sino que también han incidido en la falta de una cultura exportadora empresarial. Para cualquier sector industrial que pretenda competir en el mercado mundial es fundamental cubrir, al mismo tiempo, tres requisitos básicos: precio, calidad y puntualidad. En México, dada la tradición proteccionista, pocas empresas tienen experiencia exportadora y menos aún las micro, pequeñas y medianas empresas que integran la industria del vestido.

Por lo general se ha observado la importancia que tienen los bajos salarios como factor de expansión de las exportaciones, relegando aspectos tan importantes como la capacidad y experiencia empresarial por ejemplo, para comprometer magnitudes significativas de bienes para entregar en fechas preestablecidas.

Las consecuencias que ha ocasionado la falta de desarrollo en la cultura empresarial han desviado la atención del problema central, y como para muestra basta un botón: La CANAINVEST en la ciudad de Aguascalientes, manifestaba que el principal problema que vivía la industria en 1991 era la elevada rotación anual de personal, misma que estimaban en un 85%. Además tenían que ésta aumentaría si la empresa automotriz NISSAN trasladaba su fábrica de Cuemavaca (CIVAC), a la ciudad de Aguascalientes. Estimaban que ello implicaría una nueva demanda de aproximadamente tres mil trabajadores. Interrogando al responsable del área de capacitación de dicha Cámara acerca de las causas de tan elevado grado de rotación anual de personal, el mismo hizo dos apreciaciones interesantes: informó que inicialmente el área a su cargo había combinado cursos de capacitación a trabajadores con políticas de incremento salarial y mejores prestaciones, pero que esto no les había dado buenos resultados. Posteriormente, y en base a estudios realizados por ésta misma área, se detectaron problemas en el trato desconsiderado de los supervisores con el personal a su cargo, por lo que ésta vez, concentraron los programas de capacitación que realizaba la Cámara en el sector de supervisores y jefes, pero aún no tenían resultados.

Las opciones se comienzan a ampliar, y si los trabajadores no se encuentran a gusto y se les presentan mejores oportunidades de trabajo, el problema de la rotación de personal con todo lo que esto conlleva será verdaderamente un obstáculo importante para competir. Ya que incluso una respuesta de una costurera de a Ciudad de México confirmó que: "No es tan importante el salario base que paga una empresa, ni el monto del pago por productividad. Lo importante es el ambiente de trabajo y el trato, porque como la mayor parte del ingreso lo obtenemos por productividad, de nada sirve que se fijen altos pagos por

operación, pues si no estamos a gusto, no podemos producir de acuerdo a nuestra capacidad¹¹. Evidentemente la explicación era impecable y es probable que la alta rotación de personal, se esté convirtiendo en un fuerte impulsor de mejoramiento de las condiciones de trabajo en las fábricas. Pero no debe olvidarse que la raíz de muchos problemas ha sido el descuido del desarrollo de la cultura empresarial¹², y solventando éste, se resolverán varios otros problemas.

Indudablemente los principales actores en el desarrollo de una nueva cultura empresarial son los mismos empresarios. Desde la enorme fragmentación de la producción de la rama a pequeña escala, la actualización de las funciones de las agrupaciones específicas de los industriales cobra una especial importancia. Y un ejemplo positivo es la Cámara Nacional del Vestido, Delegación Aguascalientes. Ésta, desde los años setenta ha venido promoviendo asociaciones especiales de sus integrantes para el otorgamiento de créditos con la creación en 1973 de la Unión de Crédito de la Industria del Vestido y del Bordado de Aguascalientes, exposición de sus productos en el centro "Plaza Vestir" en la ciudad de Aguascalientes, desde 1977. Ante los nuevos requerimientos derivados de la apertura comercial ha ampliado sus funciones, y creado agrupaciones entre sus miembros para la negociación de sus exportaciones con la fundación en 1987 del Grupo Exportador del Vestido de Aguascalientes, EXPORVEST. Y también ha promovido la capacitación del personal con la creación en 1989 del Instituto de Capacitación de la Industria del Vestido, considerando la capacitación para todo el personal, desde el dueño o gerente de la empresa hasta el empleado más modesto de la misma. Además, ha abordado con especial interés la formación de personal altamente calificado, estableciendo importantes convenios con instituciones de educación superior. Mediante su intervención y, con el apoyo empresarial con la dotación de maquinaria, se creó la carrera de diseño industrial en 1985, en la universidad estatal. A través de ella se capacitan los nuevos diseñadores. Los estudiantes son promovidos a presentarse en los eventos

¹¹ *idem*, p.185.

internacionales, y participan en concursos de diseño; han establecido con tacto con especialistas y asimilado gustos, preferencias y experiencias de lo que se está trabajando en otros países. Desde principios de los años noventa, la CANAINVEST en Jalisco ha iniciado un proceso similar, que incluye un proyecto de construcción de un parque industrial especializado para los industriales del vestido. Estas experiencias son importantes porque permiten mayores alternativas de capacitación a la fuerza de trabajo y de formación empresarial. Además posibilitan estructuras organizativas a diferentes escalas, brindando más oportunidades igualitarias, tanto a las empresas grandes como a las pequeñas.

3.2.1.3. Salarios y la cultura laboral

Mientras que la fuerza de trabajo empleada en las industrias dinámicas tiende a concentrarse en grandes unidades fabriles con fuertes sindicatos capaces de exigir y lograr condiciones de trabajo, salarios más elevados y mayores prestaciones, en la industria del vestido se dan otras modalidades. Su expansión no sólo se da a través de procesos de concentración fabril, sino que tiene mucha importancia la tendencia a expandirse a través de innumerables micro, pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas de carácter clandestino y un enorme porcentaje de trabajo a domicilio. A la dispersión de las unidades fabriles acompaña la fragmentación de la fuerza de trabajo que ocupa, lo que tradicionalmente dificultó la organización sindical de los trabajadores. En la actualidad, esta característica cobra particular importancia, porque a diferencia de lo que ocurre en otras ramas industriales con fuerte tradición sindical, por ejemplo la de textiles, los fabricantes de vestir tienen una fuerza de trabajo acostumbrada a obtener altos estándares de productividad vía el esfuerzo individual, la movilidad y la polivalencia en los puestos de trabajo, además de estar conscientes de la necesidad de la ampliación o reducción de la jornada de trabajo conforme a los

¹² Al respecto, Eva Kras realiza un análisis interesante del cuerpo empresariado mexicano en nuestros días y propone un nuevo *paradigma de la administración moderna mexicana*. Eva Kras. "La administración mexicana en transición". Grupo Editorial Iberoamérica. México 1991.

requerimientos de la producción. Es decir, es una fuerza de trabajo con una flexibilidad laboral ya interiorizada en su actividad fabril cotidiana.

Independientemente de las causas ocurrentes que hayan incidido en el desarrollo de este tipo de cultura laboral, es indudable que brinda a los empresarios mayores posibilidades de innovar en la organización del proceso de trabajo y de instrumentar su gestión empresarial, facilitándoles el acceso a las tecnologías blandas.

En cuestión de salarios, es preciso señalar que existen diferentes formas de salarios que se pagan a las obreras en una misma empresa. Lo cual fomenta la rivalidad entre ellas y deteriora, en opinión de varios estudiosos del tema, los lazos de solidaridad entre las trabajadoras, así como muchas veces dificulta las negociaciones salariales con el patrón.

En algunos casos, se ha visualizado una relación estrecha entre la forma de salario y la flexibilidad en los honorarios de trabajo. Esto se explica debido a que en esta industria por lo general se trabaja bajo la concentración de pedidos. Primero se presentan los muestrarios en las tiendas de venta y una vez escogidos, se procede a su fabricación con determinadas fechas de entrega. En este momento, el ritmo de trabajo crece y se trabaja no sólo horas extras sino hasta los sábados y domingos para cubrir el monto de las prendas comprometidas. El trabajo quienes trabajan a destajo es más intenso en ésta última etapa. Además, en algunas empresas, cada trabajadora realiza el proceso completo de fabricación por prenda, y el destajo se contabiliza precisamente por prenda y no por operación (cuellos, puños, ojales, etc.), por lo que este sector de obreras, cuando no hay pedido urgente por entregar, no cumplen un horario estricto en la fábrica. Esto las diferencia de las trabajadoras que perciben un salario fijo por mes, que deben cumplir un horario estricto y en caso de llegar tarde se les paga con descuento.

En relación al monto del salario, no siempre el establecido en el convenio laboral es el que realmente perciben las trabajadoras. Lo que significa una prueba

más de combinación de empresa legal y subterránea que existe en esta rama, ya que en establecimientos pequeños y formales, se ha convenido entre patrones y trabajadoras en la revisión salarial anual, un aumento formal y uno real. El primero se establece en el convenio, y sobre él se pagan los impuestos de ley dentro de la información recabada

Las prestaciones de ley son generales para todas las trabajadoras del sector formal de la rama. Las prestaciones de la empresa varían según las mismas, aunque son comunes a las obreras de cada empresa. El personal de confianza puede tener y generalmente tiene prestaciones más amplias. El monto del salario integrado varía conforme al puesto de trabajo y antigüedad. Finalmente, el monto de los incentivos varía de persona a persona conforme la productividad alcanzada en la semana y la cantidad de horas extras trabajadas. Ello implica que el salario como ingreso real por cada obrera puede presentar fuertes variaciones semanales, y en muchos casos, el salario base es menor al 50% del pago que reciben semanalmente. Las declaraciones fiscales y censales patronales tienden a minimizar este hecho por las exigencias estatales derivadas de la política de tope salarial. Esta situación pareciera haberse agudizado desde el años 1992 como parte de la política anti-inflacionaria del gobierno. Así mismo, se han detectado casos de complicadas negociaciones salariales, en las que los patrones asistidos por sus contadores y las trabajadoras asistidas por sus asesores, analizaban conjuntamente formas para elevar los salarios a través de prestaciones de la empresa que no se reflejaran como tales en los registros contables. Esta aparente paradoja se explica por la necesidad de los empresarios de conservar su fuerza de trabajo ocupada y evitar las sanciones económicas del gobierno. Las fuentes estadísticas existentes dan escasa cuenta de los movimientos de los distintos componentes del salario como ingreso real, porque sólo toman en cuenta el salario integrado incluyendo las prestaciones de ley.

Por otra parte, si bien hay cambios importantes en la estructura salarial que percibe la población asegurada en la fabricación de prendas de vestir, el porcentaje mayoritario de ésta rama en comparación con el resto de las ramas

que conforman la segunda división manufacturera de la industria textil, del calzado y de la confección, la población de la industria del vestido percibe un salario menor al de la industria del calzado y de la rama textil. La interpretación más generalizada de esta desventaja en los ingresos de las trabajadoras de esta rama, suele ubicar como causa la menor calificación de su fuerza de trabajo y la casi total ausencia de organización sindical independiente, lo que resta fuerza a las negociaciones contractuales con el sector empresarial. Sin embargo, el problema más importante en la industria es la escasez de fuerza de trabajo altamente capacitada en las áreas de diseño y corte, donde más se ha desarrollado la innovación tecnológica.

Lo señalado implica que la industria del vestido nacional no tendría obstáculos sindicales importantes para incorporar nuevas formas de organización al proceso de trabajo. El incremento de la productividad dependerá en gran medida de la capacidad de gestión empresarial y de las políticas educativas del Estado, especialmente en esta rama industrial, donde la casi total capacitación de las operarias se da en el taller de trabajo, que, como ya se mencionó, sufre de una significativa escasez de personal altamente calificado.

3.2.1.4. Financiamiento

La importancia del crédito depende, en gran parte, de la relación que existe entre el plazo mismo y el tiempo de producción y venta que requiere el empresario, desde el inicio de la fabricación del producto hasta recibir el pago correspondiente por el mismo.

El tiempo de producción mínimo, en la gran mayoría de los establecimientos micro, pequeños y medianos, del sector formal y no formal a partir de la determinación del diseño, es de dos semanas. En los del sector no formal, la forma más usual de organizar el proceso de producción es: Una semana se llevan las actividades de elaboración de patrones o moldes y el corte; y en la semana

siguiente se realiza el ensamble y terminado. Para la venta del producto se estima un lapso de tres meses aproximadamente, es decir que el tiempo más extenso es el de comercialización.

En relación al financiamiento o crédito, más del 50% de los establecimientos del sector no formal logra entregas de material, fundamentalmente telas, a pagar en tres meses, consiguiendo estas condiciones a través de una red establecida de relaciones familiares y comerciales combinadas que prácticamente eliminan los requerimientos de comprobantes. Sin embargo, más del 30% restante de empresarios del sector no formal, no logran ni siquiera comprar directamente al fabricante y, menos aún facilidades de pago.

Por el lado del financiamiento que otorgan las instituciones crediticias, se ha mencionado en muchas ocasiones la insuficiencia de desarrollo del dicho sector. Ya que las deficiencias en la inadaptabilidad a las condiciones del mercado han resaltado en varias ocasiones. Por ejemplo, una empresaria pequeña que trabajaba con préstamos bancarios a 90 días, afirmaba que el tiempo de otorgamiento de los créditos había mejorado notablemente con la nueva política para la pequeña y mediana empresa; ya que antes se demoraban tres meses para la tramitación, y posteriormente duraban sólo tres días. Pero se quejaba de los elevados intereses bancarios y de los criterios con los cuales el banco establece el monto de la línea de crédito, debido a que éstos se determinaban en base al 50% del valor de los bienes inmuebles del solicitante y esto, en su opinión era demasiado poco para ampliar significativamente su producción.

3.2.1.5. Incidencia de las nuevas tecnologías

“En las entrevistas realizadas a empresarios, incluso a los gerentes de empresas grandes, se percibía resistencia y temor a la innovación de tecnologías blandas en el proceso productivo. Al tocarse el punto desviaban la discusión a otro tipo de problemas, como el de la alta rotación como obstáculo para elevar la

productividad o la entrada de personas jóvenes y poco responsables. En este tipo de apreciaciones hay un supuesto peligroso. En general, los empresarios creen que la competencia de los productos asiáticos sólo se basa en bajos salarios y en una explotación salvaje de la fuerza de trabajo y, por lo tanto, minimizan las potencialidades de innovación en la organización del trabajo productivo¹³

Por otro lado, desde hace mucho tiempo, la industria del vestido incorporó los avances de la microelectrónica a las actividades administrativas, y precisamente uno de los elementos más favorables para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas es la aplicación de nuevas tecnologías en éste ámbito, en el que aún se puede avanzar mucho más. En la mayoría de las empresas del estudio mencionado anteriormente, los principales cambios se ubican en el área de ventas y distribución. Sin embargo, si la mezcla total de comercialización no se adapta a las exigencias del mercado de manera armoniosa entre las diversas actividades que ésta incluye, su éxito no será el esperado. Ya que la modificación de una de los factores de la mezcla de comercialización (mejor conocida como la mezcla de mercadotecnia), implica una serie de cambios en el resto de éstos; es decir, si los canales de distribución que se manejaban eran exclusivos y se cambian a canales masivos, entonces la comunicación (promotion) debe también cambiarse y enfocarse en los medios masivos también al igual que el manejo de la imagen de la empresa, etcétera.

Lo más probable es que la instrumentación de una tecnología revolucionaria no se dará a corto ni a mediano plazo y que, por lo tanto, la fase más importante de la producción de prendas de vestir se mantendrá dentro de los marcos de la técnica media existente.¹⁴ Esto implica que la actual importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas dentro de la industria del vestido, se seguirá manteniendo y no hay elementos para suponer que una revolución tecnológica

¹³ Suarez Aguilar. "*Pequeñas empresas...*", *op.cit.* p. 148.

¹⁴ Melul, Sara, et. al. "*Impacto de la introducción en la automatización en la industria del vestido*". OIT, México 1985.

pronta, cambie radicalmente la relación máquina-operario, ni los niveles de inversión de capital fijo por trabajador. Si bien hay cambios, aunque más lentos que en otras ramas, no implican nuevos rangos de inversión y productividad a través de nuevas economías de escala tan diferentes a los existentes, que conviertan en obsoletas y arrasen con las unidades productivas pequeñas. Pero, pequeñas o grandes, las empresas tienen que modernizarse, sobre todo en las tecnologías blandas, es decir, en lo que se refiere a la organización del trabajo, a la gestión empresarial, a la planificación de la producción de manera oportuna y, a la ágil y efectiva comercialización.

3.2.1.6. La producción de la moda

La "alta moda" tiene una gran importancia en la industria del vestido porque constituye el punto de partida de la producción en serie. Es importante recordar que en el mundo actual son dos tipos de necesidades humanas las que satisface la indumentaria: una necesidad básica fisiológica, que es la protección contra los rigores del clima; y otra social. Este último tipo de necesidad, es el factor más importante en la generación de la demanda de prendas de vestir.

El paso inicial en la fabricación de prendas de vestir es el estudio de las fibras de que dispone la industria para analizar sus características y modificarlas conforme las tendencias de la demanda. La fibra determina la textura de la prenda que se producirá y su superficie, ya sea lisa, rugosa, aterciopelada o áspera. De acuerdo con esto se programa la producción de fibras. Y una vez que los textiles han determinado la consistencia, el tacto y el aspecto de las fibras, se ponen de acuerdo con los expertos en color, quienes previamente han elegido la tendencia para las próximas temporadas. Posteriormente se elaboran las "cartas de color" que se distribuyen entre los fabricantes. Dichas cartas sirven de guías a los industriales para que todas las telas y las fibras lleven al mercado los colores de la temporada. Las telas y los materiales proveen a los diseñadores la base en que se apoyará su inspiración.

El diseño en la industria del vestido debe contemplar la "moda de temporada". Los diseñadores procuran que los modelos tengan una diferencia sustancial con los modelos que estuvieron en boga durante los meses pasados. Este aspecto es el que podría denominarse la esencia de la moda. La etapa de prueba de los nuevos modelos, se realiza en telas corrientes llamadas "toiles", y después de pruebas y tanteos se realizan los modelos de "alta costura" que casi siempre son trajes muy exclusivos confeccionados en telas costosas y terminados a mano. Finalmente, los modelos exclusivos se toman como punto de partida para hacer la confección en serie y son los que se imprimen en los catálogos y se venden en los almacenes de todo el mundo.¹⁵

Este proceso dura más de un año y explica un doble objetivo. Por un lado, la tendencia a difundir gustos y preferencias a los más amplios sectores de la población, y por otro, garantizar las primicias del estilo y materiales de fabricación a las "élites" en un mundo cada vez más universalizado y al mismo tiempo más polarizado social y económicamente.

El tiempo que demora la producción de la moda se considera demasiado largo, principalmente a causa de la ineficiencia del proceso textil. Se calcula que una prenda típica tarda más de un año para aparecer en el mercado desde el momento en que se reciben en la hilatura las placas de fibra cruda. Se calcula también que sólo el 10% de ese tiempo se ocupa realmente en el proceso de producción y que durante más del 90% del tiempo, el material está esperando la siguiente fase. Y finalmente, se estima que con un adecuado sistema de información que por ejemplo, permita conocer a tiempo qué vende menos el detallista; planeación e integración, ese tiempo puede recortarse por lo menos a la mitad.¹⁶ Este es otro aspecto importante en el que indudablemente incidirán las tecnologías blandas acelerando el proceso de producción de la moda y exigiendo a los empresarios mexicanos una visión más amplia en la modernización de ésta

¹⁵ Zamudio, Mina. "Génesis de la industria de la moda". en: *"Industria"*, pp.16 y 17. CONCAMIN, Vol.1, No.6. México diciembre de 1988.

¹⁶ Heap S., Allan. "El desarrollo tecnológico y su repercusión en la industria textil". en: *"La reconversión industrial en América Latina"*. op.cit., p.35.

industria. En México, la incorporación de la nueva moda se da con un año de retraso. Éste rezago obviamente incrementa los problemas de calidad de las prendas de vestir de producción nacional frente a la competencia extranjera y por lo tanto se suma a los factores negativos que dificultan el pleno aprovechamiento de la utilización de las ventajas comparativas en salarios que tienen los empresarios nacionales.

3.2.2. El mercado de la industria del vestido a nivel internacional

En México, el comercio textil y de la confección se norma a través de acuerdos bilaterales con la Unión Europea y, desde 1967 con Estados Unidos. Las exportaciones se clasifican en grupos que a su vez tienen diferentes categorías, las cuotas o cupos se miden en yardas cuadradas, libras o decenas, con reglas para la conversión y se implanta el sistema de visas.

Sin embargo, los principales problemas para la expansión de las exportaciones de ésta rama en México, no está tanto en las restricciones al comercio por parte de los países importadores, en éste caso Estados Unidos, sino en el atraso general de la rama industrial textil local, cuyos empresarios al mismo tiempo que demandan mayores cuotas, no sólo no logran cubrir las cuotas asignadas, sino que disminuyen la utilización de las mismas, (cuadro 3.10).

El producto que más competitividad tienen en el mercado internacional son los hilos sintéticos, cuyas exportaciones crecieron diez veces en diez años y respecto a los cuales México se encuentra entre los primeros abastecedores de Estados Unidos y compete con Europa. En el caso de hilados, no hay otro producto que tenga similar calidad. Las exportaciones de hilo de algodón son sumamente inestables, con años en que se incrementan y otros en que se reducen, por lo que su venta es ocasional y no hay estrategia para aumentarlas.

CUADRO 3.10
UTILIZACIÓN POR MÉXICO DE LAS CUOTAS DE IMPORTACIÓN EN
TEXTILES DE ESTADOS UNIDOS

GRUPOS DE TELAS	UTILIZACIÓN EN 1989 (%)	UTILIZACIÓN EN 1990 (%)
De pie y trama	60.55	97.84
Hilos preteñidos	20.70	20.81
Lonas y lonetas	42.91	75.31
Sábanas de algodón	n. d.	78.36
Sargas	53.60	93.59
Hilados cardados y peinados de algodón y mezcla PE/ALG.	53.60	32.58
Hilados de fibras acrílicas	96.76	61.16
Camisas de punto	49.46	42.67

n. d.: no disponible

FUENTE: CANAINTEX. "MEMORIAS ESTADÍSTICAS", MÉXICO 1990.

En el caso de las exportaciones de telas, desde 1986 se inició un descenso, exportándose muy poco y artículos de bajo valor agregado, como mantas o bramante en crudo, pues el proceso de estampado y teñido es el cuello de botella en la cadena textil. Las ventas al exterior de telas de fibras artificiales o sintéticas son insignificantes y a corto plazo es difícil que las mismas aumenten, a pesar de que la cuota para las exportaciones de telas subió un 51%.

En prendas de vestir, la cuota creció 46%, especialmente la de maquiladoras, pues los comerciantes y confeccionistas locales producen más para el mercado nacional. Las exportaciones de producción interna se concentran en pantalones, blusas, chamarras, overoles y camisas, pero aumentan las de tejido de punto. Las exportaciones de trajes o vestidos artesanales las maneja la microindustria.

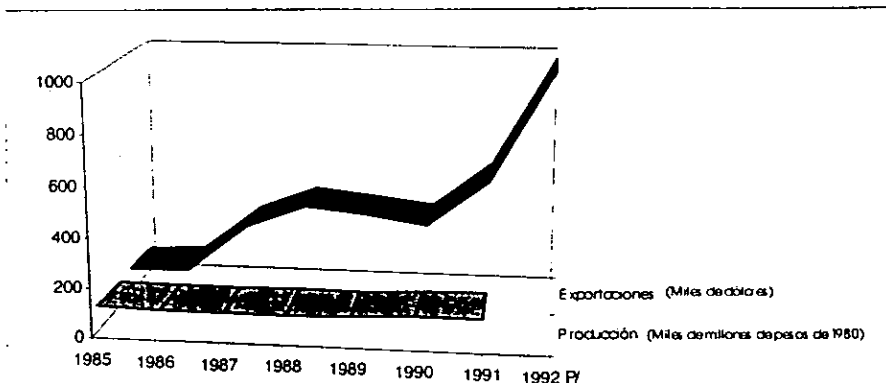
En síntesis, como se señaló con anterioridad, la industria del vestido en México tiene problemas estructurales, principalmente derivados de la casi absoluta dependencia del abastecimiento de materiales de la industria textil nacional, lo que impide competir en el mercado internacional en relación a calidad y precios. A

ello se agregan los requerimientos de una nueva cultura empresarial, especialmente en las pequeñas y medianas empresas, a que incorporen las llamadas "tecnologías blandas" tanto en la organización de los procesos productivos como en la gestión gerencial-administrativa, y en el sistema de comercialización. En gran parte, este tipo de problemas, han impedido que los empresarios de esta rama industrial aprovechen adecuadamente las ventajas relativas a salarios.

3.2.2.1. Exportaciones e importaciones

A partir de 1985, año en el que se inicia la apertura comercial del mercado interno, el crecimiento de las exportaciones es realmente impactante. Si se compara la evolución de la producción de prendas de vestir con la evolución de sus exportaciones (gráfico 3-8 y cuadro 3.11) se observa que mientras el producto se eleva de un índice de 100 en 1985 a 107 en 1991, es decir, crece un 7%; el índice de las exportaciones de la rama pasa de 100 a 523 en el mismo periodo, lo que implica un incremento de 423%.

GRÁFICO 3-8
CRECIMIENTO COMPARATIVO DE LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIONES
DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO (1985-1992)



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON BASE EN LA INFORMACIÓN REFERENTE A MAYO DE 1993 PROPORCIONADA POR LA CANAINVEST.

CUADRO 3.11
CRECIMIENTO COMPARATIVO DE LA PRODUCCIÓN, IMPORTACIONES Y
EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO
(1985-1992)

AÑO	PRODUCCIÓN (miles de millones de pesos de 1980)			EXPORTACIONES (miles de dólares)			IMPORTACIONES (miles de dólares)		
		1985=100	1987=100		1985=100	1987=100		1985=100	1987=100
1985	42.2	100		15788	100		31917	100	
1986	40.6	96		16589	105		43903	138	
1987	38.9	92	100	47395	300	100	27859	87	100
1988	39.1	93	101	62465	396	132	105748	331	380
1989	40.4	96	104	57747	366	122	231758	726	832
1990	44.3	105	114	52101	330	110	389574	1221	1398
1991	45.1	107	116	82562	523	174	407712	1277	1463
1992 p/				153836	974	325	466533	1430	1639

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON BASE EN LA INFORMACIÓN REFERENTE A MAYO DE 1993 PROPORCIONADA POR LA CANAINVEST.

Sin embargo, en el cuadro 3.12, durante el periodo 1992-94, se observa un decremento constante en las exportaciones, lo que podría adjudicarse a la sobrevaluación del peso frente al dólar en el mismo periodo (12 pesos por dólar). Razón por la que en el gráfico 3-9, tanto las ventas como la producción cayeron al disminuir las primeras, tanto en el mercado interno como en el mercado externo.

CUADRO 3.12
BALANZA COMERCIAL DE LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN

	1991	1992	1993	1994 (ENE-OCT)
PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR DE PUNTO.	IMPORTACIONES	112,397,527	175,670,007	189,975,408
	EXPORTACIONES	37,955,263	49,551,418	35,927,747
	SALDO	-74,442,264	-128,118,589	-154,047,661
PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO.	IMPORTACIONES	304,581,770	477,865,258	489,119,262
	EXPORTACIONES	72,340,689	101,547,025	65,279,367
	SALDO	-232,241,081	-376,318,233	-423,839,895
TOTAL	IMPORTACIONES	416,979,297	653,535,265	679,094,670
	EXPORTACIONES	110,295,952	151,098,443	101,207,114
	SALDO	-306,683,345	-502,436,822	-577,887,556

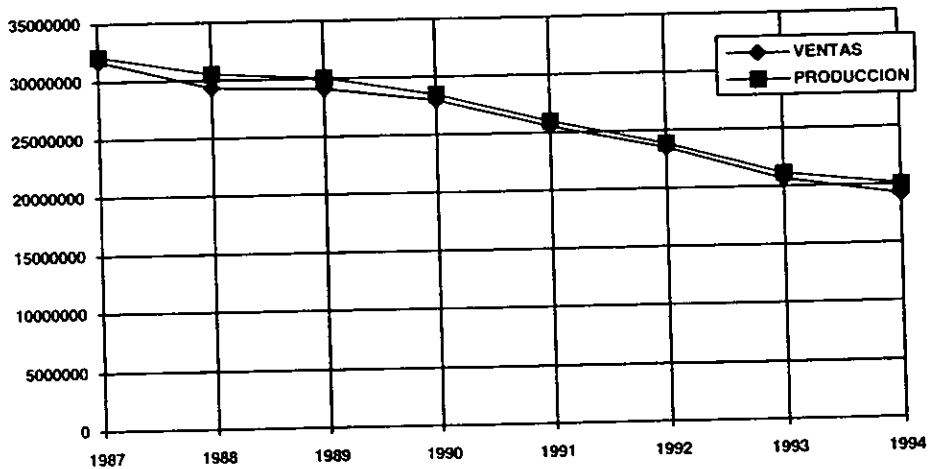
UNIDADES: DÓLARES DE LOS E.U.

FUENTE: Elaborado por CNV con información de SICM, SECOFI.

No obstante, las exportaciones de la industria textil y de la confección nacional con mayor crecimiento han sido las de prendas de vestir: En el periodo 1987-1990 éstas se incrementaron 45% y, en 1990, 60%; mientras que las exportaciones de productos textiles disminuyeron 16.4% en 1990. Siendo los principales productos de exportación: las camisetitas de punto de algodón, camisas de algodón, pantalones para mujer de algodón, prendas para vestir de mezclilla, lencería y corcetería.

GRÁFICO 3-9
COMPORTAMIENTO DEL VALOR REAL DE LAS VENTAS Y LA PRODUCCIÓN
(1978=100)

NUEVOS PESOS



FUENTE: ELABORADO POR LA CNIV CON INFORMACIÓN DE INEGI (ENCUESTA INDUSTRIAL MENSUAL) Y BANCO DE MÉXICO (ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR).

Básicamente, observando los datos de la industria textil y de la confección en su conjunto, notamos que durante los últimos años la participación de las prendas de vestir en el comercio mundial ha aumentado, en detrimento de los textiles (cuadro 3.13). Se puede inferir que este comportamiento es de largo plazo, ya que en 1963, la mayor parte de este comercio era de textiles, mientras que en 1984 la situación se había revertido a favor de las prendas.

CUADRO 3.13
IMPORTACIONES DE PAÍSES DESARROLLADOS *
 (millones de dólares)

CONCEPTO	1980		1989	
	VALOR	ESTRUCTURA PORCENTUAL	VALOR	ESTRUCTURA PORCENTUAL
TEXTILES	21,373	48	37,338	37
PRENDAS	23,097	52	63,870	63
TOTAL	44,470	100	101,208	100

* Japón, Italia, Alemania, Francia, Estados Unidos y Reino Unido

FUENTE: SECOFI. "PROGRAMA PARA PROMOVER LA COMPETITIVIDAD DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN", MÉXICO 1992.

En cuanto a al destino de las exportaciones de prendas de vestir, éstas se destinan principalmente a Estados Unidos (67%), mientras que sólo el 39% de las exportaciones de productos textiles se dirige a ese país. Por otra parte, los europeos se están convirtiendo en mercados interesantes para el sector; por ejemplo, en 1990 la exportación de éstos productos a Alemania creció 159%.

No obstante el comportamiento favorable observado en las exportaciones de prendas de vestir, el crecimiento del déficit de la balanza comercial del sector en 1990 con respecto a 1989, fue de 62%; para Norteamérica fue de 40%, para la entonces Comunidad Europea fue de 210% y para la Cuenca del Pacífico del 112%. Es decir, empero de observar las cifras optimistas, la plataforma exportadora de México frente a otros países, entre los cuales se encuentran los grandes exportadores tradicionales como Italia, Francia y Bélgica, pero sobre todo los nuevos exportadores como Taiwan, Portugal y Chipre, muestra que países con un número equivalente a la quinta parte de las empresas mexicanas están exportando cinco veces más que México; y países como Alemania, con poco más de 2,000 empresas exportan 30 veces más que México. Esto puede ser un indicador de la existencia de economías de escala en el sector.

En síntesis, se aprecia en el cuadro 3.12, que las importaciones sobrepasan por mucho a las exportaciones de esta industria. Es así como tanto el comportamiento de las exportaciones como de las importaciones de esta división

de la industria manufacturera se explican fundamentalmente por tres factores concurrentes:

- No es una industria con importante experiencia exportadora, ya que por tradición, este subsector manufacturero ha destinado su producción fundamentalmente al mercado interno, y tendía a exportar sólo excedentes.
- La apertura comercial iniciada en 1985 no afectó a los productos del subsector de textiles y otros de inmediato, por lo que durante el periodo de 1985-1988, sus niveles de importación fueron bajos y la balanza comercial superavitaria.
- En 1988 se amplió y profundizó la apertura comercial iniciada en 1985, con lo que se incrementaron más rápidamente las importaciones que las exportaciones. Pero las exportaciones mantuvieron desde entonces un crecimiento sostenido a pesar de la sobrevaluación del peso.

Es indudable que la crisis económica y su efecto más generalizado de restricción de los ingresos de la mayoría de la población, incidió más acentuadamente en un sector manufacturero muy protegido históricamente como éste, que produce con altos costos y con fuerte dependencia del mercado interno y su capacidad de compra. Con la liberalización comercial para este tipo de productos, los problemas se evidenciaron mucho más.

3.3. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

En 1982 el total de establecimientos de la rama (cuadro 3.14), estaban distribuidos de la siguiente manera en orden descendente: micros, pequeños, medianos y grandes. En 1990, la participación de los micro se elevó 1.3 puntos porcentuales a 75.3%, la de los pequeños bajó 1.7 puntos porcentuales a 20.3%,

la de los medianos descendió una décima porcentual a 2.9% y la de los grandes se elevó dos décimas porcentuales a 1.5%. Es decir, en términos de participación relativa, creció en primer lugar la de los establecimientos de tamaño micro y en segundo lugar el de los grandes, en desmedro de los pequeños y medianos.

CUADRO 3.14

**NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR TAMAÑO EN EL SECTOR MANUFACTURERO,
SUBSECTOR TEXTIL Y RAMAS DEL SUBSECTOR TEXTIL**

(1990)

ESTRATO	SECTOR MANUFACTURERO		SUBSECTOR TEXTIL	
	TOTAL (1)	%	TOTAL (2)	%
MICRO	90864	78.0	15975	73.2
PEQUEÑA	19802	17.0	4670	21.4
MEDIANA	3361	2.9	746	3.4
GRANDE	2490	2.1	437	2.0
TOTAL	116517	100	21828	100

CUADRO 3.14 (CONTINUACIÓN)

ESTRATO	TEXTILES (3)	%	PREND. VESTIR (4)	%	CALZADO Y OTROS (5)	%	PARTICIP.DE LA CONFECCIÓN EN EL SUBSECTOR (4/2)X100)
MICRO	1900	59.2	9125	75.3	4950	76.1	57.1
PEQUEÑA	888	27.7	2457	20.3	1325	20.4	52.6
MEDIANA	236	7.4	352	2.9	158	2.4	47.2
GRANDE	185	5.8	179	1.5	73	1.1	41.0
TOTAL	3209	100	12113	100	6506	100	55.5

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA EN BASE A: SECOFI, DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA MEDIANA Y PEQUEÑA Y DE DESARROLLO REGIONAL.

3.3.1. Comportamiento de las industrias del vestido, según su tamaño.

El número de establecimientos del sector formal de la rama creció un 58.8% en el periodo 1982-1990 (cuadro 3.15). Los tipos de establecimientos que más se incrementaron por orden de importancia fueron: los grandes con un 135.5%, los micros con un 61.7%, los medianos con un 53.7% y los que menos crecieron fueron los pequeños con un 46.4% de incremento relativo.

CUADRO 3.15
CRECIMIENTO DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR TAMAÑO
EN EL SECTOR MANUFACTURERO, Y EN LAS RAMAS DE TEXTILES Y PRENDAS DE
VESTIR (DIC.1982-OCT. 1990)

ESTRATO	SECTOR MANUFACTURERO		RAMA DE TEXTILES		PRENDAS DE VESTIR	
	TOTAL	VARIACIÓN (%)	TOTAL	VARIACIÓN (%)	TOTAL	VARIACIÓN (%)
MICRO	29891	49.0	249	15.1	3482	61.7
PEQUEÑA	6052	44.0	87	10.9	779	46.4
MEDIANA	1082	47.5	27	12.9	123	53.7
GRANDE	919	58.5	27	17.1	103	135.5
TOTAL	37942	48.3	390	13.8	4487	58.8

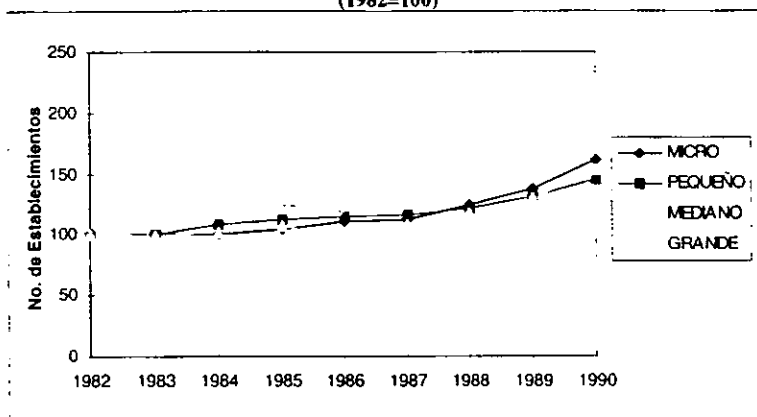
FUENTE: Suárez Aguilar, Estela y Rivera Ríos, Miguel Angel "Pequeña empresa y modernización: análisis de dos dimensiones".

Ello implica que coincidente con la nueva política aperturista se aceleró el proceso de concentración fabril en la rama, dado a que la mayoría de los nuevos establecimientos grandes registrados se crearon en los tres años considerados de 1987 a 1990.

Considerándose comparativamente el crecimiento de los distintos tamaños de los establecimientos en la industria del vestido (gráfico 3-10 y cuadro 3.16), destaca el año 1986 por la disminución de las empresas medianas y grandes. Junto a estos decrementos de los estratos señalados, el número de los establecimientos tamaño micro y pequeños crecieron lentamente hasta 1987. Lo

que demuestra una mayor resistencia en estos dos últimos estratos y su flexibilidad para adaptarse a los cambios.

GRÁFICO 3-10
CRECIMIENTO COMPARATIVO DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR TAMAÑO
EN LA RAMA DE PRENDAS DE VESTIR
(1982=100)



FUENTE: Elaboración propia en base a la información del cuadro 3.16

CUADRO 3.16
CRECIMIENTO COMPARATIVO DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR TAMAÑO
EN LA RAMA DE PRENDAS DE VESTIR
(1982=100)

AÑOS	MICRO	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE
1982	100	100	100	100
1983	100	100	99	100
1984	100	108	102	117
1985	104	112	107	124
1986	111	115	98	121
1987	112	116	108	143
1988	125	122	118	164
1989	138	131	129	214
1990	162	146	154	236

FUENTE: Suárez Aguilar, Estela y Rivera Ríos, Miguel Ángel "Pequeña empresa y modernización: análisis de dos dimensiones".

Es importante considerar que los establecimientos micro del sector formal, durante los primeros años de la crisis de la década de los ochenta muestran un estancamiento. Su número empezó a crecer levemente en 1986 y 1987, posiblemente debido a que ocuparon los mercados que antes tenían los establecimientos grandes y medianos, o debido a un mayor traslado de maquila a

éstos, hacia los talleres externos. Pero la expansión de los microestablecimientos marca una clara tendencia ascendente después de 1987, coincidente con el proceso de liberalización comercial de textiles y prendas de vestir.

La curva que describe el crecimiento del número de establecimientos grandes, en relación a los registrados en diciembre de 1982 es elocuente por sí misma, pero como puede observarse en el gráfico 3-10, el crecimiento de este estrato se eleva notoriamente después de 1986.

En el mismo gráfico pueden observarse rápidamente dos tendencias en la reestructuración de la industria del vestido: La primera de ellas es el incremento del número de establecimientos y la segunda es el incremento de los dos extremos: los establecimientos grandes y los micros. El crecimiento del número de los establecimientos grandes, independientemente de la incidencia del sector de la industria maquiladora de exportación, es claramente explicable en un proceso de crisis y reestructuración como el actual, en el que elevan más rápidamente las exportaciones que la producción local. Así, ante la apertura del mercado interno, es lógico que el número de las empresas más grandes crezcan y se modernicen para competir. Lo que llama la atención es el notable crecimiento de los microestablecimientos.

3.3.2. La incidencia del sector no formal

Otro aspecto que interesa comentar es en relación a la industria maquiladora de exportación. Si bien no puede adjudicarse directamente a ésta un incremento tan significativo de este tipo de establecimientos, es importante preguntarse si la misma no tendrá una incidencia indirecta. Ya que estudios basados en investigación de campo detectaron casos de plantas maquiladoras que tenían varios talleres de costura, no incluidos en el régimen de industria maquiladora de exportación, en diversas localidades. En estos talleres se ensamblaban cierto tipo de prendas de vestir, las cuales eran exportadas por la firma contratante. Y

aunque no se tiene información sobre la cantidad de las empresas maquiladoras que funcionan con esta modalidad, el ejemplo detectado perfila un tipo de incidencia que puede estar teniendo la industria maquiladora en el aumento del número de establecimientos tamaño micro. Cabe acotar que a diferencia de las otras ramas de actividades que integran la industria maquiladora de exportación, la fabricación de prendas de vestir es considerada como un sector mexicano por excelencia, en cuanto al origen de su capital. Esta característica distintiva también puede estar actuando en nuevas modalidades de complementariedad entre establecimientos bajo el régimen de maquila y la actividad industrial local, así como en modernas combinaciones de funcionalidad económica, entre establecimientos grandes y producción en pequeña escala.

Las situaciones señaladas sugieren la interrogante acerca de lo que pasó con el sector no formal de esta actividad industrial. Una hipótesis plausible sería la de que a principios de la década, bajo presión de la crisis económica se acentuó el proceso de informalización, pero que hacia finales de los años ochenta se dio un proceso de formalización impulsado por la interrelación de tres factores confluyentes:

- La alta rotación de fuerza de trabajo y,
- los requerimientos de nuevos niveles de calidad exigidos por la competencia de productos extranjeros en el mercado interno a causa de
- la política de liberalización comercial.

Otra hipótesis igualmente razonable sería: que tanto el sector formal como el no formal en el periodo analizado, estaban viviendo una rápida reestructuración en el que había empresas que desaparecían y otras que se creaban bajo nuevas formas de competitividad. Entre éstas se ubicarían las nuevas relaciones de industrias maquiladoras de exportación y pequeños empresarios nacionales. Esta última variante podría ser una explicación que abarque dos fenómenos aparentemente contradictorios como son el dinamismo del sector no formal y la

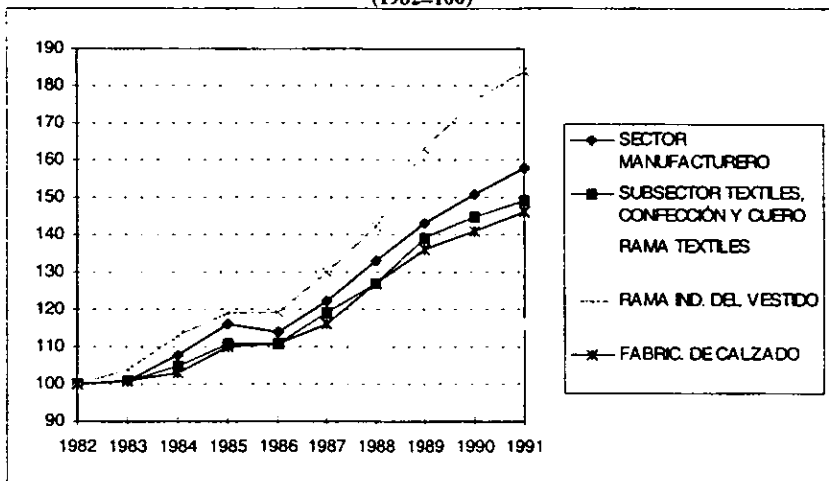
expansión de las empresas micro en el sector formal. Ante las alternativas explicativas del proceso real, cuya complejidad apenas se atisba en este estudio de la rama, se percibe la importancia de investigar específicamente la relación entre el sector formal y no formal para poder reevaluar críticamente la información estadística de los últimos años y las tendencias actuales.

Finalmente, es importante señalar que si bien las actividades del sector formal y no formal de esta rama industrial tiene lazos diversos entre sí, la funcionalidad y eficacia de esta relación podría desarrollarse mucho más e incidirían positivamente en el dinamismo de la fabricación de prendas de vestir, si el sector no formal se incorpora al sector formal. Para ello deberían obtener ventajas reales, tales como mayor flexibilidad crediticia, simplificación y adecuación del sistema tributario y un mayor involucramiento de las empresas grandes con sus subcontratistas que llevaran a estas últimas a producir con mayor eficacia y calidad. Frente al actual proceso de liberalización comercial, las perspectivas futuras de esta actividad industrial dependen en gran medida de una mayor compenetración entre las grandes empresas y la producción a pequeña escala.

3.3.3. Empleo

Si se compara el crecimiento de la población asegurada de manera permanente en el sector manufacturero, en el subsector textil y en las ramas de textiles y prendas de vestir (gráfico 3-11), se observa que después de 1988, el crecimiento de empleo en la fabricación de prendas de vestir fue más acentuado que en los rubros restantes; que en los términos de dinamismo, le sigue el sector manufacturero y, que la población asegurada de manera permanente de la rama de textiles fue la que menos ha crecido en el periodo de 1982-1991. La misma relación si se toma como base de comparación el año 1985 (cuadro 3.17).

GRÁFICO 3-11
CRECIMIENTO COMPARATIVO DE LA POBLACIÓN ASEGURADA PERMANENTE
(1982=100)



FUENTE: Elaboración propia con base en la información referente a mayo de 1993 proporcionada por la CANAINVEST.

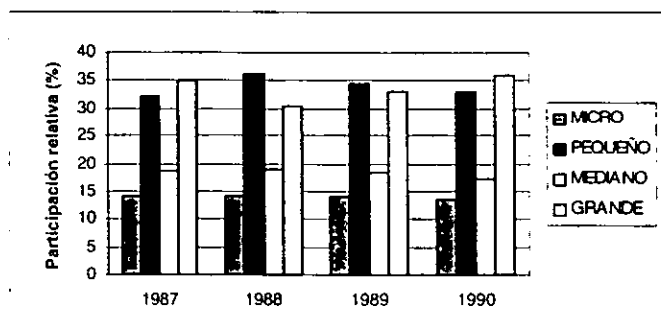
CUADRO 3.17
CRECIMIENTO COMPARATIVO DE LA POBLACIÓN ASEGURADA PERMANENTE
(1985=100)

AÑO	SECTOR MANUFACTURER O	SUBSECTOR TEXTIL	RAMA: INDUSTRIA DEL VESTIDO	
			TOTAL NACIONAL	EXCLUIDA IND. MAQUILADORA DE EXPORTACIÓN
1982	86	97	84	86
1983	87	97	87	89
1984	93	96	95	96
1985	100	100	100	100
1986	99	100	101	98
1987	106	106	110	106
1988	115	108	120	114
1989	124	112	138	132
1990	130	113	148	142
1991	137	113	155	148

FUENTE: Suárez Aguilar, Estela y Rivera Ríos, Miguel Ángel "Pequeña empresa y modernización: análisis de dos dimensiones".

En síntesis, como puede observarse en el gráfico 3-12, en el período de 1987 a 1990, destaca el crecimiento de la población ocupada en los establecimientos grandes, pero también fueron significativos los incrementos en los establecimientos micro, mediano y pequeño en ese orden, que hacia 1990 (gráfico 3-13), en conjunto, concentraban aproximadamente el 65% de las personas ocupadas en el sector formal de la rama de fabricación de prendas de vestir.

GRÁFICO 3-12
CRECIMIENTO COMPARATIVO DE LA POBLACIÓN ASEGURADA PERMANENTE EN LA
INDUSTRIA DEL VESTIDO POR TAMAÑO DE ESTABLECIMIENTOS
(1987-1990)

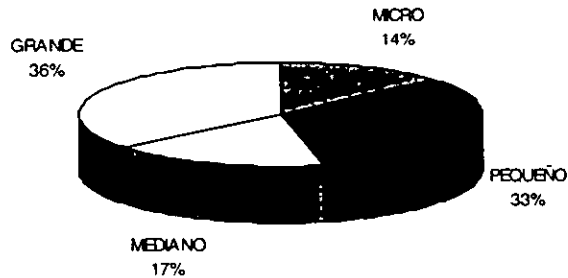


FUENTE: Elaboración propia con base en: SECOFI, Dirección General de Industria Mediana y Pequeña y de Desarrollo Regional, con información de Finanzas del Instituto Mexicano del Seguro Social, IMSS.

De esta manera, independientemente de los efectos que para este estrato pudiera tener la industria maquiladora de exportación, el crecimiento de la población asegurada de manera permanente en establecimientos tipificados como grandes es claramente explicable dado el significativo dinamismo de las exportaciones en relación al comportamiento de la producción en el periodo de apertura comercial. Son las empresas grandes las que tienen mayores posibilidades de modernizarse y disputar mercados en el exterior. Pero el crecimiento del número de establecimientos micro y de su población asegurada de manera permanente conforme a los registros del seguro social, está denotando una capacidad especial de resistencia, adaptación y reestructuración de la producción a pequeña escala.

GRÁFICO 3-13
CRECIMIENTO COMPARATIVO DE LA POBLACIÓN ASEGURADA PERMANENTE EN LA
INDUSTRIA DEL VESTIDO POR TAMAÑO DE ESTABLECIMIENTOS

1990



FUENTE: Elaboración propia con base en: SECOFI, Dirección General de Industria Mediana y Pequeña y de Desarrollo Regional, con información de Finanzas del Instituto Mexicano del Seguro Social, IMSS.

En el aumento de la cantidad de población asegurada de manera permanente, es importante considerar la posible incidencia de la alta rotación de personal, la relativa escasez de fuerza de trabajo calificada, además de considerar estos dos factores conjuntos con la política de tope salarial del gobierno.

En la Ciudad de México, algunas trabajadoras señalaban cambios positivos que estaban facilitando el acceso de las costureras al servicio de salud. Antes, la práctica generalizada de los empresarios del sector formal era la de inscribir en el seguro social sólo a las trabajadoras con más de tres meses en la empresa. Aunque en teoría los empresarios deben dar de alta en el seguro social al nuevo personal contratado desde el primer día, la ley también permite que los empresarios contraten personal por 28 días tres veces consecutivas, con derecho a despido sin indemnización. Pasado este lapso, los trabajadores quedan de "base" o "planta", es decir, como trabajadores permanentes con todos los derechos que la legislación laboral establece. En los hechos, tanto empresarios como trabajadores entienden los tres meses iniciales como un periodo de prueba, pasado el cual tienen el derecho al seguro social y a la estabilidad laboral. Sin embargo, algunas costureras de la Ciudad de México, incluidas las que trabajaban en establecimientos micro, afirmaban que los patrones les estaban dando de alta

en el seguro social sin problemas a la semana de haber ingresado a la fábrica. Es posible que ante la alta rotación de personal y la dificultad para incrementar los salarios como parte de la política gubernamental, los empresarios hayan tendido a ofrecer más rápidamente la inscripción al seguro a sus trabajadores. Indudablemente para ellas, ésta es una de las prestaciones más apreciadas, y para los patrones una forma de retener personal. Este cambio importante en relación a las condiciones de empleo en la industria incide positivamente en el incremento de la población asegurada de manera permanente del IMSS.

3.3.4. Agrupaciones

El grado de liberalización comercial es menor para textiles y prendas de vestir que para el resto de los productos, por lo que es difícil visualizar los efectos que tendría la libre importación de insumos para la industria del vestido, dado que al trabajar con y a más bajo costo, puede aprovechar mejor las ventajas comparativas en salarios. No obstante, es muy probable que aún con una liberalización comercial más amplia en relación a los insumos, el principal problema para las empresas pequeñas y medianas que realizan el proceso integral de fabricación de ropa siga siendo el de hasta ahora: Los costos de los materiales son más elevados que para las empresas grandes porque las cantidades requeridas son menores y sufren más agudamente la falta de crédito ágil, para abastecerse oportunamente del material necesario.

3.3.5. Comercialización

Frente a la nueva situación creada por la competencia externa, interesa destacar dos casos significativos que se presentaron en empresas familiares, las cuales tenían sus propios diseños, una producía ropa para mujer y otra, para niños. En el primer caso, el empresario continuaba con la misma línea de producción aunque con menor volumen y empezaba a complementar ingresos con la venta de ropa importada. En el segundo caso, la empresaria manifestaba estar

fuertemente perjudicada por la competencia exterior, especialmente de Taiwan. Había intentado diversificar su producción con fabricación de ropa sport moderna, y consideraba que la calidad de la prenda tanto en material, que era de importación, como en su confección era muy buena. Inicialmente le iba bien, pero a los pocos meses de haber iniciado la fabricación de su producto empezó a entrar ropa de Taiwan del mismo tipo y calidad que la que ella fabricaba, pero tan solo sus costos estaban al mismo nivel de los precios de venta al consumidor de las prendas que venían de Taiwan. Así que suspendió la fabricación de esta línea de productos y pensaba intentar con otro tipo de prendas; mientras tanto seguiría con la fabricación de la línea de productos para niños que, en su opinión, tenían características especiales y buenas perspectivas para ese año (mediados de 1992). Para mejorar su producto, estaban usando material importado, ampliando la distribución de su producto y bajando sus precios al fabricante.

En cuanto a los canales de distribución, los pequeños empresarios se han puesto a la búsqueda de nichos de mercado visitando ciudades pequeñas, con buenos resultados. Los comerciantes minoristas de esos lugares acostumbraban abastecerse en los comercios de la Ciudad de México, donde compraban a un precio más caro. Era la primera vez que trataban directamente con un fabricante.

Empresas pequeñas y dinámicas están buscando vínculos directos con el comerciante minorista intentando eliminar los costos de intermediación comercial. Además están disminuyendo su margen de utilidad por unidad de producto, y aumentando el volumen de producción y el monto de su ganancia. Otro elemento es que la negociación directa entre fabricante y comerciante minorista incluye regateos acerca de la importancia de reducir el porcentaje del comerciante minorista; ya que éstos están acostumbrados a duplicar el precio de compra al fabricante cuando venden al consumidor. Sin embargo, un problema importante en la ampliación de la red de distribución es el sistema de transporte, ya que los envíos a los pequeños poblados, para los micro y pequeños empresarios tienen dos opciones: los envíos por paquetería o el servicio de mensajería especial, de los cuales el último es el más caro.

CAPÍTULO CUATRO

LA MICRO Y PEQUEÑA INDUSTRIA DEL VESTIDO DEL DISTRITO FEDERAL: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

CAPÍTULO CUATRO

LA MICRO Y PEQUEÑA INDUSTRIA DEL VESTIDO DEL DISTRITO FEDERAL: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

4.1. LA INDUSTRIA DEL VESTIDO DEL DISTRITO FEDERAL

4.1.1. La micro y pequeña empresa y el concepto de comercialización actual

Se afirma que la comercialización es excelente si la empresa es grande, pero que una pequeña organización no dispone de los hombres, el dinero ni el tiempo que le permitan ocuparse seriamente del asunto. Sin embargo, aunque efectivamente la magnitud de una empresa es el principal determinante del grado viable de división administrativa del trabajo o especialización, de cualquier modo, los problemas de la comercialización no desaparecen sencillamente porque una empresa carece de los recursos necesarios para afrontar aquéllos, las funciones de comercialización deben ser atendidas en mayor o menor grado, implícita cuando no explícitamente, por miembros de la empresa o por personas ajenas a la misma, además de que las causas del fracaso de la pequeña empresa parecen tener mucho menos que ver con el tamaño, la disponibilidad de capital y la habilidad en la ingeniería de productos, que con los efectos básicos de administración y planeación, y sobre todo con la planeación de sus productos y la comercialización de éstos, todo ello a causa de la existencia de registros inadecuados y de información insuficiente o inexacta, así como de la irregularidad de la experiencia administrativa y la planeación y control financieros informales.

En efecto, los problemas persisten y la empresa debe afrontarlos con la mayor eficacia posible, pero hasta la organización más pequeña puede superar las limitaciones impuestas por la magnitud, o su incapacidad de utilizar las indispensables cualidades de comercialización, y existen dos maneras de resolver tal dificultad suponiendo que no cuenta con un individuo que disponga del tiempo, la experiencia y el conocimiento indispensables para coordinar las funciones comerciales básicas:

- Concertar un acuerdo de asociación con otras empresas que adoptan el mismo criterio, con el fin de financiar y obtener ciertos servicios centralizados de comercialización. Los proyectos grupales de investigación de mercado, las instalaciones de comprobación de productos y los servicios de información, la publicidad y la promoción grupales, así como los acuerdos recíprocos de comercio y adquisición, son algunas áreas en las cuales es posible mayor cooperación.

A este respecto, el gobierno mexicano ha fomentado la conformación de las llamadas Empresas Integradoras, mismas que tienen como objetivo principal el representar directamente los intereses de sus socios trabajando en comisiones por áreas que dé respuesta inmediata a sus necesidades, aprovechando un sistema nacional de información, asesoría y apoyo para su sector, todo esto sin que alguno de sus socios pierda autonomía. Siendo actualmente, uno de los recursos más recomendables para la micro y pequeña empresa que tiene recursos limitados.

- Emplear consultores externos. Muchas organizaciones de expertos en investigación e información, planeación de productos, pruebas de mercado, venta, publicidad y relaciones públicas están a disposición de la firma individual o de grupos de empresas, sobre una base temporal o permanente.

La competencia continúa ejerciendo presión para eliminar costos e instituciones de carácter innecesario. De tal manera que las organizaciones que no se logren ajustar al esquema competitivo que exige acercarse al cliente, ya que a fin de cuentas existen para y por el cliente, tenderán a ser desplazadas por aquellas que sí se interesen en sus clientes y se acerquen a ellos para satisfacer sus requerimientos de una mejor manera que el resto de la competencia.

EL concepto de comercialización adoptado por la organización ayuda en gran medida al detectar y corregir el principal problema que padecen las micro y pequeñas empresas: la falta de objetivos empresariales precisos y sobre todo de una misión. Esto, debido a que el concepto de comercialización obliga a establecer un sentido de misión y asegura:

- Que el gerente conoce cuáles son y dónde están los mercados de la firma,
- provee un servicio efectivo con respecto al cliente y al producto,
- coloca el producto correcto, en el lugar correcto y al precio correcto,
- vende al mayor número posible de clientes a través de los canales de venta y distribución más eficientes, y
- apoya adecuadamente el producto con publicidad y promoción de ventas.

Éste enfoque gira alrededor del cliente, pero requiere asimismo que todas las actividades de comercialización se concentren en objetivos específicos de la compañía: ganancias, presencia en el mercado, etc. Involucrando de ésta manera la satisfacción tanto del cliente como de la empresa.

La tarea de la gerencia comercial asume las responsabilidades gerenciales básicas; pero el trabajo de planificación consta de dos partes: encontrar

oportunidades atractivas y desarrollar estrategias de comercialización. El gerente comercial no puede quedar satisfecho tan solo con la planificación de las estrategias del presente. En un mercado dinámico, debe buscar continuamente buenas oportunidades y formular nuevos planes. Los consumidores están siempre dispuestos a probar algo nuevo y mejor, lo cual puede tornar obsoletos los planes en curso, pero presenta asimismo nuevas oportunidades para la empresa.

La búsqueda de oportunidades debería ser un proceso permanente; pero por suerte, los propios objetivos y recursos de la compañía limitarán el alcance de la búsqueda. En otras palabras, no suele ser necesario que el gerente comercial examine continuamente todas las formas posibles de satisfacer a todo el mundo en el universo.

4.1.2. La Industria del Vestido del Distrito Federal

El universo del estudio práctico lo conforman las micro y pequeñas industrias del vestido ubicadas en el Distrito Federal. Siendo las principales razones que justifican dicha elección las siguientes:

- En la Ciudad de México se encuentra ubicada una proporción importante de la Industria del Vestido; ya que en 1988 ocupaba el primer lugar en importancia relativa a nivel nacional con el 25.72% del total de las empresas del territorio nacional. Sin embargo, para 1993 descendió al segundo lugar conservando el 12.74% lo que representa 2,873 empresas en el Distrito Federal; superado éste porcentaje solo por el que reporta Yucatán con el 13.54% (3,053 empresas).
- Es preciso señalar que a pesar de conservar una importancia relativa ventajosa, el crecimiento en el número de establecimientos de ésta industria en el Distrito Federal ha sido el más pobre, mostrando una tasa del 22.88% de crecimiento durante el periodo 1988-1993, (cuadro 4.1). En comparación con el que mostraron el resto de la entidades, ésta es una tasa que deja demasiado

por desear, sobre todo si consideramos que la tasa de crecimiento a nivel nacional fue de 148.03% en el mismo periodo, siendo la tasa más alta la obtenida por el Estado de Puebla (204.97%).

CUADRO 4.1
NÚMERO DE EMPRESAS DEL VESTIDO EN LAS PRINCIPALES ENTIDADES
CONFECCIONISTAS DE LA REPÚBLICA MEXICANA

ENTIDAD	1988		1993		Tasa de crecimiento % 1988-1993
	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE DEL TOTAL NACIONAL %	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE DEL TOTAL NACIONAL %	
Distrito Federal	2,338	25.72	2,873	12.74	22.88
Puebla	664	7.30	2,025	8.98	204.97
México	529	5.82	1,142	5.07	115.88
Nuevo León	373	4.10	720	3.19	93.03
Durango	120	1.32	221	0.98	84.17
Coahuila	176	1.94	370	1.64	110.23
Yucatán	423	4.65	3,053	13.54	621.75
Aguascalientes	120	1.32	310	1.37	158.33
Jalisco	477	5.25	976	4.33	104.61
Guanajuato	294	3.23	871	3.86	196.26
Hidalgo	146	1.61	388	1.72	165.75
Chihuahua	164	1.80	342	1.52	108.53
Querétaro	57	0.63	142	0.63	149.12
Tamaulipas	211	2.32	561	2.49	165.88
Baja California	176	1.94	269	1.19	52.84
Los otros Edos	2,822	31.05	8,283	36.74	193.52
TOTAL NAL.	9,090	100 %	22,546	100 %	148.03

FUENTE: Elaboración propia con base en los datos proporcionados por la CNIV basada en los Censos Industriales de 1989 y 1994.

- No obstante el pobre crecimiento en cuanto a la concentración en el número de empresas, en relación con el total nacional en el nivel de empleo ha conservado el primer lugar de personal ocupado en ésta rama, ostentando el 27.74% (36,725 personas) en 1988 y el 20.01% (40,336 personas) en 1993. A éste respecto resulta interesante el hecho de que a pesar de que Yucatán tuvo un crecimiento en el número de establecimientos de 621.75%, tiene un

porcentaje relativo a nivel nacional de personal ocupado del 4.59% (9,264 personas) en 1993.

CUADRO 4.2
TRABAJADORES EMPLEADOS PROMEDIO POR EMPRESA

ENTIDAD	1988 EMPLEO PROMEDIO POR EMPRESA (PERSONAS)	1993 EMPLEO PROMEDIO POR EMPRESA (PERSONAS)
DISTRITO FEDERAL	16	14
PUEBLA	13	11
ESTADO DE MÉXICO	20	15
NUEVO LEÓN	24	18
DURANGO	65	56
COAHUILA	33	27
YUCATÁN	6	3
AGUASCALIENTES	55	27
JALISCO	12	8
GUANAJUATO	13	9
HIDALGO	25	19
CHIHUAHUA	50	14
QUERÉTARO	52	35
TAMAULIPAS	9	8
BAJA CALIFORNIA	27	16
LOS DEMÁS ESTADOS	5	3
TOTAL NACIONAL	15	9

INCLUYE LAS ACTIVIDADES DE CONFECCIÓN DE ROPA SOBRE MEDIDA.

FUENTE: ELABORADO POR LA CNIV CON INFORMACIÓN DE LOS CENSOS INDUSTRIALES DE 1989 Y 1994

- A pesar de que la tasa de crecimiento de personal ocupado en ésta rama, en el Distrito Federal ha disminuido, es necesario mencionar el comportamiento del promedio de personas ocupadas por empresa a nivel nacional: En 1988 el promedio nacional de personas ocupadas por empresa en la rama fue de 15 personas, (cuadro 4.2). En dicho año, tenemos en el extremo, a Durango con 65 personas promedio por empresa, Aguascalientes con 55, Querétaro con 52 y Chihuahua con 50. Por otro lado, tenemos a Yucatán y Tamaulipas con los datos de 6 y 9 respectivamente. El Distrito Federal se mantiene cerca del promedio nacional con 16 personas promedio por empresa. Sin embargo, para 1993, la Ciudad de México conserva un nivel de 14 personas, en tanto que el promedio a nivel nacional fue de 9 personas. Asimismo, en éste mismo año, el

Estado con menor personal ocupado promedio por empresa fue Yucatán con 3 personas.

Ahora bien, en lo que se refiere a la estructura de la industria del vestido del Distrito Federal de acuerdo con los estratos de las empresas, se tiene: en los Censos Económicos de 1989, los micro y pequeños establecimientos constituían el 34.2% del total de las micro y pequeñas industrias del vestido a nivel nacional. Para 1993, el 55.62% de los establecimientos de la industria del vestido del Distrito Federal son micro y pequeños.¹ Del cual, el 31.08% corresponde a micro empresas y el 24.54% a pequeñas empresas.

4.2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

4.2.1. Selección de la muestra

Se formarán dos grupos de empresarios para ser entrevistados, los cuales se seleccionarán de acuerdo a los lineamientos que se describen a continuación:

- El método de muestreo del presente estudio será no probabilístico, y dentro de éste, se aplicará el muestreo de juicio; ya que la selección de nuestros encuestados implicará dos criterios; esto es, se requieren dos grupos de estudio:
 - ◆ Por un lado un grupo, llamado grupo "A", que representará a los empresarios visionarios de la nueva generación empresarial con una preocupación en su formación y sobre todo desempeño gerencial. Lo que implica el acercamiento de estos empresarios a instituciones de educación de nivel superior.
 - ◆ Por otro lado el segundo grupo, llamado grupo "B", representará a los empresarios que se resisten al cambio o a afrontar la competencia en

¹ Fuente: *Cuentas Económicas del Distrito Federal*. INEGI. 1994.

que ya están inmersos. O bien que de alguna manera su visión no corresponde más a las necesidades del mercado actual, pero no se percatan de ello de manera consciente como para aceptar que requieren una formación empresarial más formal y actualizada, por lo que no se han acercado a alguna institución de educación superior, o a alguna asociación empresarial o de gobierno.

- Para la selección del primer grupo también se consideran a los empresarios que forman parte de la empresa integradora de éste ramo ubicada en el Distrito Federal, ya que éste es un instrumento vanguardista en nuestra economía que el gobierno está fomentando y ello implica que el empresario se acerque a alguna asociación empresarial. Así mismo, se consideran a los empresarios que se inician en la industria del vestido ya sea, en el conocido programa de emprendedores que fomentan las Universidades de la Ciudad de México o en alguno otro programa de las Instituciones de Educación Superior ubicadas en la Ciudad de México.
- En cuanto al segundo grupo, se seleccionará el mismo número de encuestados que se logren en el primer grupo para tener dos muestras equitativas. El criterio general de selección es: que no pertenezcan a alguna empresa integradora, y que su nacimiento no se haya dado con ayuda de alguna institución de educación superior, así como ninguna intervención de alguna institución de nivel profesional en otro aspecto.

Según los últimos informes obtenidos sobre las empresas integradoras, muestran que existe una Empresa Integradora del ramo en el Distrito Federal con ocho socios; por tanto se espera una muestra total de 8 encuestas como mínimo en total.

4.2.1.1 Hipótesis

Las dificultades que la apertura comercial mexicana impone actualmente a la micro y pequeña Industria del Vestido del Distrito Federal se librarán, si y sólo si, la visión de los industriales de éste sector incorporan el concepto actual de comercialización como parte de su cultura empresarial.

4.2.2. Cuestionario

Las dificultades que se tuvieron en la aplicación de los cuestionarios, fue principalmente, el de la espaciocidad con la que se otorgaron las entrevistas por parte de los empresarios. Se aplicaron tres cuestionarios piloto y se realizaron varios cambios. Sobre todo en la redacción de las preguntas y en la especificación de cuántas opciones se debían seleccionar. Así mismo, se intentó reducir el número de preguntas, pero la justificación de cada una de ellas resultó convincente y sólo se omitieron aquellas que pudieran hacer pensar al empresario en algún compromiso si contestaba o no tal o cual cosa.

El cuestionario piloto esta compuesto por 53 preguntas; en tanto que el cuestionario definitivo esta compuesto por 39 preguntas. El apartado de "tecnología" fue omitido por completo debido a que varias de las cuestiones se desviaban un poco del principal objetivo de la investigación: determinar la visión del empresario e identificar si el concepto actual de comercialización, que involucra el enfoque hacia el cliente, forma parte fundamental de la misma. Pero algunas de las cuestiones que se abarcaban en tal apartado, complementaron otras secciones del cuestionario como la de comercialización y la de subcontratación. Sobre todo, se omitieron las preguntas que demandaban datos numéricos, ya que ello disminuía la veracidad de las respuestas debido a que no eran datos exactos, sino "tanteos" que sólo hacían más engorroso el cuestionario.

4.2.2. Cuestionario

4.2.2.1. Cuestionario piloto

CUESTIONARIO

ESTUDIO SOBRE LA MICRO Y PEQUEÑA INDUSTRIA DEL VESTIDO DEL DISTRITO FEDERAL

Con el fin de llevar a cabo una investigación completa, que para recibir el título de Licenciada en Administración realiza su servidora Lucía Margarita Ortiz Gómez, con un estudio sobre "Los retos comerciales que enfrenta la micro y pequeña industria del vestido del Distrito Federal en el contexto de apertura comercial", le agradeceré sus respuestas del presente cuestionario que serán utilizadas de manera totalmente confidencial y exclusivamente para fines académicos.

Colonia _____

Fecha _____

PERFIL DE LA EMPRESA

1. Tipo de industria: Micro () Pequeña () Mediana ()

2. Productos principales: 1) _____ 2) _____
3) _____ 4) _____
5) _____ 6) _____

3. Año de establecimiento _____

4. Tipo de organización legal:

- 1)
() Único propietario () Asociación _____
- 2)
() Menos de 5 empleados () Más de 5 empleados
- 3)
() Registrada () No registrada

5. Número de empleados promedio:

	1994	1995	1996	1997
De planta	_____	_____	_____	_____
Eventuales	_____	_____	_____	_____

PERFIL DEL EMPRESARIO

6. Puesto del empresario en la empresa:

- Presidente _____
 Gerente general _____
 Director General _____
 Miembro del consejo _____
 Otro (especificar) _____

7. Edad actual _____

8. Antecedentes académicos del empresario:

- Sin estudios formales Primaria
Secundaria Preparatoria
Vocacional/Esc. técnica _____ Ests. comerciales _____
Universidad _____ Ests. de posgrado _____
Otros _____

9. Ocupación anterior del empresario:

- Comerciante _____
 Empresario _____
 Empleado _____
 Otro _____

10. Razones más importantes para entrar en el negocio de la fabricación de prendas de vestir:

- Análisis del potencial del mercado
 Consejo de amigos o parientes
 Antecedentes/Concocs. del negocio
 Relaciones con el socio
 Herencia
 Otras _____

11. ¿Cómo adquirió la habilidad sobre el uso de la tecnología y sobre el manejo administrativo de la empresa (la más importante)?

	Tecnología	Administración
A través de la escuela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A través de un trabajo anterior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A través de padres y/o parientes y/o amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A través del auto-aprendizaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras	_____	_____

12. ¿Qué otras fuentes de ingresos tiene?

- () Salario en otra empresa
- () Rendimiento sobre préstamos
- () Rendimiento sobre inversiones
- () Arrendamiento
- () Otros negocios(¿cuáles?) _____
- () Otras _____
- () Ninguna

AGRUPACIONES y PROGRAMAS DE FOMENTO

13. ¿Es usted miembro de alguna asociación?

- () Cámara de comercio _____
- () Asociación de empresarios _____
- () CANAINVEST
- () Cooperativa _____
- () Asociación de comerciantes _____
- () Asociación civil _____
- () Otra (especificar) _____
- () A ninguna (pasar a la pregunta 15)

14. ¿Qué tan útiles son estas asociaciones para Ud. o su negocio?

- () Oportunidad para relaciones sociales
- () Obtención de materia prima
- () Posibilidades de ventas
- () Posibilidades de financiamiento
- () Información
- () Otras _____

15. ¿Está usted enterado del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)?

- Sí () No () (pase a la pregunta 20)

16. ¿Cómo se enteró?

- () A través de la Cámara a la que pertenezco
- () A través de medios masivos
- () A través de agencias de gobierno
- () A través de compañeros de negocios
- () A través de bancos
- () Otros _____

17. ¿Está usted integrado al SIEM?

- Sí () (pase a la pregunta 19) No ()

18. ¿Piensa integrarse pronto?

- Sí () No () ¿porqué? _____

19. ¿Qué utilidad cree que le puede brindar el SIEM?

- Oportunidad para relaciones sociales
- Obtención de materia prima
- Posibilidades de ventas
- Posibilidades de financiamiento
- Información
- Otras _____
- Ninguna _____

20. ¿Está usted enterado de las políticas y programas actuales del gobierno para la promoción de la micro y pequeña empresa?

- Muy bien enterado
- Ligeramente enterado
- No está enterado (pasar a la pregunta 22)

21. ¿Cómo obtuvo información al respecto?

- A través de medios masivos
- A través de agencias de gobierno
- A través de compañeros de negocios
- A través de bancos _____
- Otros _____

22. ¿Ha participado en algún programa para la promoción de la micro, pequeña y mediana empresa?

- Sí
 - Anteriormente
 - No
- Nombre del programa _____ Desde: _____
De _____ a _____

23. ¿Qué políticas para promoción y desarrollo de la micro y pequeña empresa espera usted del gobierno? (seleccionar máximo dos respuestas)

- Subsidios
- Exención de impuestos
- Políticas de trabajo
- Obtención de materia prima
- Subsidios
- Disponibilidad de préstamos
- Entrenamiento técnico
- Entrenamiento administrativo
- Información
- Mercadeo de productos
- Promoción de asociación
- Promoción de las Empresas Integradoras
- Otros _____
- Ninguno _____

SUBCONTRATACIÓN

24. Usted:

- () Solo subcontrata (pase a la pregunta 32)
- () Recibe subcontratos (conteste de la pregunta 25 a la 31, y después pase a la 33)
- () Ambos
- () Ninguno (pasar a la pregunta 36)

25. ¿Cuál es la razón por la que recibe subcontratos?

- () Estabilización de operaciones
- () Incremento de ventas
- () Solicitud de la casa matriz
- () Cooperación mutua
- () Otras _____

26. ¿Qué proporción de sus ventas obtuvo por subcontratación?

1994	1995	1996	1997
_____ %	_____ %	_____ %	_____ %

27. ¿Cuáles son los productos sujetos a subcontratación?

Productos terminados	1 _____	2 _____
	3 _____	4 _____
Productos intermedios	1 _____	2 _____
	3 _____	4 _____

28. ¿Cuáles son los principales apoyos que recibe de su contraparte?

- () Abastecimiento de materia prima
- () Asistencia técnica
- () Asistencia administrativa
- () Asistencia financiera
- () Surtido de equipo
- () Otras _____
- () Ninguno

29. ¿La subcontratación le ha ayudado a obtener un ingreso mayor a su negocio?
Si () No () ¿por qué? _____ (pase a la pregunta 31)

30. Indique la causa de ese incremento en el ingreso:

- () Nuevo tipo de producto
- () Mejora en la calidad de su producto
- () Diversificación de la producción
- () Mayor volumen de los productos que ya fabricaba
- () Otras _____

31. ¿Cuál cree usted que haya sido la razón por la que su contraparte haya escogido su empresa?

- Precios bajos
 Buena calidad y diseño
 Relaciones personales
 Otras _____

32. ¿En base a qué aspectos elige usted a las empresas que subcontratará?

- Precios bajos
 Buena calidad y diseño
 Relaciones personales
 Referencias de conocidos
 Forma parte del negocio de la familia
 Según las referencias de éstas por la Cámara o Asociación _____
 Otras _____

33. ¿Cómo evalúa la situación actual de la subcontratación?

- Buena Regular Mala

34. ¿Cuál es su expectativa con respecto a la subcontratación?

- Buena Regular No muy buena Incierta

35. Usted:

- Tiene intenciones de continuar
 Tiene intenciones de suspender
 Indeciso sobre continuar

MERCADOTECNIA

36. ¿Qué porcentaje de sus ventas se realizaron en:

	1994	1995	1996	1997
Mercado local	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %
Exportación	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %

37. ¿Cómo realiza sus ventas (% sobre ventas totales)?

	1994	1995	1996	1997
Ventas directas	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %
A través de intermediarios	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %

38. ¿Piensa que su producto es competitivo?

- En el mercado nacional: Sí () No () (pase a la pregunta 40)
En el mercado internacional: Sí () No () (pase a la pregunta 40)

39. En qué aspectos de cada mercado, seleccione usted (máximo dos por cada mercado):

	Merc. Nal.	Merc. Intnal.
Escala de producción	_____	_____
Especialización del producto	_____	_____
Bajos precios	_____	_____
Bajos costos	_____	_____
Diseño	_____	_____
Buena calidad	_____	_____
Capacidad de respuesta	_____	_____
Entrega adecuada del producto	_____	_____
Otros	_____	_____

40. En caso negativo, seleccione dos de los puntos arriba expuestos (por cada mercado), por los que cree que su producto no es competitivo:

Merc. Nal.	Merc. Intnal.
_____	_____
_____	_____

41. Si usted no exporta, ¿cuáles son las principales razones (las dos principales)?

- Los productos no son adecuados para la exportación
- No es necesario debido a la alta demanda local
- Calidad inferior para exportar
- Precio superior para exportar
- Falta de habilidad en producción
- Desconocimiento del procedimiento para exportar
- Otras _____

42. Si usted no exporta, ¿tiene intención de hacerlo en el futuro?

Sí No ¿porqué? _____

43. ¿Cuál fue el rendimiento sobre ventas obtenido en los años de:

1994	1995	1996	1997
_____ %	_____ %	_____ %	_____ %

44. ¿Qué uso se le da a la utilidad de su empresa? (seleccionar dos máximo)

- Inversiones en maquinaria y equipo
- Expansión de la fábrica
- Participación a empleados
- Ahorro
- Gastos personales -o familiares-
- Contribución social
- Otro _____

45. ¿Piensa usted que necesitan mejorarse sus materiales?

Sí No (pase a la pregunta 48)

46. Señale los aspectos que requieren mejorarse (máximo tres):

- () Calidad
- () Precio
- () Oferta estable
- () Entrega oportuna (puntual)
- () Otros _____

47. ¿Cómo mejoraría la calidad de sus materiales?

- () Selección más estricta
- () Usando más materiales de importación
- () Dar apoyo técnico al proveedor
- () Sustituir los materiales
- () Otros _____

TECNOLOGÍAS

48. Si usted utiliza sistemas computarizados, ¿con qué fin los utiliza?

- () No usa sistemas computarizados
- () Planear y controlar la producción
- () Tareas de oficina
- () Uso personal
- () Otros _____

49. ¿Utiliza moldes?

Sí () No () (pase a la pregunta 52)

50. ¿De dónde provienen?

- () Usted los elaboró
- () Importados País: _____
- () Comercializadora de patentes
- () Provistas por el cliente
- () Otras _____

Pase a la pregunta 5

51. Cuando usted elabora sus moldes, ¿de dónde proviene el diseño?

- () De fábrica
- () Importados País: _____
- () Comercializadora de patentes
- () Provistas por el cliente
- () Otras _____

52. ¿Cuáles son las dos principales fuentes de dónde obtiene tecnología?

Dura:

Blanda:

- | | | |
|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Comercializadoras de patentes | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Revistas especializadas | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Cámaras o asociaciones | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Clientes u otros empresarios | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Empresas transnacionales | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Instituciones públicas | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Exposiciones o ferias | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Otras | <input type="checkbox"/> |

53. ¿Qué mecanismos de capacitación utiliza para su personal?

- Entrenamiento en el trabajo
- Cursos de entrenamiento en la fábrica
- Entrenamientos nocturnos
- Cursos de financiamiento
- Instituciones públicas
- Otras _____

4.2.2.2. Cuestionario definitivo

CUESTIONARIO

ESTUDIO SOBRE LA MICRO Y PEQUEÑA INDUSTRIA DEL VESTIDO DEL DISTRITO FEDERAL

Con el fin de llevar a cabo una investigación completa, que para recibir el título de Licenciada en Administración realiza Lucia Margarita Ortiz Gómez con un estudio sobre "Los retos comerciales que enfrenta la micro y pequeña industria del vestido del Distrito Federal en el contexto de apertura comercial", le agradeceré sus respuestas del presente cuestionario que serán utilizadas de manera totalmente confidencial y exclusivamente para fines académicos.

Colonia _____

Fecha _____

PERFIL DE LA EMPRESA

1. Tipo de empresa: Micro () Pequeña ()

2. Año de establecimiento _____

3. Tipo de organización legal:

a) () Único propietario ó () Asociación _____

b) () Registrada ó () No registrada

4. Número de empleados promedio:

	1994	1995	1996	1997
De planta	_____	_____	_____	_____
Eventuales	_____	_____	_____	_____

5. ¿En qué se basa para la coordinación y asignación de recursos?(seleccione sólo una opción):

- Los requerimientos de producción
- Tecnología de punta que maneje la competencia
- La estrategia de posicionamiento en el mercado
- Otra

6. ¿Cuáles son las dos áreas de mayor importancia en su empresa?

- Producción
- Ingeniería
- Compras
- Finanzas
- Comercialización (mercadotecnia)
- Ventas
- Otra _____

7. ¿Cuáles son las áreas que contribuyen a generar mayores ingresos en términos de porcentaje? (máximo dos opciones):

- Producción
- Ingeniería
- Compras
- Finanzas
- Comercialización (mercadotecnia)
- Ventas
- Otra _____

PERFIL DEL EMPRESARIO

8. ¿Cuál es su puesto en la organización?

- Presidente _____
- Gerente General
- Director General
- Miembro del Consejo
- Otro (especificar) _____

9. Edad actual _____

10. Máximo grado de estudios:

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| Sin estudios formales | <input type="checkbox"/> | Primaria | <input type="checkbox"/> |
| Secundaria | <input type="checkbox"/> | Preparatoria | <input type="checkbox"/> |
| Vocacional/Esc. técnica | _____ | Ests. comerciales | _____ |
| Licenciatura | _____ | Otros | _____ |
| Pasante | _____ | | |

11. Ocupación anterior:

- () Comerciante _____
- () Empresario _____
- () Empleado _____
- () Otro _____

12. ¿Cuál fue la razón más importante para entrar en el negocio de prendas de vestir?

- () Análisis del potencial del mercado
- () Consejo de amigos o parientes
- () Antecedentes/conocimientos del negocio
- () Relaciones con el socio
- () Herencia
- () Otras _____

13. ¿Cómo adquirió la habilidad sobre el uso de la tecnología y sobre el manejo administrativo de la empresa (seleccione sólo una opción para cada columna)?

	Tecnología	Administración
A través de la escuela	()	()
A través de un trabajo anterior	()	()
A través de padres y/o parientes y/o amigos	()	()
A través del auto-aprendizaje	()	()
Otras	_____	_____

14. ¿Qué mecanismos de capacitación utiliza para su personal en general?, (dos opciones como máximo).

- () Entrenamiento en el trabajo
- () Cursos de entrenamiento en la empresa
- () Entrenamientos nocturnos
- () Cursos de financiamiento
- () Capacitación con apoyo de asociaciones de empresarios
- () Instituciones públicas
- () Otras _____

AGRUPACIONES y PROGRAMAS DE FOMENTO

15. ¿Es usted miembro de alguna asociación?

- () CANACO
- () CANAINVEST
- () Asociación de empresarios _____
- () Asociación de comerciantes _____
- () Otra (especificar) _____
- () A ninguna (pasar a la pregunta 17)

16. ¿Qué tan útiles son estas asociaciones para usted y su negocio? (máximo dos opciones).

- Oportunidad para relaciones sociales
- Ayuda para obtener materia prima
- Posibilidades de ventas
- Posibilidades de financiamiento
- Información
- Otras _____
- Ninguna utilidad

17. ¿Está usted integrado al SIEM? Sí () No ()

18. ¿Qué utilidad cree que le puede brindar el SIEM?

- Oportunidad para relaciones sociales
- Ayuda para obtener materia prima
- Posibilidades de ventas
- Posibilidades de financiamiento
- Información
- Otra _____
- Ninguna
- No tiene idea

19. ¿Está usted informado de las políticas y programas actuales para la promoción de la micro y pequeña empresa?

- Muy bien enterado
- Bien enterado
- Ligeramente enterado
- No está enterado (pasar a la pregunta 21)

20. ¿Cómo obtuvo información al respecto?

- A través de medios masivos
- A través de agencias de gobierno
- A través de compañeros de negocios
- A través de bancos
- A través de las asociaciones
- Otro _____

21. ¿Ha participado en algún programa para la promoción de la micro y pequeña empresa?

Nombre del programa

- Sí : _____ De: _____ a: _____
- No

22. ¿Qué políticas para promoción y desarrollo de la micro y pequeña empresa espera usted del gobierno? (seleccionar máximo dos respuestas)

- Subsidios
- Exención de impuestos
- Políticas de trabajo
- Obtención de materia prima
- Disponibilidad de préstamos
- Entrenamiento técnico
- Entrenamiento administrativo
- Información
- Mercadeo de productos
- Promoción de asociación
- Promoción de las Empresas Integradoras
- Otras _____
- Ninguna

SUBCONTRATACIÓN

23. Usted:

- Sólo subcontrata (pase a la pregunta 28)
- Sólo recibe subcontratos (conteste de la 24 a la 27 y se salta a la 29)
- Ambos
- Ninguno (pasar a la pregunta 30)

24. ¿Cuál es la razón por la que recibe subcontratos?

- Estabilización de operaciones
- Incremento de ventas
- Solicitud de su casa matriz
- Cooperación mutua
- Otra _____

25. ¿Cuáles son los apoyos que recibe de su contraparte?

- Abastecimiento de materia prima
- Asistencia técnica
- Asistencia administrativa
- Asistencia financiera
- Surtido de equipo
- Información de las tendencias del mercado
- Otras _____
- Ninguno

26. ¿Los subcontratos le han ayudado a obtener un ingreso mayor a su negocio, que si no los recibiera?

Si ()

No ()

27. ¿Porqué cree usted que su contraparte escogió a su empresa?, seleccione sólo una respuesta:

- Precios bajos
- Buena calidad y diseño
- Relaciones personales
- Innovación en diseño
- Referencias de conocidos
- Forma parte del negocio de la familia
- Según las referencias de éstas por la Cámara o Asociación _____
- Otra _____

28. ¿En qué se basa para elegir a las empresas que les dará subcontratos?

- Precios bajos
- Buena calidad y diseño
- Relaciones personales
- Referencias de conocidos
- Forma parte del negocio de la familia
- Según las referencias de éstas por la Cámara o Asociación _____
- Otras _____

29. Con respecto a la subcontratación, usted:

- Tiene intenciones de continuar
- Tiene intenciones de suspender
- Indeciso sobre continuar

COMERCIALIZACIÓN

30. ¿En que se basa para planear su producción?

- Las tendencias del mercado
- El precio final del producto
- La disponibilidad de la materia prima
- La calidad del producto
- El monto de los costos
- La disponibilidad de diseños
- Otro _____

31. ¿En qué se basa para decidir el precio de sus productos?

- Los costos
- Las utilidades esperadas
- La estimación de lo que el cliente estaría dispuesto a pagar
- Los precios de la competencia
- La estrategia de posicionamiento en el mercado
- Otro _____

32. ¿En que se basa para decidir en qué área de la empresa invertir?

- El requerimiento de equipo y maquinaria
- La estrategia de posicionamiento en el mercado
- Los requerimientos de producción
- Las tendencias del mercado
- La situación económica, política y social del país
- Otro _____

33. La disponibilidad de recursos para la inversión y desarrollo de nuevos productos es:

- Nula
- Ocasional
- Frecuente

34. ¿Piensa que su producto es competitivo?

En el mercado nacional: Sí () No ()

En el mercado internacional: Sí () No ()

35. ¿En qué aspectos de cada mercado es o no competitivo su producto, de acuerdo a su respuesta anterior? (máximo dos por cada mercado).

	Merc. Nal.	Merc. Intnal.
Escala de producción	()	()
Especialización del producto	()	()
Precios	()	()
Costos	()	()
Diseño	()	()
Calidad	()	()
Capacidad de respuesta	()	()
Entrega del producto	()	()
Otros	_____	_____

36. ¿En que se basa para el desarrollo de nuevos productos?

- Las tendencias del mercado
- El monto de los costos
- La disponibilidad de las materias primas
- Modelos que saque la competencia
- La disponibilidad de diseños
- Otro _____

37. ¿Cuál es el factor que contribuye a realizar una mejor labor de ventas?

- Capacitación del equipo de ventas
- La disponibilidad del producto en los locales (los productos se vende solos)
- Establecer comisiones al equipo de ventas
- Manejar un programa de motivación para el equipo de ventas
- Llevar a cabo una campaña intensa de publicidad
- Otro _____

38. Exportación:

a) ¿Usted exporta?

Sí ()

No () (pase a la pregunta 39)

b) ¿cuáles son las principales razones por las que no exporta? (máximo dos).

- Los productos no son adecuados para la exportación
- No es necesario debido a la alta demanda local
- Calidad inferior para exportar
- Precio superior para exportar
- Falta de habilidad en producción
- Desconocimiento del procedimiento para exportar
- Otras _____

39. ¿Lleva a cabo investigación de mercados?

Sí ()

No ()

4.2.2.3. Objetivos del cuestionario

Objetivo general

Obtener la información necesaria que, una vez analizada, permita establecer la relación existente entre el desempeño en los negocios y la visión empresarial. De tal manera que la visión empresarial que tenga un enfoque de la comercialización hacia el cliente, es decir, que trate de satisfacer los requerimientos del mercado y por tanto, su manera de hacer negocios esté en función del mercado, es la misma que trata de aprovechar las oportunidades que le brinda la apertura comercial que vive hoy en día la economía mexicana, siendo su empresa más dinámica y la que mejores beneficios obtiene de "las actuales situaciones".

Así, los empresarios que posean tal visión, serán aquellos capaces de distinguir y valorar sus ventajas y debilidades tanto en un plano local como en uno internacional.

Así pues, el objetivo principal de la presente investigación práctica es demostrar que una visión empresarial abierta, con la idea principal de servir al cliente, que entienda su papel dentro de todo el sistema socioeconómico, es capaz de seguir adelante y de buscar las oportunidades que cada crisis trae consigo. Es decir, que la visión empresarial con un enfoque hacia la comercialización (mercadotecnia), es y será capaz de afrontar los retos que implica una economía en plena apertura comercial.

Objetivos particulares

Perfil de la empresa (pregunta 1 a la 7):

Determinar el tipo de empresa en cuanto a su tamaño, organización legal, etc., para definir si existe un común denominador en este aspecto que ayude a un mejor desempeño de las industrias del vestido actualmente.

En este sentido: el perfil de la empresa es el reflejo de la visión del empresario en cuanto a la mejor manera de aprovechar oportunidades y de adaptarse al ambiente en que se ve obligado a operar.

Perfil del empresario (pregunta 8 a la 14):

Medir los aspectos que permitan conocer la preocupación del empresario por su preparación formal y la repercusión en la manera de dirigir su negocio y dotarlo de los recursos necesarios para hacerlo competitivo.

Agrupaciones y programas de fomento (pregunta 15 a la 22):

Determinar en qué medida se apoya y/o es apoyado el empresario por las agrupaciones y/o programas de fomento, para concluir si la visión del empresario influye en la inclusión de su empresa a éstos organismos y/o programas de fomento.

Subcontratación (pregunta 23 a la 29):

Constatar la visión emprendedora al determinar si el empresario lleva a cabo la utilización de una de las herramientas para buscar un crecimiento más estable, o si por el contrario, este mecanismo se ve descartado por la mayoría al no aportar los beneficios esperados.

Mercadotecnia (pregunta 30 a la 39):

Determinar la actuación del empresario ante los retos y oportunidades actuales. Esto es, conocer la opinión y desempeño del empresario en cada uno de los aspectos que incluye la situación actual, como lo es las exportaciones, las importaciones, las reinversiones, la detección de fortalezas y debilidades, etc..

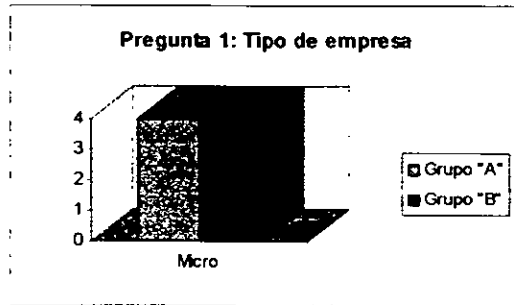
4.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.3.1. PERFIL DE LA EMPRESA

Pregunta 1: Tipo de empresa

El total de la muestra es análogo en cuanto al tipo de empresa, siendo el común denominador el tamaño micro, lo cual nos da un factor de comparación más uniforme entre los dos grupos señalados como el grupo "A" y el "B".



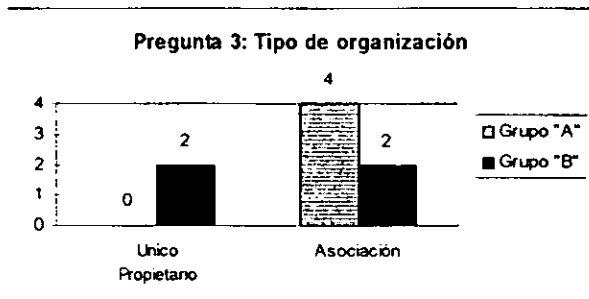
Pregunta 2: Año de establecimiento

El año promedio del comienzo de actividades empresariales en la industria del vestido es: 1993 del Grupo "A" y 1989 del Grupo "B". Lo que nos muestra que la edad del Grupo "A" frente al Grupo "B" es menor pero no de manera significativa. Esto se debe a uno de los datos del Grupo "A" es el que hace disminuir esta diferencia, y se trata de una empresa que es una socia de la empresa integradora que del ramo hay en el Distrito Federal. Es decir, a pesar de que la empresa tiene la *experiencia* y *costumbres* similares al de la mayoría del Grupo "B", ésta busca permanecer en el mercado con uno de los apoyos que se dan a este tipo de empresas -y que es la conformación de empresas integradoras-.

Año de establecimiento	Grupo "A"	Grupo "B"
	1997	1994
	1997	1992
	1996	1987
	1982	1982
Promedio	1993	1989

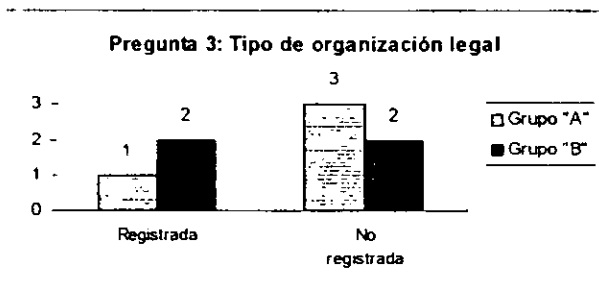
Pregunta 3: Tipo de organización legal

a)



El total de empresas del Grupo "A" son una asociación, por lo que el rumbo de la empresa no depende de una sola persona. Lo contrario sucede en el 50% del Grupo "B" en que es sólo un propietario, mismo que decide el rumbo de la organización.

b)

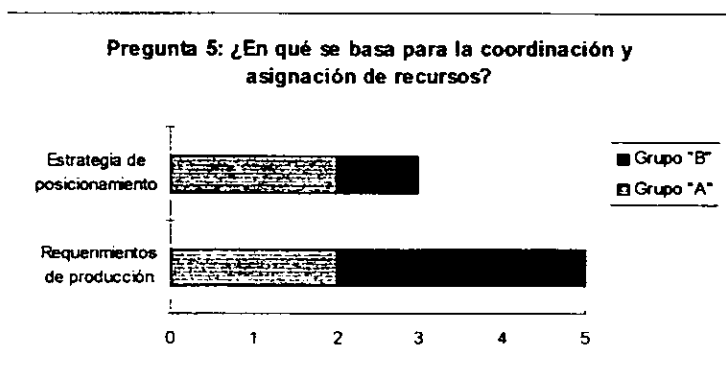


En el Grupo "B", el 50% se trata de empresas registradas y el otro 50% de empresas no registradas. Y en el Grupo "A" solo el 25% de las empresas están registradas, esto se debe principalmente a que la mayoría de ellas se iniciaron bajo la tutela y protección de universidades por lo que al momento en que éstas dejen de estar bajo este *manto* deben decidir su situación a este respecto.

Pregunta 4: Empleados promedio

Esta fue una pregunta filtro de la número uno, ya que en varias ocasiones los empresarios confunden el tamaño de su organización al no estar familiarizados con los estándares que publica la SECOFI.

Pregunta 5: ¿En qué se basa para la coordinación y asignación de recursos?



Solo hubo dos opciones elegidas por ambos grupos en esta interrogante predominando los requerimientos de producción. Sin embargo el Grupo "A" se dividió en 50% y 50% entre la estrategia de posicionamiento y los requerimientos de producción. En tanto que el Grupo "B" se inclinó con un 75% hacia los requerimientos de producción y el 25% hacia la estrategia de posicionamiento.

Pregunta 6: ¿Cuáles son las dos áreas de mayor importancia en su empresa?

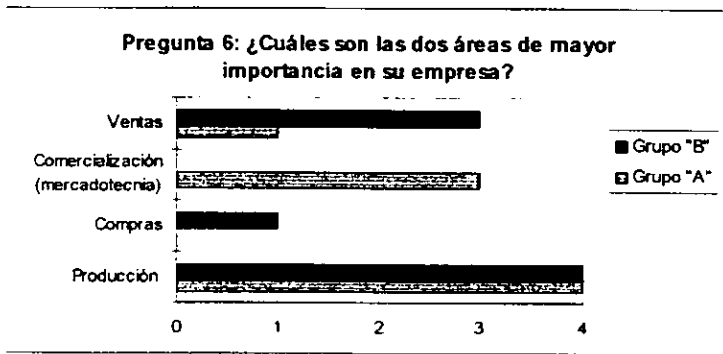
De manera global, el área de producción fue la considerada como más importante en la empresa, siguiendo el área de ventas, comercialización y por último la de compras.

Ahora bien, dentro del Grupo "A", el orden descendente de las opciones varia de la siguiente manera:

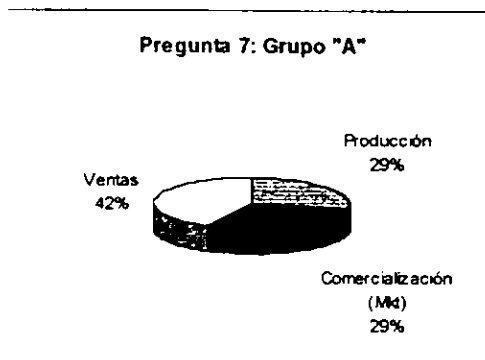
En primer término se ubica el área de producción seguida del área de comercialización y por último ventas.

En el Grupo "B" se observan las opciones como sigue:

En primer término el área de producción, seguida del área de ventas y por último compras.

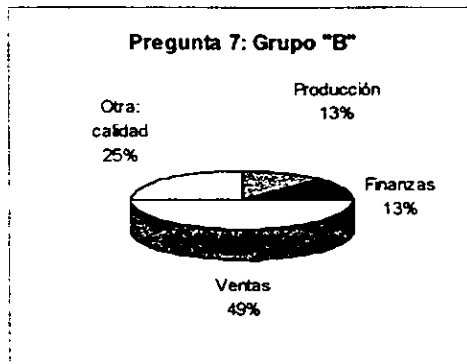


Pregunta 7: ¿Cuáles son las áreas que contribuyen a generar mayores ingresos en términos de porcentaje? (máximo dos opciones)



En el Grupo "A" se considera que el área de ventas es la que contribuye a generar mayores ingresos al igual que en el Grupo "B", sin embargo es evidente que confunden el área por la que entran los ingresos y el área que contribuye a

que las ventas se realcen. En este sentido, dentro del Grupo "A" se reparten un porcentaje similar el área de producción y la de comercialización. Con lo que se puede deducir que el área de comercialización (mercadotecnia) apenas va tomando importancia para los empresarios de este grupo.

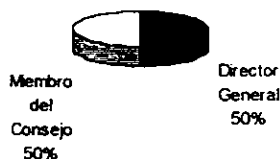


Dentro del Grupo "B", el área de ventas tiene un mayor porcentaje con respecto del Grupo "A" (49% Vs. 42%). Le sigue el área de calidad con un 25%, lo que habla de la importancia que tiene para este grupo el conservar cierto estándar de calidad en sus productos para seguir en el mercado de la ropa. Y por último comparten un porcentaje similar el área de finanzas y el área de producción con un 13%. Lo que implicaría pensar en que, por un lado, el área de producción sigue siendo considerada como un área estratégica para generar mayores ingresos por sí sola y, por otro lado, que el área de finanzas es un importante que utilizan los empresarios para salir a flote en situaciones difíciles. Sin embargo, cabe hacer hincapié en lo que ésta área es para los empresarios que eligieron esta opción: para ellos encierra el área de dónde sale el dinero cuando ya no lo hay dentro de la empresa y no el área que optimiza el uso de los recursos de la misma.

4.3.2. PERFIL DEL EMPRESARIO

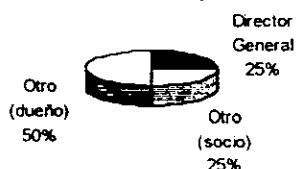
Pregunta 8: Puesto del empresario en la organización.

Pregunta 8: Grupo "A"



Preciso es recordar que dentro del Grupo "A", el 100% de las empresas están integradas por asociación. Ahora bien, dentro de ese dato y tomando en cuenta que el empresario que otorgó la entrevista asegura ser el que mejor conoce a la organización es: en el 50% de los casos miembro del Consejo de Administración y en el otro 50% es el Director General.

Pregunta 8: Grupo "B"



En el Grupo "B", el 50% contestó en la opción de otro puesto y señaló "dueño". Lo que implica que se tome como Director General, sin embargo, a solicitud de los empresarios se manejó como "otro puesto (dueño)" ya que al parecer para ellos representa una jerarquía y poder menor el autodesignarse director general de su propia empresa en vez de dueño, además de que muy seguramente con ello envían subliminalmente el mensaje de "yo soy el dueño, por lo tanto yo puedo hacer con mi empresa lo que a mi me parezca sin necesidad de rendir cuentas a nadie". La siguiente opción de "otro puesto (socio)" conforma un 25%, y debe

notarse que la opción más adecuada y formal sería "miembro del consejo". Todas estas ambigüedades son suscitadas debido a la administración informal con que se manejan, ya que aún actuando de facto como un *consejo de administración informal* este concepto es en algunas ocasiones imperceptible y en otras tantas rechazado. Sólo se tiene un 25% en que accedió a reconocerse como el director general de su propio negocio, tras la explicación de que no necesariamente el director general de una micro empresa esta obligado a rendir cuentas a alguien diferente del dueño, y ya que el dueño es él mismo entonces no pierde poder ni su autonomía siempre y cuando en las condiciones con su socio -ya que en este caso se trata de una asociación-, se estipule también dicha autonomía y poder.

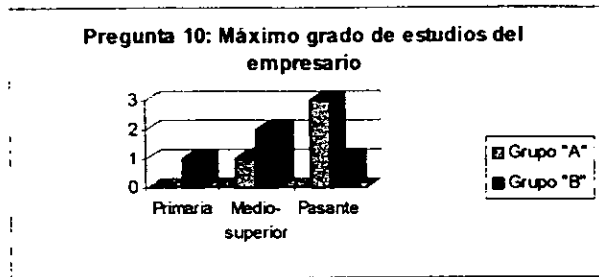
Pregunta 9: Edad actual

En cuanto a la edad promedio de cada grupo, se puede observar que existe una diferencia de casi una década entre ellos. Lo que podría explicar la fuerte resistencia al cambio en cuanto a adoptar conductas administrativas formales ya que ello implicaría una ofensa a su experiencia. Esto no sólo se nota en el Grupo "B" quien lleva una edad promedio mayor por 8 años, sino también en el Grupo "A" sobre todo por el elemento que pertenece a la empresa integradora y que a pesar de ello, aun su perfil administrativo se inclina demasiado hacia el perfil del Grupo "B".

Edad del empresario	Grupo "A"	Grupo "B"
	70	58
	20	34
	20	43
	21	27
Promedio	33	41

Pregunta 10: Máximo grado de estudios del empresario

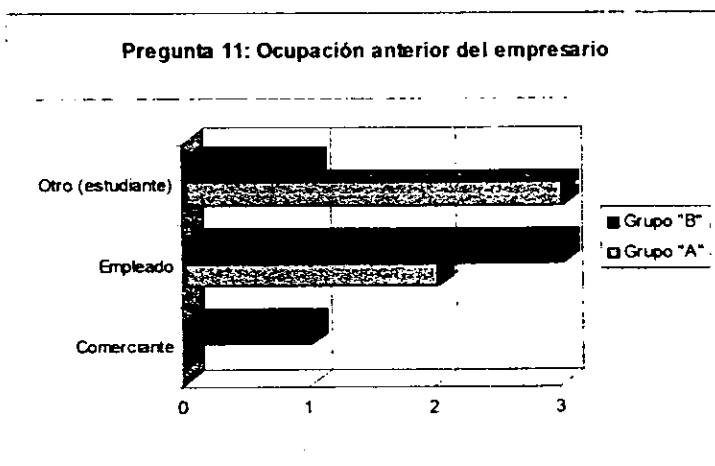
El 75% del Grupo "A" son estudiantes a nivel superior contra un 25% del Grupo "B" que también lo es, y el 25% restante del Grupo "A" tiene estudios del grado medio-superior (preparatoria) situándose en este renglón la mayoría del Grupo "B" con un 50% de él y en el renglón de primaria con un 25%.



Pregunta 11: Ocupación anterior del empresario

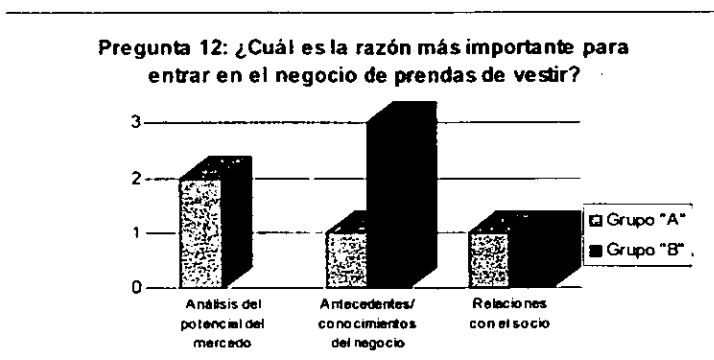
Dentro del Grupo "A" se dio que en el 25% de los casos los empresarios anteriormente fueron empleados y estudiantes, y actualmente se desempeñan como empresarios y estudiantes. El 50% restante tenía y tiene la ocupación de estudiante simultánea con el ser empresario. Y el restante 25% lo constituyen empresarios que anteriormente fueron empleados en el ramo de la industria del vestido.

Así mismo, en el Grupo "B" se dio que también el 25% de los casos los empresarios anteriormente fueron empleados y estudiantes siendo actualmente empresarios y estudiantes. El 50% fue empleado fuera de la industria y el 25% restante se trata anteriores comerciantes.



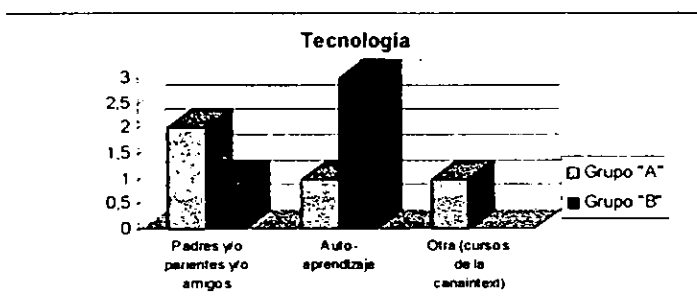
Pregunta 12: ¿Cuál es la razón más importante para entrar en el negocio de prendas de vestir?

El 50% del Grupo "A" realizó un análisis del mercado antes de incursionar en él. El 25% entró al negocio debido a que ya tenía conocimientos al respecto, y la razón del 25% restante es que ya tenían relaciones anteriores con su actual socio.



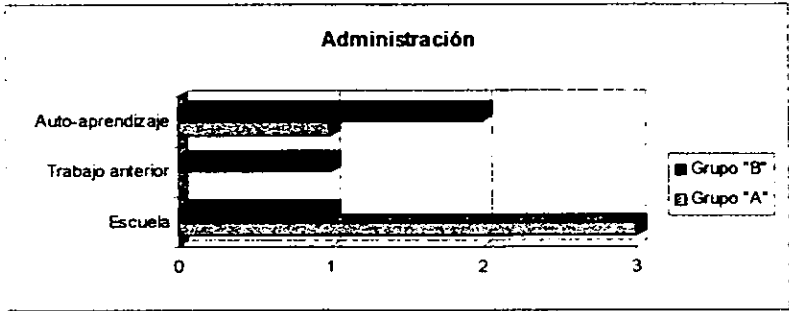
Dentro del Grupo "B", en el 75% de los casos los empresarios ya tenían conocimientos del negocio debido a empleos anteriores o a relaciones con parientes o amigos de la industria del vestido. Mientras que el 25% incursionó en el negocio debido a su relación anterior con el socio.

Pregunta 13: ¿Cómo adquirió la habilidad sobre el uso de la tecnología y sobre el manejo administrativo de la empresa?



El autoaprendizaje es el factor que continúa predominando en el Grupo "B" (75%) y se complementa con la transferencia de la experiencia empírica en el 25% de los casos en que se aprendió a través de los parientes y/o amigos.

En el Grupo "A" también se dan estas dos opciones pero en mayor medida mediante la experiencia transferida por parientes y/o amigos (50%), lo que demuestra que la disponibilidad de aceptar sugerencias y enseñanzas no resulta ofensivo para este grupo. Además anexan una nueva opción que completa el 25% del Grupo "A", y se trata de cursos por parte de CANAINTEX. Lo que indica una mayor inclinación hacia una educación más formal en tal grupo.

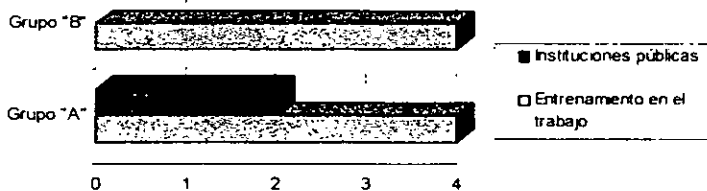


En cuanto a los conocimientos sobre administración, el Grupo "A" inclina la balanza totalmente hacia el mundo teórico de los negocios con un 75% haciendo de su experiencia un complemento entre la teoría y la práctica. Sin embargo el 25% del Grupo "A" aún habla del autoaprendizaje; es decir, de la práctica sin la teoría. Así mismo, el 75% del Grupo "B" obtuvo los conocimientos administrativos mediante la practica: el 50% del autoaprendizaje y el 25% de algún trabajo anterior. Siendo sólo el 25% del grupo de quien los adquirió en la escuela (teoría). Sin embargo cabe destacar que la carrera de éste último caso es Licenciatura en Economía que si bien actualmente su programa de estudios contiene materias administrativas, no está por demás señalar que estas materias son muy generales al respecto.

Pregunta 14: ¿Qué mecanismos de capacitación utiliza para su personal en general?(dos opciones máximo).

La capacitación que sigue predominando en ambos grupos es el entrenamiento en el trabajo. No obstante, la diferencia entre capacitar y adiestrar no es clara en la práctica, ya que lo que en la practica se entiende por capacitación es el que el trabajador sepa operar la maquinaria y equipo de manera rápida para que sea diestro en cuestión de tiempo. Esto es debido a que las tareas de confeccionar se refieren casi a la pura maquila, lo que implica tareas repetitivas y que crean cierto grado de especialización en los empleados. Sin embargo parece ser que dentro del Grupo "A" se comienza a utilizar también la capacitación del personal con apoyo de las instituciones públicas. Actualmente, se puede citar como la institución educativa a nivel técnico que mayor impulso a dado a la capacitación tanto escolar como en la empresa al Conalep.

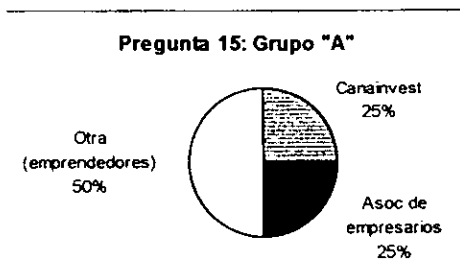
Pregunta 14: ¿Qué mecanismos de capacitación utiliza para su personal en general?



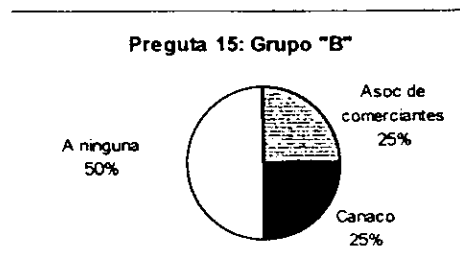
4.3.3. AGRUPACIONES Y PROGRAMAS DE FOMENTO

Pregunta 15: ¿Es miembro de alguna asociación?

Como se recordará, del total del Grupo "A", solo el 25% está registrada ante hacienda, y es precisamente de ese porcentaje el que está afiliado a la Cámara Nacional de la Industria del Vestido; y el 75% pertenece a una asociación de empresarios: 25% a una asociación formal de empresarios orientados a la exportación, y el 50% a una asociación de empresarios de la universidad en la que también estudian.

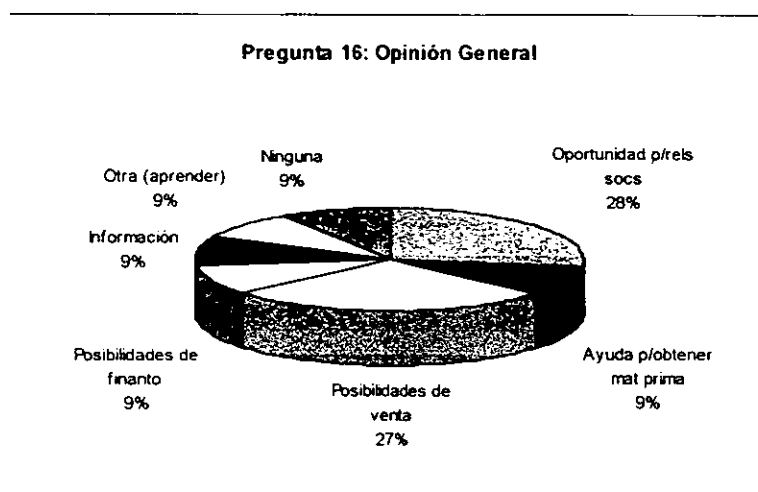


En el Grupo "B", del 50% que se encuentra como una empresa registrada ante hacienda, el 25% pertenece a la Cámara Nacional del Comercio y el otro 25% indica no pertenecer a ninguna asociación. Del 50% de empresas no registradas, el 25% pertenece a una asociación de comerciantes y el otro 25% no pertenece a alguna asociación.



Pregunta 16: ¿Qué tan útiles son éstas asociaciones para usted y su negocio?

De manera global, la opinión que obtuvo mayor porcentaje (28%) fue la oportunidad para relaciones sociales siguiendo en orden descendente las posibilidades de venta con un 27%. El resto del porcentaje se comparte en igualdad de importancia de 9% cada uno: la ayuda para obtener materia prima, las posibilidades de financiamiento, el adquirir conocimientos y, la opinión de que no le son de utilidad en ningún sentido.

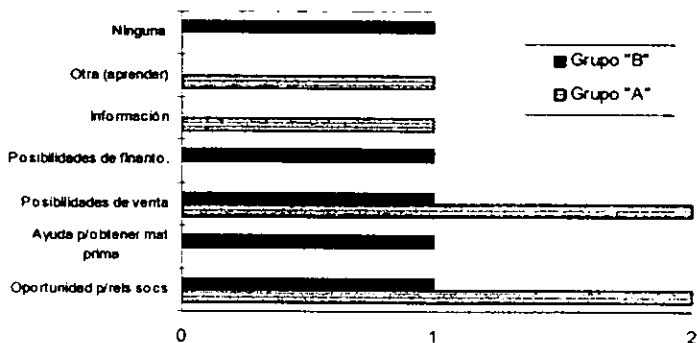


Ahora bien, dentro de las opiniones de quienes pertenecen a alguna asociación, el Grupo "A" se aprovechan estas para oportunidades de relacionarse socialmente y para buscar oportunidades de ventas. Así mismo, las opciones para obtener información y conocimientos (aprender) son valoradas como uno de los beneficios que brindan las asociaciones.

Por otro lado, las opciones que el Grupo "B" ha señalado, van desde ninguna utilidad hasta posibilidad para relaciones sociales en la misma proporción. La suposiciones señaladas son: oportunidad para relaciones sociales, ayuda para

obtener materia prima, posibilidades de venta, posibilidades de financiamiento y ninguna.

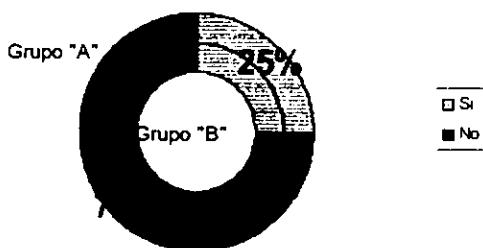
Pregunta 16: ¿Qué tan útiles son estas asociaciones para usted y su negocio?



Pregunta 17: ¿Está usted integrado al SIEM?

Del total de la muestra sólo el 25% pertenece al SIEM, al igual que de cada grupo, es decir, que del Grupo "A" el 25% pertenecen al SIEM al igual que del Grupo "B". En este sentido, se habla de que el porcentaje de empresas registradas del Grupo "A", es el mismo al que pertenece al SIEM. Y que del porcentaje de empresas registradas del Grupo "B", solo la mitad (el 25%) están inscritas al SIEM.

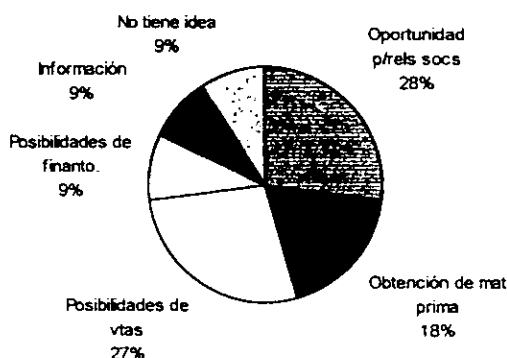
Pregunta 17: ¿Está usted integrado al SIEM?



Pregunta 18: ¿Qué utilidad cree que le puede brindar el SIEM?

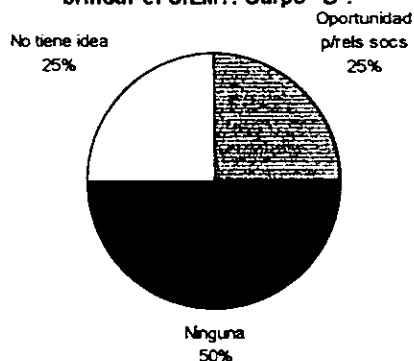
En el Grupo "A" predomina la opinión de oportunidad para relaciones sociales, seguida de la opción de posibilidades de venta y de la opción ayuda para la obtención de materia prima con un 28, 27 y 18% respectivamente. Con un menor porcentaje están las opciones de posibilidades de financiamiento y de información (del 9%), mismo porcentaje que señala que no tienen idea sobre en qué les puede ayudar el SIEM.

Pregunta 18: ¿Qué utilidad cree que le puede brindar el SIEM?: Grupo "A".



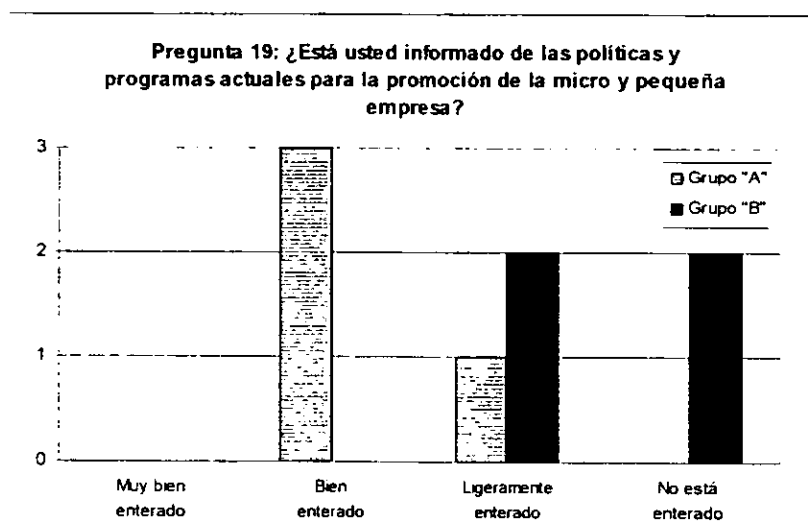
Dentro del Grupo "B", el 25% no tiene idea sobre en qué le puede ayudar el SIEM. Otro 25% opina que le puede dar oportunidad para relaciones sociales y el 50% restante opina que el SIEM no le puede aportar ningún apoyo.

Pregunta 18: ¿Qué utilidad cree que le puede brindar el SIEM?: Grupo "B".



Pregunta 19: ¿Esta usted informado de las políticas y programas actuales para la promoción de la micro y pequeña empresa?

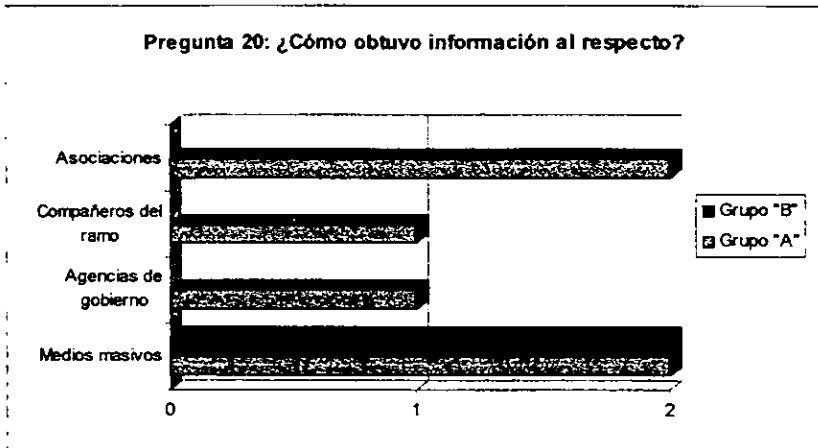
Dentro del Grupo "A", el 75% menciona estar bien enterado de las políticas y programas actuales para promover la micro y pequeña empresa en tanto que el otro 25% dice estar ligeramente enterado. En tanto en el Grupo "B" el 50% dice estar ligeramente enterado y el otro 50% ni siquiera esta enterado.



Pregunta 20: ¿Cómo obtuvo información al respecto?

De las fuentes de información del Grupo "A" al respecto, se tiene: Las dos principales fuentes fueron los medios masivos y las asociaciones, y en un menor grado las agencias de gobierno y los compañeros del negocio.

En el Grupo "B", la única fuente de información han sido los medios masivos de comunicación.



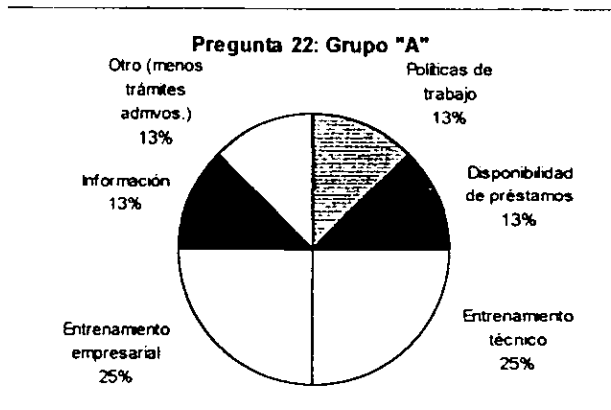
Pregunta 21: ¿Ha participado en algún programa para la promoción de la micro y pequeña empresa?

Del total de la muestra sólo el 12.5% ha participado en algún programa para la promoción de la micro y pequeña empresa, lo que significa que sólo el 25% del Grupo "A" ha utilizado esta herramienta como apoyo.



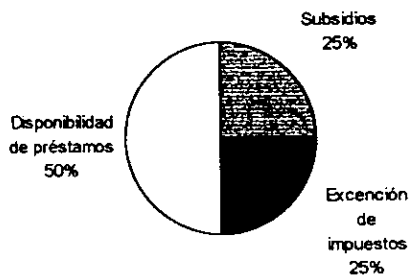
Pregunta 22: ¿Qué políticas para la promoción y desarrollo de la micro y pequeña empresa espera del gobierno?

Dentro del Grupo "A" con una proporción igual y mayoritaria están el entrenamiento técnico y el administrativo es decir, entrenamiento empresarial. Les siguen con un porcentaje similar (13% cada uno): la disponibilidad de préstamos remarcando que éstos sean a tasas internacionales, la difusión y disponibilidad de información, la reestructuración de las políticas de trabajo y salariales, y, menores trámites administrativos para su constitución y operación. No está por demás comentar que en el punto de reestructuración de políticas de trabajo y salariales, el empresario también hizo referencia a lo que se conoce como cultura laboral, factor que apenas comienza a ser tomado en cuenta por el gobierno y trata de reencausar valiéndose de los medios masivos de comunicación.



Dentro del Grupo "B", la disponibilidad de precios (también a tasas internacionales) es la prioridad, así mismo sugieren la excención de impuestos y subsidios con un 25% cada opción.

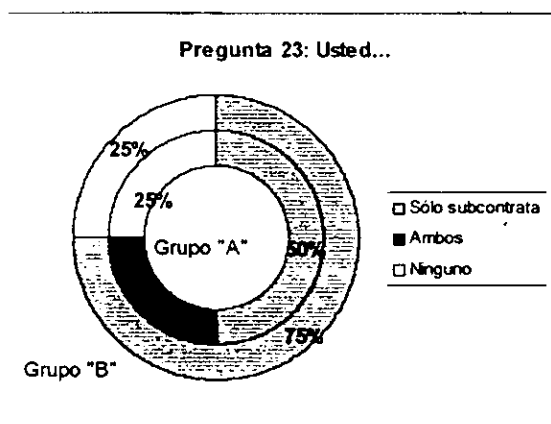
Pregunta 22: Grupo "B"



4.3.4. SUBCONTRATACIÓN

Pregunta 23: Usted...

Sólo el 75% de Grupo "A" participa de este instrumento. Del cual, el 50% sólo subcontrata, y el 25% subcontrata y recibe subcontratos, lo que implica que pertenece a una cadena de producción entre los empresarios de su ramo -más específicamente sus socios, ya que se trata de un participante de la empresa integradora-



Dentro del Grupo "B", el porcentaje que no participa de este instrumento es del 25%, similar al del Grupo "A". Y el 75% sólo subcontrata, lo que habla de una cooperación similar entre microempresarios de cada uno de los grupos. Es decir, el subcontratar a otros microempresarios en la misma proporción en cada uno de los grupos, indica que existe una mayor tendencia a la cooperación entre los mismos microempresarios, con la reserva de una expansión al recibir también subcontratos (25%). Estos es, si los subcontratos que reciben vienen por lo menos de pequeñas empresas, y éstos a su vez subcontratan a microempresarios, entonces se está en presencia de las bases que fomentan el

crecimiento de las microempresas. Lo interesante será observar si el crecimiento se da y/o se dará en el sector formal o informal. Y para influenciar en ello el gobierno y las asociaciones privadas deberán tomar cartas en el asunto. Pero su intervención no debe ser para frenar este crecimiento, sino para encausarlo y lograr también su desarrollo.

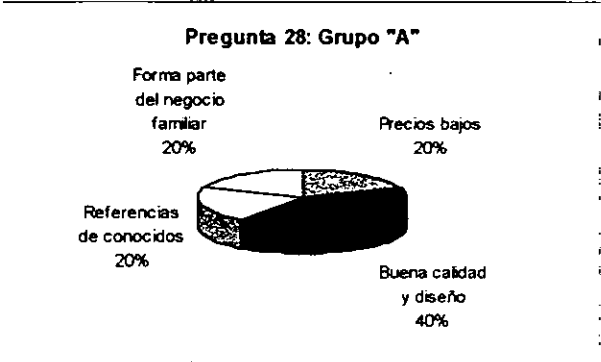
Para la tabulación de las preguntas 24 a 27 se presenta el siguiente cuadro, ya que el porcentaje de quien recibe subcontratos del total de la muestra es del 12.25% (o lo que en otras palabras representa a una empresa del total de la muestra), y cabe destacar que dicho dato es del Grupo "A" tal y como se muestra en el gráfico de la pregunta número 23.

Pregunta	Respuesta	Comentario
24. ¿Porqué recibe subcontratos?	Para incrementar las ventas.	Al parecer, la posición del empresario frente a la subcontratación es impositiva más que por convicción propia, es por ello que sus respuestas resultan contradictorias. Por ejemplo, a la pregunta 24 indica recibir subcontratos para incrementar sus ventas, y en la respuesta a la pregunta 26 indica no recibir mayores ingresos con los subcontratos que sin ellos, y agrega que la única ayuda es en los tiempos muertos (que no implica, desde su punto de vista, una ahorro en los costos).
25. ¿Cuáles son los apoyos que recibe de su contraparte? 26. ¿Le han ayudado a obtener un ingreso mayor a su negocio los subcontratos que recibe, que si no los recibiera?	Ninguno. No: sólo ayuda en tiempos muertos.	
27. ¿Porqué cree que su contraparte escogió a su empresa?	Por la calidad y el diseño que maneja.	

Pregunta 28: ¿En qué se basa para elegir a la empresa a la que le dará subcontratos?

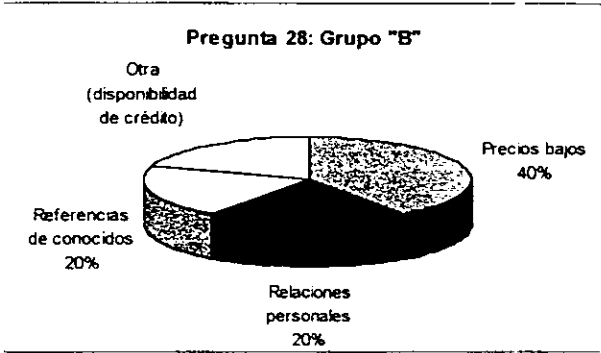
La buena calidad y diseño es el factor que predominó dentro de la opinión de los empresarios del Grupo "A" con un 40%, y le siguen en igualdad de circunstancias

con un 20% cada uno los precios bajos, las referencias de conocidos y el que forme parte del negocio familiar.



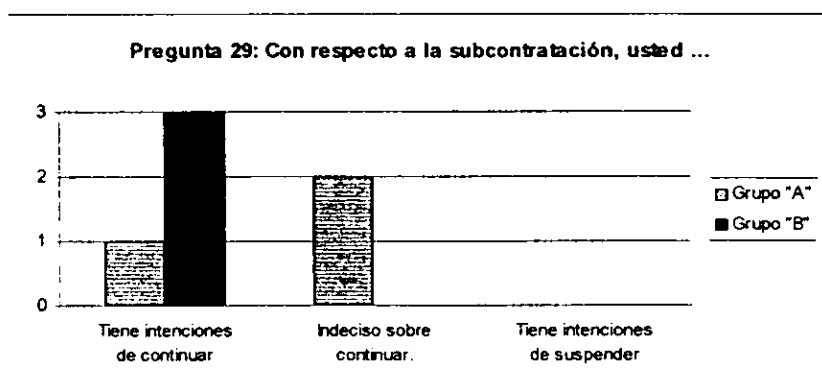
A diferencia del Grupo "A", en el Grupo "B" predomina el factor de precios bajos para elegir a quien subcontratará (con un 40%), seguido de relaciones personales, referencias por conocidos y la disponibilidad de crédito, todos con un 20%.

En este sentido, es notorio que en ambos grupos es el mismo porcentaje (40%) del factor que influye en la elección de la empresas a subcontratar: y se trata de empresas de conocidos o que hayan sido recomendadas por alguno de ellos.



Pregunta 29: Con respecto a la subcontratación, usted...

Aunque en ninguno de los grupos hay intenciones de suspender el uso de la subcontratación, en el Grupo "A" se observa una indecisión sobre continuar debido, entre otras razones, por que la calidad que manejan las empresas a las que subcontrata no satisfacen sus expectativas. Sin embargo en el Grupo "B", el total de quienes se han valido de este instrumento manifiestan su intención de continuar haciendo uso de él.

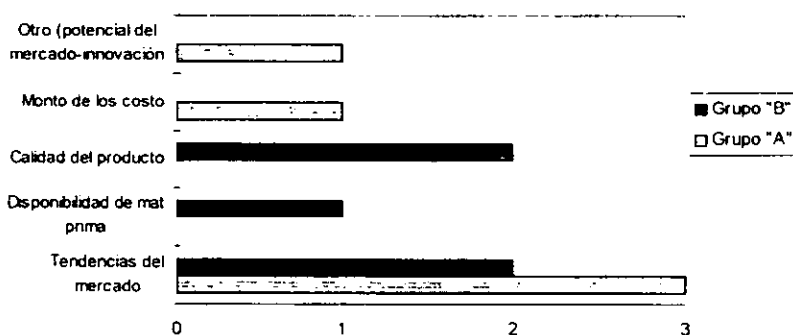


4.3.5. COMERCIALIZACIÓN

Pregunta 30: ¿En qué se basa para planear su producción?

De manera global, el plan de producción se basa principalmente en las tendencias del mercado y como siguiente factor la calidad. Pero mientras en el Grupo "A" predomina el factor de tendencias del mercado y en igualdad de importancia le siguen el monto de los costos y el potencial del mercado e innovación del producto. En el Grupo "B", se ubican con la misma importancia las tendencias del mercado y la calidad del producto, ubicando la disponibilidad de la materia prima como uno de los factores que también influyen para planear la producción aunque no de manera tan relevante como los dos factores anteriores.

Pregunta 30: ¿En qué se basa para planear su producción?



En este sentido, es necesario hacer una aclaración. Y es precisamente en el concepto que de las tendencias del mercado tiene cada grupo. Esto es, en el Grupo "A" las tendencias del mercado abarcan una investigación del mercado y la observancia de los factores económicos, políticos y sociales que envuelven al país. Y el resultado son en su mayoría productos innovadores, como por ejemplo: chaleco de cuatro vistas, una chamarra que también es cazadora, diseños en playeras que fomenten el nacionalismo mexicano, entre otros. En tanto que para

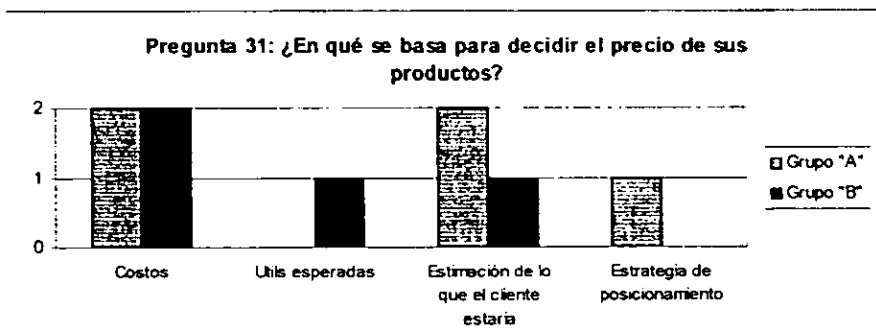
el Grupo "B", las tendencias del mercado son más bien las tendencias que se importan y que la gente adopta por consenso. Siendo el resultado la copia de los productos importados. Y sin duda que esto obliga a hablar de la cultura de la moda entre otros aspectos.

Pregunta 31: ¿En qué se basa para decidir el precio de sus productos? (señale el factor más importante, máximo dos opciones)

En el Grupo "A" son dos los factores que más influyen en la fijación del precio: los costos y la estimación de lo que el cliente estaría dispuesto a pagar y también interviene aunque en menor medida la estrategia de posicionamiento.

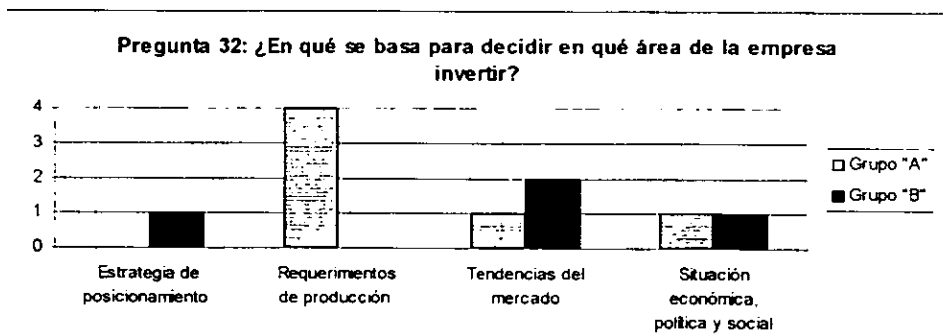
En el Grupo "B" son los costos el factor base para la fijación del precio, y la estimación de los que el cliente estará dispuesto a pagar también es tomado en cuenta a aunque en menor proporción así como el factor de las utilidades esperadas.

Ahora bien, el que de por sí el factor aparezca en nuestra tabulación significa que es relevante, aún a pesar del escaso puntaje acumulado, ya que hay que recordar que no se trata de ver qué factor influye más que otro por que recordemos que todos los factores tienen cierto grado de influencia, sin embargo lo que se trata de demostrar es el grado de inclinación de cada grupo. En este sentido, puede notarse que los costos son en ambos grupos un factor relevante, no obstante en el Grupo "A" también se suma la estimación de lo que el cliente estaría dispuesto a pagar debido en gran parte, a que en su mayoría se trata de productos innovadores.



Pregunta 32: ¿En qué se basa para decidir en qué área de la empresa invertir?

La inclinación del Grupo "A" de observar los requerimientos de producción para decidir en qué área de la empresa invertirán, se explica por la urgencia de hacerse de su propia infraestructura. Tomando en cuenta que el 75% de estos empresarios subcontrata y que de ese mismo porcentaje el 50% esta indeciso sobre continuar. Para lo cual, si deciden no continuar subcaontratando necesitan contar con la maquinaria por la que se ven más orillados a subcontratar. También se aúna a ésta inclinación, la especialización de la maquinaria por tratarse de productos innovadores y que requieren tecnología de punta, como de bordados y estampados por ejemplo; y que precisamente es lo más caro y complicado dentro del proceso de producción de prendas de vestir.



Siguiendo con el Grupo "A" se tiene que los siguientes dos factores que influyen en determinar el área de la empresa a invertir son las tendencias del mercado y la situación económica, política y social del país.

En el Grupo "B", el factor "las tendencias del mercado" determina el área de la empresa en que se invertirá, ya que este grupo funciona al día y su plan de producción también se sustenta en este concepto debido a que ellos copian los productos y no se preocupan de promocionarlos ni de llevar a cabo una estrategia de posicionamiento. Así mismo, la situación económica,

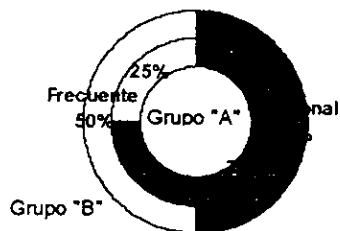
política y social del país les ha dado la pauta para decidir si invierten o de momento se dedican a otra ocupación que no los deje sin recursos.

Por último, el factor de "estrategia de posicionamiento" señalado por el Grupo "B", se refiere sobre todo a la estrategia que la compañía original de la marca está llevando a cabo, misma marca que se está imitando y por lo cual requiere ir a la par con el empuje que la empresa original le da a la marca y sobre todo al producto. Lo cual conduce a pensar que sí contemplan la estrategia de posicionamiento del producto entre los sectores a los que les vende, pero no desarrollan ellos mismos una estrategia de posicionamiento propia ya que los productos son imitación con una marca original que los empuja en cierta forma.

Pregunta 33: La disponibilidad de recursos para la inversión y desarrollo de nuevos productos es...

Grupo "A": En el 75% de los casos es ocasional, debido a la innovación del producto y a la lenta modificación que de la moda se da en México, por lo que los cambios en las tendencias del mercado, teniendo en cuenta que la capacidad de producción, es poca. Se estima que en cuanto haya un giro: éste en primera, no será de 360 grados y en segunda, los productos que manejan son innovadores y de momento no tienen competencia directa por lo que su nicho es hasta cierto punto, seguro.

Pregunta 33: La disponibilidad de recursos para la inversión y desarrollo de nuevos productos es...



Por otro lado, el 25% de los casos del Grupo "A" en que la disponibilidad de recursos es frecuente para innovar, se trata sobre todo de una empresa que no sólo busca hacer mercado en la industria del vestido sino que desea, proyectar el nacionalismo positivo de los mexicanos por medio de las prendas de vestir. Por lo que requiere de ideas nuevas para posicionarse.

Grupo "B": El 50% es frecuente y el otro 50% es ocasional. Esto es debido a que la disponibilidad de capital para asimilar los nuevos productos que son importados debe ser más accesible para "lanzar productos modernos". Aunque por otro lado se tenga que, la posibilidad de asimilar tales productos no es tan accesible debido sobre todo por la restricción del mercado, y ésta situación es calificada como "ocasional".

Pregunta 34:

a) ¿Piensa que su producto es competitivo a nivel nacional?

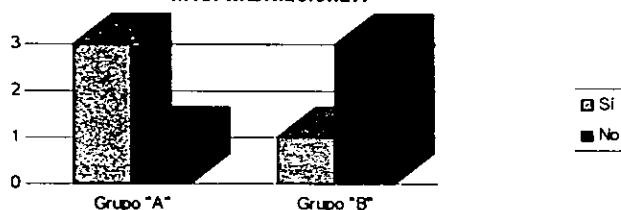
El 100% de ambos grupos opina que su producto sí es competitivo a nivel nacional.

b) ¿Piensa que su producto es competitivo a nivel internacional?

El 75% de los casos del Grupo "A" opina que su producto sí es competitivo a nivel internacional contra el 25% de quienes opinan que su producto no es competitivo a nivel internacional.

Del Grupo "B", sucede lo opuesto. El 75% opina que su producto no es competitivo a nivel internacional en tanto el 25% opina que sí lo es.

Pregunta 34: ¿Piensa que su producto es competitivo a nivel internacional?

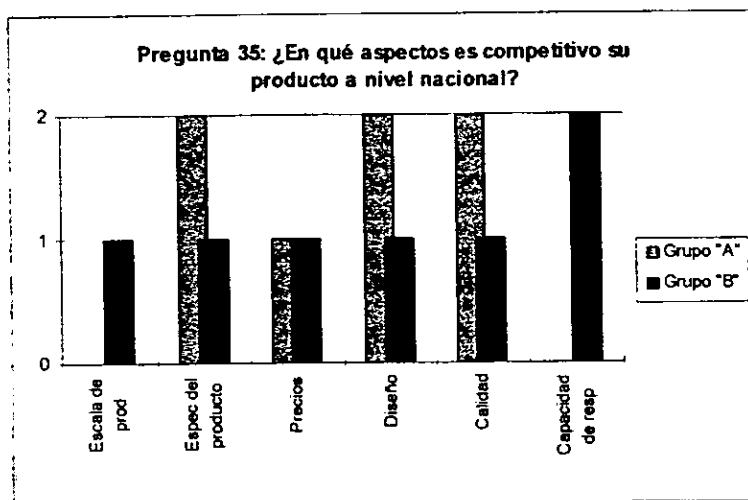


Pregunta 35:

a) ¿En qué aspectos es competitivo su producto a nivel nacional?

Dentro del Grupo "A", destaca la especialización del producto, el diseño y la calidad, dejando un poco atrás sin ser menos importante los precios.

Dentro del Grupo "B", destaca la capacidad de respuesta; en tanto que se igualan en importancia la calidad, el diseño, la especialización del producto, los precios y la escala de producción.



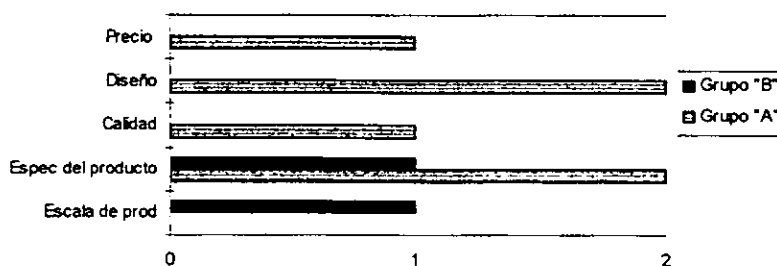
b) ¿En qué aspectos es o no competitivo su producto a nivel internacional?

Dentro del Grupo "A", opinan en mayor medida que su producto es competitivo a nivel internacional por su diseño y por la especialización del producto, además de la calidad y precio. Del 25% de este grupo que considera que su producto no es competitivo a nivel internacional opina, que no lo es por la escala de producción y por la calidad.

Dentro del Grupo "B", opinan que su producto es competitivo a nivel internacional en cuanto a la escala de producción y a la especialización de su producto. Sin embargo, en conexión con la pregunta 38 se descubre que la razón por la que no proyecta su producto a nivel internacional es debido a que el precio no es

competitivo a pesar de estos dos factores que señala como favorables. Por otro lado, del 75% que opina que su producto no es competitivo a nivel internacional, no conocen exactamente en qué aspectos no son competitivos sus productos por lo que no señalan ningún factor al respecto.

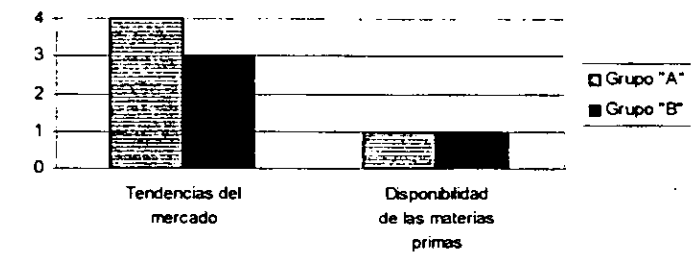
Pregunta 35: ¿En qué aspectos es competitivo su producto a nivel internacional?



Pregunta 36: ¿En qué se basa para el desarrollo de nuevos productos?

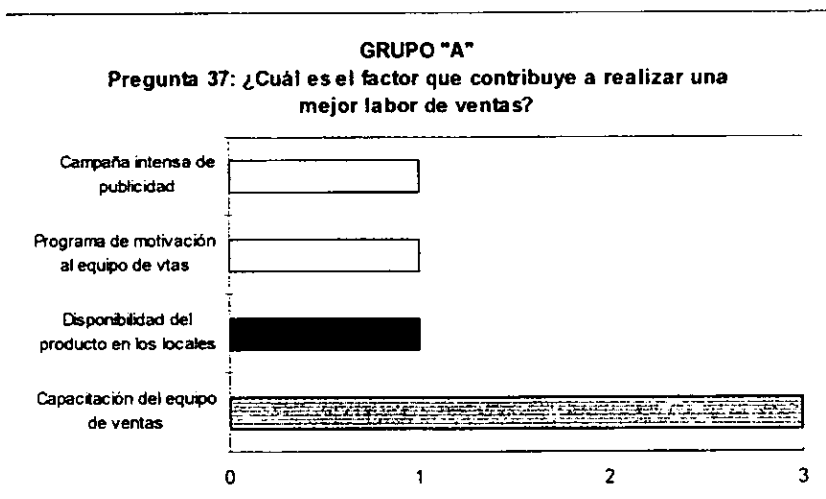
La muestra en global se inclina por las tendencias del mercado. Sin embargo, como ya se señaló anteriormente, el concepto de éste factor es comprendido de manera diferente por cada grupo, no obstante ambos grupos tienen idea de lo que es *ir con la corriente*. También es notorio que la disponibilidad de las materias primas es un factor que afecta a ambos grupos en medida similar para el desarrollo de nuevos productos.

Pregunta 36: ¿En qué se basa para el desarrollo de nuevos productos?



Pregunta 37: ¿Cuál es el factor que contribuye a realizar una mejor labor de ventas?

En el caso del Grupo "B", la opción de "disponibilidad del producto en el local de venta"; es decir, que opinan que los productos se venden solos, fue unánime. En tanto en el Grupo "A" el 75% de los casos opinó que el principal factor para lograr una mejor labor de ventas es la capacitación del equipo de ventas, en tanto el 25% eligió una respuesta combinada por tres opciones, el programa de motivación, la disponibilidad del producto en los locales y utilizar una campaña intensa de publicidad.

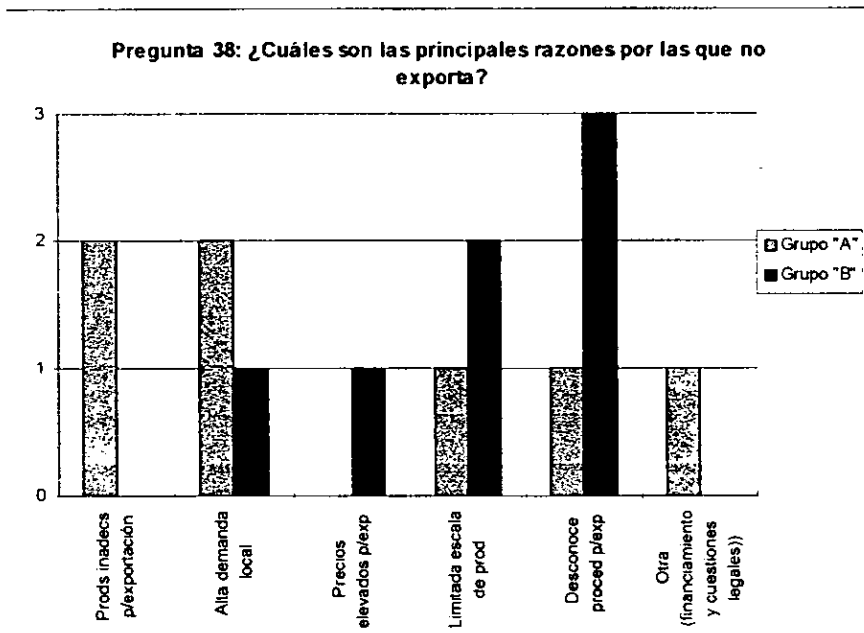


Pregunta 38: ¿Cuáles son las principales razones por las que no exporta?

En el 100% de la muestra el mercado enfocado fue el nacional, por lo que el 100% contestó ésta cuestión de la siguiente manera:

Del Grupo "A", el 75% dio una respuesta combinada y sólo el 25% escogió una sola opción: "otra", (financiamiento y cuestiones legales). De las opciones elegidas en orden descendente, esta primeramente la alta demanda local por lo que el mercado internacional no les interesa y la opinión de que sus productos no son adecuados para manejarse en el mercado internacional, por lo menos por el momento, lo que

da idea de las expectativas de estos empresarios por desarrollar sus productos. Del Grupo "B", también el 75% dio una respuesta combinada y el 25% opinó que no era necesario debido a la alta demanda local. De las respuestas combinadas fueron elegidas tres opciones: "desconocimiento del procedimiento de exportación", la "limitada escala de producción" y, "precio alto para exportar".

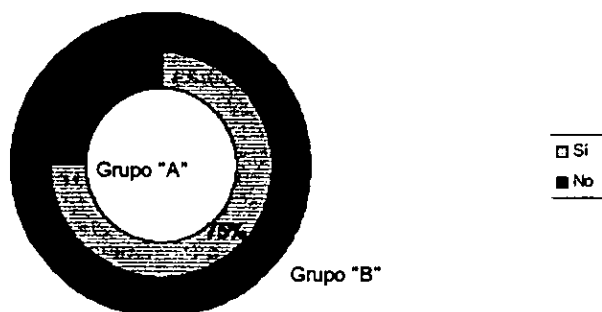


Se puede suponer que la inclinación del Grupo "B" por la opción de "desconocimiento del procedimiento para la exportación" es esperada debido a la falta de educación formal sobre negocios. Pero la interrogante que cabe hacer es ¿cuál es la misión de las asociaciones y cámaras empresariales al respecto? y ¿qué acciones debe tomar el gobierno en éste asunto?

Pregunta 39. ¿Lleva a cabo investigación de mercados?

Es notoria la tendencia del grupo empresarial mexicano en general: dicen guiarse por las tendencias del mercado, sin embargo han identificado mal lo que es el mercado y sus tendencias. Para ellos, las tendencias del mercado es la moda importada que es en cierta medida impuesta a los clientes, en vez de los requerimientos de los clientes. Y esto se ve respaldado lamentablemente por lo que los diseñadores llaman una ausencia de cultura de la moda así como la influencia de conquistados que aún se conserva, ya que la misma "ropa que se impone de moda" importada, conquistadora, y no existe un campo libre en el que se permita el paso a la creatividad mexicana que cree y satisfaga de los verdaderos requerimientos del cliente mexicano.

Pregunta 39: ¿Lleva a cabo investigación de mercados?



No obstante la notoria inclinación al ignorar las tendencias del mercado; como consecuencia de no realizar estudios del mismo que les permitan conocerlas, existe una parte ya importante (el 37.5% del total de la muestra), que en verdad se interesa por conocer las necesidades de sus clientes, y es precisamente que estos empresarios pertenecen al Grupo "A", con un 75% de respuestas afirmativas a esta interrogante.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Con todas las reservas que las fuentes de información analizada puedan suscitar para el estudio de los cambios que se están dando en la estructura de la industria del vestido, y teniendo presente que una cobertura de información para los años de liberalización comercial es sumamente reducida para detectar tendencias definidas, así como la corta edad de las empresas que comienzan a definir una nueva era de empresarios, el análisis que abarca la presente investigación permite formular las siguientes consideraciones:

En cuanto al perfil de la empresa del Grupo "A" con respecto del Grupo "B", se tiene:

1. La edad promedio de las empresas es menor en el Grupo "A", lo que implicaría la escasa experiencia en comparación con los del Grupo "B", así como la ventaja del primer grupo de que se están preparando para las condiciones comerciales actuales y no han adoptado en sus estilos administrativos los "vicios" que la etapa del proteccionismo mexicano han creado en empresarios que vivieron el comercio entonces.
2. Por otro lado, precisamente la escasa edad del Grupo "A" impide detectar tendencias definidas del nuevo estilo administrativo que comienzan a seguir los empresarios de hoy y del mañana.
3. En cuanto a la asignación y coordinación de recursos, es notable el escaso interés en la estrategia de posicionamiento que tienen los empresarios del Grupo "B", esto se debe principalmente a que los productos que ellos elaboran son copia de productos importados y por ello, no requieren de estrategia de posicionamiento en tanto las organizaciones que importan se encarguen de promocionar el estilo de las prendas que ellos *igualan*.

4. Aunque por otro lado, es importante notar que la inclinación del Grupo "A" por tomar en cuenta los factores del mercado es sólo del 50%. Lo que señala la influencia de los factores internos de la empresa para la fijación de objetivos en el 62.5% del total de la muestra. Con esto se marca aún más una visión empresarial *bizca* ya que no acaba por reconocer las necesidades que el entorno comercial actual le exige para continuar vigente.
5. En ambos grupos, continua predominando la importancia sobre otras áreas, la del área de producción. Y apenas comienza a tener relevancia el área de comercialización en el Grupo "A", pero la inclinación del Grupo "B" por el área de ventas muestra la interacción escasa de los diversos factores que manejan este tipo de empresas para lograr el fin comercial: la venta que satisfaga las necesidades del cliente de manera más completa que la competencia.

Respecto al perfil del empresario:

6. Se reconoce en general, que es sumamente importante fomentar la cultura empresarial, tanto por parte de las instituciones educativas de nivel superior como por las asociaciones de empresarios y por el gobierno y sus diversos organismos de que se vale así públicos como privados para el fomento y desarrollo de los estratos micro y pequeños.
7. La falta de formalidad en las empresas y sobre todo en la educación de los empresarios se presta para suscitar ambigüedades como las que se detectaron en las respuestas a la pregunta 8, en que los entrevistados del Grupo "B" no detectan su puesto en la empresa sino como relación directa con el capital que invierten. Es decir, ellos mismos no se ven como empresarios sino como simples comerciantes. Por lo que no les es preocupante el no hacer uso de las herramientas administrativas que ellos juzgan dignas sólo de las grandes empresas.

8. La experiencia anterior de los empresarios, principal apoyo del Grupo "B", se basa en empleos anteriores en la rama o en relación con el comercio de las prendas de vestir. No así sucede con el Grupo "A", en que su ocupación anterior es en su mayoría de estudiante. Sin embargo, la mayoría de los empresarios que no continúan en la rama del vestido con su propio negocio, generalmente se emplean en las grandes empresas, lo que deja en total desventaja a las micro y pequeñas empresas. Sin embargo, esto podría tener solución en la formación de los empresarios que están decididos a conservar su empresa y estar vigentes ante las situaciones imperantes actualmente y en el futuro, si se les proporcionara la capacitación empresarial necesaria para ampliar su visión por medio de programas que desarrollen e implementen sobre todo las asociaciones empresariales y del gobierno.
9. El punto anterior se ve apoyado por los resultados obtenidos en las preguntas 13 y 14. Lo que también refleja la clara desconexión entre la capacitación formal, con apoyo de instituciones públicas y/o privadas, tanto para los empresarios como para los empleados. Este factor puede incrementar en gran medida la productividad de estos estratos. Sin embargo, este punto debe respaldarse con el desarrollo efectivo de las micro y pequeñas empresas, para evitar la alta rotación del personal que ya se capacitó a otras empresas.

En el apartado de agrupaciones y programas de fomento a la micro y pequeña empresa se obtuvieron interesantes y discutibles resultados:

10. Solo el 12.5% del total de la muestra pertenece a la Cámara Nacional de la Industria del Vestido y el apoyo que le brinda es en información. Sin embargo, analizando el caso en particular: el empresario se ubica en el Grupo "A", y en cuanto a la información y aporte que ésta le pueda brindar, sus ideas son vagas y no ve en ello una ayuda que le permita desarrollar efectivamente su empresa.

11. Otro porcentaje similar pertenece a la Cámara Nacional de Comercio, y en este caso el empresario pertenece al Grupo "B" e indica que no le ha sido de alguna utilidad. Con estos puntos se tiene, que el apoyo que brindan las Cámaras Industriales es escaso, y esto se debe en gran medida a que la falta de visión para el fomento de los estratos micro y pequeños viene de los mismos ejecutivos que están al servicio de tales asociaciones. Ya que no existe un apoyo real para estos sectores, quienes ni siquiera están enterados de los programas que se desarrollan para el fomento de sus empresas.
12. El punto anterior se ve apoyado por los resultados obtenidos en las preguntas 13 y 14. Lo que también refleja la clara desconexión entre la capacitación formal, con apoyo de instituciones públicas y/o privadas, tanto para los empresarios como para los empleados. Este factor puede incrementar en gran medida la productividad de estos estratos. Sin embargo, este punto debe respaldarse con el desarrollo efectivo de las micro y pequeñas empresas, para evitar la alta rotación del personal que ya se capacitó a otras empresas.
13. Los apoyos que pueden y deben brindar las asociaciones empresariales son muy poco conocidos, lo que indica que a su vez son muy poco difundidos o bien, no se usa el medio apropiado para darlos a conocer a sus agremiados sin importar la dimensión de los mismos. Algo similar está ocurriendo con el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), en que se denota la falta de cultura empresarial mexicana y la inadecuada comunicación hacia los empresarios de los estratos micro y pequeño. Es importante destacar sin embargo, que existe diferencia entre la cultura empresarial y el espíritu empresarial; sobre todo por la importancia y abundancia que del segundo existe entre los empresarios mexicanos.
14. Por último, es importante destacar lo que los empresarios esperan como apoyo del gobierno, y en este, la total inclinación de los empresarios del Grupo "B" es hacia los recursos monetarios (respuestas a la pregunta 22). En

tanto que en el Grupo "A" se denota la importancia de obtener apoyo en cuando a información y, formación tanto empresarial como técnica entre otros. Esto es relevante, ya que si se considera que el apoyo que durante mucho tiempo ha pretendido dar el gobierno con los apoyos monetarios, es evidente que estos siguen siendo solicitados por la gran mayoría de los empresarios como la solución a sus problemas. Sin embargo, la historia del país muestra que es importante contar con los recursos monetarios suficientes, pero más importante es saberlos administrar para que den frutos suficientes que permitan su propia reproducción y no caer en su mala designación para después solicitar más recursos que serán igualmente irrecuperables.

En cuanto a la importante herramienta de la subcontratación, se obtienen las siguientes consideraciones:

15. La subcontratación podría llegar a ser una herramienta importante para el desarrollo y crecimiento de la industria del vestido y en particular para sus estratos micro y pequeños si se le diera fomento, a la vez, a la cultura empresarial de los mismo estratos.
16. Uno de los factores principales que se deben fomentar son los niveles de calidad, ya que es un punto base en los que se basan los nuevos empresarios (empresarios del Grupo "A"), para elegir a las empresas al subcontratar. Así mismo, la disponibilidad de precios bajos y disponibilidad de crédito son factores clave, para lo cual es necesario el desarrollo de las instituciones financieras para que estén en posibilidades de brindar apoyo a las micro y pequeñas empresas, ya que es notorio que los empresarios están compitiendo con importaciones de empresas que en comparación, son apoyadas en un grado mayor por sus asociaciones y gobiernos.
17. La apreciación de los estándares de calidad manejados por cada uno de los grupos es diferente. Y en tanto que en el Grupo "B" la calidad es manejada como un factor importante para mantenerse en el negocio (respuestas a la

pregunta 7); en el Grupo "A" estiman que la calidad manejada por las empresas que subcontratan, y que bien cubren las características de los empresarios del Grupo "B", es inferior a la esperada sobretodo si consideran competir a nivel nacional con las marcas importadas y aún más si sus expectativas son el mercado internacional.

Respecto a la comercialización:

18. El concepto de "tendencias del mercado" es manejado de diferente manera por cada uno de los grupos, resultado de la formación formal de uno e informal del otro: Para el Grupo "A", el concepto se refiere a las necesidades presentes y futuras de los clientes, esto se refuerza sobretodo en el hecho de que sus productos son innovadores y no imitación de las importaciones (ver resultados de las preguntas 30, 35 y 36). Para el Grupo "B", el concepto de "tendencias del mercado" se refiere a las prendas que ofertan las importaciones y que comienzan a invadir el mercado del vestido, pero que no se basan en estudios sobre las necesidades de los clientes a los que les vende.
19. La industria de la confección y de la moda están divorciadas en la industria del vestido mexicana, y lo que se adopta como moda son las tendencias del exterior y no las propias. Es necesario crear la cultura de la moda y no adoptarla de las importaciones simplemente. En este sentido, notamos que no son solo los empresarios mexicanos los que requieren de una cultura empresarial completa, sino que también el mercado en general requiere de crearse una cultura de la moda auténtica y no dejarse llevar por inclinaciones del mercado extranjero simplemente.
20. La importancia de la moda para la industria del vestido mexicana radica, precisamente, en lo que es el ciclo de vida del producto en la industria del vestido. Si los empresarios de esta industria no toman en cuenta éste factor,

seguirá habiendo productos "antiguados" que no pueden hacer frente a la competencia de las importaciones.

21. A pesar de la instrucción más formal del empresariado del Grupo "A", se obtuvo que la influencia de los factores internos de la empresa tienen un mayor peso en las decisiones de cómo invertir. Por el contrario, en el Grupo "B" reconocen las fuerzas externas a su empresa que influyen en sus decisiones de cómo y cuándo invertir. Esto puede explicarse por la experiencia que el Grupo "B" tiene en el ramo, y que si se combinará con los conocimientos teóricos empresariales, resultaría en la fórmula mágica para hacer frente a la competencia con mejores resultados.
22. Por la poca capitalización que las micro y pequeñas industrias del vestido requieren en comparación con otras industrias, es factible el desarrollo de productos innovadores (referencia: respuesta a la pregunta 33), pero los mismos necesitan el respaldo de estudios de mercado ya que en estos estratos de empresas no pueden darse el lujo de arriesgar una y otra vez innovando a ver cuál funciona. En este sentido, se recomienda el fomento de las empresas integradoras, así como que éstas manejen al mismo tiempo un programa de formación empresarial para sus socios. Con éste instrumento, podrían financiarse y darse a conocer como consorcio más que como una micro o pequeña empresa.
23. La ausencia de organización y coordinación para crear una moda auténticamente mexicana es total. Actualmente se puede identificar como medios de difusión de la moda las telenovelas (Mirada de Mujer promociona a Liverpool por ejemplo), los programas televisivos (el programa dominical de Siempre en Domingo ha sido una crítica de influencia para los artistas en su forma de vestir, la cual es imitada por sus admiradores(as)), y las películas de moda así como los programas televisivos, ambos importados.

Ahora bien, de manera general:

24. Es evidente la relación que existe entre la educación formal y la visión empresarial, sobre todo porque en la mayoría de los casos, el Grupo "A" cuenta, y ha usado, las herramientas que la teoría de los negocios le ha dado para actuar en un entorno abierto a la competencia internacional, con una idea más clara de sus ventajas y desventajas tanto a nivel nacional como internacional.
25. Con base en estos resultados, se comprueba la hipótesis de la siguiente manera: En el Grupo "A" se considera que el 75% de los empresarios ha incorporado el concepto actual de comercialización, que incluye "enfocarse hacia el cliente", a su cultura empresarial (con base en la respuesta a la pregunta 10). Lo cual les ha ayudado a determinar de manera concreta sus fortalezas y debilidades dentro de la actual apertura comercial. Esto se traduce en el buen inicio para hacer frente a las situaciones que impone el actual modelo económico. Si bien es temprano para afirmar que éste es el principal factor para librar las dificultades de la apertura comercial; no es aventurado asegurar que es un verdadero buen principio si reconocemos que la mitad de la solución es saber definir correctamente el problema. Y el detectar sus ventajas y desventajas, y el saber qué necesitan para llegar a ser empresarios exitosos es la mitad de la solución.
26. Así mismo, es importante no subestimar la experiencia acumulada del Grupo "B", pero no debe perderse la oportunidad de combinarla con la capacitación empresarial teórica, solo de esta manera lograremos que el empresariado mexicano tenga las herramientas necesarias para seguir vigentes en el mercado del vestido.
27. Precisamente las condiciones bajo las cuales se verifica la extensión del sector moderno dentro del tradicional exige incorporar la noción de "ciclo de vida del producto", lo que en la industria del vestido implica hablar de la moda. A este respecto, dentro del Programa para el Mejoramiento de la

Productividad de las Industrias Textil y de la Confección, se menciona el compromiso del sector empresarial para evaluar la factibilidad de construir el Instituto Mexicano de la Moda. Sin embargo, los últimos informes obtenidos al respecto son de Junio de 1994, en los que indican estar en la fase de evaluación de factibilidad de la constitución de dicho Instituto. A la fecha, cuatro años después, no hay noticias al respecto. Lo que significa que si casi un lustro ha llevado a los empresarios el tratar de cimentar una base para la cultura de la moda mexicana; entonces, el nacimiento de nuestra propia moda y su promoción aún están lejos.

28. En estas circunstancias, es patente como las micro y pequeñas empresas se acomodan en los resquicios que dejan los mayores productores y son toleradas por éstos últimos en tanto les permiten eludir los peligros de la sobreexpansión. Esto permite enfocar el hecho de que las micro y pequeñas empresas están supeditadas a las medidas y sobre todo grandes empresas. Sin embargo, la unión de éstas puede significar una importante arma no sólo para sobrevivir sino para desarrollarse mediante lo que se ha dado en llamar la Empresa Integradora.
29. Así pues, la micro y pequeña empresa puede ser tan eficiente como la grande, además de ser portadora de grandes ventajas sociales, esencialmente por su contribución a los problemas de desempleo y subempleo, así como a la satisfacción de necesidades de mercados regionales que por su magnitud escapan a las ambiciones de la gran empresa. En este contexto las empresas tradicionales que operan en pequeña escala produciendo sustitutos inferiores en calidad y precio, tenderán a ser relegadas a mercados regionales y subregionales restringidos, y su cuota de mercado podrá mantenerse gracias a las llamadas ventajas de localización u otros factores reconocidos como ventajas comparativas. Esto, claro, con excepción de aquéllas empresas que estimulen su desarrollo mediante la unión de fuerzas, como puede ser la creación de consorcios, y

que con ello consigan no sólo la permanencia en el mercado nacional, sino su participación en el mercado internacional mediante el desarrollo de ventajas competitivas, como la calidad, los diseños, la innovación, etcétera.

30. Ahora bien, traducir lo anterior en políticas efectivas de fomento plantea formidables exigencias intelectuales y políticas. Ya que generalmente se adopta la idea de que es casi imposible formular una nueva política para la promoción de la micro y pequeña empresa. Sin embargo, la enorme cantidad de literatura especializada que se ha producido en el mundo en los últimos años posibilita hacer esto último, enriqueciendo el debate a través de la comparación de la experiencia de distintos países. En este sentido, el desafío consiste en aprovechar la experiencia acumulada en concordancia con la evaluación de las condiciones particulares de nuestro país, para lo cual es necesario un verdadero acercamiento con las micro y pequeñas empresas y formular programas que verdaderamente los beneficien y que sobre todo les sean accesibles.

31. Actualmente, se vive el inicio, del inicio de la nueva era de empresarios mexicanos. No obstante, la simple formulación de metas ambiciosas, junto con la creación de espacios administrativos dotados de recursos financieros no parecen ser suficientes para convertir a la micro y pequeña empresa en una experiencia nacional exitosa. La experiencia internacional parece indicar que la micro y pequeña empresa puede prosperar complementando la gran producción, o actuando en su propio espacio, si existe un conjunto de precondiciones esencialmente de tipo socio-cultural, que cimienten su desarrollo. Sobre esas condiciones es que deberán actuar los responsables de las políticas de fomento, buscando potenciar las ventajas universales de la producción en pequeña escala.

BIBLIO-HEMEROGRAFÍA

- ◆ Alvarez Soberanis, Jaime. *México, retos y oportunidades para el año 2000*. JUS. México 1993.
- ◆ Álvarez, Alejandro y Borrego, John. *La Cuenca del Pacífico*. Volúmenes I, II y III. Editorial. Facultad de Economía, UNAM. Seminario, México 1991.
- ◆ Álvarez, Alejandro y Borrego, John. *La inserción de México en la Cuenca del Pacífico*. Vol. 1 y 2. Facultad de Economía, UNAM. México 1988.
- ◆ Alvaréz, Lucia y González M., María Luisa. *Industria textil, tecnología y trabajo*. Instituto de Investigaciones Económicas, serie: Cuadernos de investigación. UNAM. México 1987.
- ◆ *América-Economía*, núm. 115. México, enero de 1997.
- ◆ Banca Serfin. Área de Estudios Económicos: Estudios sectoriales, industrial textil. México 1991.
- ◆ Banco Mundial. *Informes anuales*, varios números. Banco Mundial.
- ◆ Banco Mundial. *Manufacturing Sector: Situation, Prospects and Policies*. Washington 1979.
- ◆ BANCOMEXT y SECOFI. *Sector textil*. México 1988.
- ◆ Barkin, David. *Un desarrollo distorsionado: la integración de México a la economía mundial*. Siglo XXI, México 1991.
- ◆ Benejam, María Antonieta. *La cuenca del Pacífico, Estados Unidos y la nueva hegemonía mundial*. UNAM, México 1991.
- ◆ Bernal Sahagun, Victor M. *La integración comercial de México a Estados Unidos y Canadá ¿Alternativa o destino?*. Siglo XXI UNAM, México 1990.
- ◆ Blanco Herminio, Bustamante Jorge, Gallardo Juan, et. al.. *Hacia un Tratado de Libre Comercio en América del Norte*. Miguel Angel Porrúa, México 1991.

- ◆ Boon, Gerard Karel. *El mercado de tecnología con referencia a fibras sintéticas, telas y ropa*. CM, México 1984.
- ◆ Brojt, David. *Cómo mejorar la rentabilidad empresarial y ganar competitividad*. Macchi, Argentina 1992.
- ◆ Caceres, Luis René. *Integración económica y subdesarrollo en centroamérica*. Fondo de Cultura Económica, México 1980.
- ◆ CANAINTEXT. *Memorias estadísticas*, 1990.
- ◆ Centro de Estudios Económicos del Sector Privado. *Actividad Económica*. Num. 103. México, Septiembre 1986.
- ◆ Clavijo, Fernando y Casar, José (compiladores). *La industria mexicana en el mercado mundial*. Fondo de Cultura Económica, México 1994.
- ◆ Colegio de Economistas. *Agenda del Economista*, varios números. H. Congreso de Diputados.
- ◆ Comercio Exterior, varios números. México.
- ◆ CONCAMIN. *Industria*, varios números. México.
- ◆ Deil, Sidney Samuel. *Bloques de comercio y mercados comunes*. Fondo de Cultura Económica, México 1980.
- ◆ *Diario Oficial de la Federación*, varias fechas. México.
- ◆ Díaz Muller, Luis. *América Latina y el nuevo orden internacional*. Grijalbo, México 1982.
- ◆ Dirección General de Empleo. *Industria textil y de la fabricación de prendas de vestir*. SIPS, México 1988.
- ◆ Escovar Salomón, Ramón. *América Latina: El juego sin fronteras*. Fondo de cultura Económica, México 1973.
- ◆ Facultad de Economía. *Investigación Económica*, números: 212, 214 y 217. Fac. Economía, UNAM. México 1996.

- ◆ Fajer García, Rafael; Heap S., Allan, et.al.. *La reconversión industrial en América Latina*, tomo XII. Fondo de Cultura Económica. México 1987.
- ◆ Fajnzylber, Fernando. *Las empresas transnacionales: expansión a nivel mundial y protección de la industria mexicana*. Fondo de Cultura Económica , México 1976.
- ◆ Fondo Monetario Internacional. *Estadísticas Financieras Internacionales*. Anuarios 1970-1985 .FMI, Washington.
- ◆ García Reynoso, Plácido. *Integración Económica Latinoamericana*. PESA. México 1965.
- ◆ García Salvador. *Los retos de la competitividad*. Diana, México 1993.
- ◆ Hermino Blanco, Jorge Bustamante, Juan Gallardo, et. al.. *Hacia un Tratado de Libre Comercio en América del Norte*. Miguel Ángel Porrúa. México 1991.
- ◆ Hernández Laos, Enrique. *La productividad y el desarrollo industrial en México*. Fondo de Cultura Económica, México
- ◆ Huerta Arturo. *Causas y remedios de la crisis económica de México*. Diana, México 1995.
- ◆ Huerta G., Arturo. *Economía mexicana: más allá del milagro*. Facultad de Economía, UNAM. México 1991.
- ◆ Huerta, Arturo. *La política neoliberal de estabilización económica en México*. Diana, México 1994.
- ◆ Huerta, Arturo. *Liberalización e inestabilidad económica en México*. Facultad de Economía, UNAM, Diana. México 1992.
- ◆ IBAFIN. *El reto de la globalización industrial para la industria mexicana*. Diana, México 1989.
- ◆ IBAFIN. *Hacia una nueva política industrial*. Diana, México 1988.
- ◆ IBAFIN. *La Cuenca del Pacífico*. Diana, México 1988.
- ◆ IBAFIN. *Tecnología e industria en el futuro de México*. Diana, México 1989.

- ◆ Ibarra Yunez, Alejandro. *Los bloques comerciales y su impacto en México*. IMEF, México, 1990.
- ◆ INEGI-NAFIN. *La micro, pequeña y mediana empresa*. NAFIN, México 1993.
- ◆ INEGI. *Censos económicos*, varios años. INEGI
- ◆ INEGI. *Cuentas económicas del Distrito Federal*. México 1994.
- ◆ INEGI. *Encuesta Nacional de Economía Informal*. Aguascalientes, México 1990.
- ◆ INEGI. *Imágenes económicas: Distrito Federal*. México 1994.
- ◆ INEGI. *La industria textil y del vestido en México, 1993-1995*. México.
- ◆ Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas. *Maquiladoras, su estructura y operación*. IMEF, México 1986.
- ◆ Jensen, Finn B.. *Mercado Común Europeo: Integración económica de un continente*. Troquel, Argentina 1972.
- ◆ Jacobos, Eduardo y Máttar, Jorge. *La industria pequeña y mediana en México*. Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), *Economía Mexicana*: núm. 7. México 1985.
- ◆ Journal of Marketing, October 1972: Daniel T. Sweeney. *Marketing: Management technology or social process*.
- ◆ Kaplan, Marcos. *Corporaciones públicas multinacionales para el desarrollo y la integración de la América Latina*. Fondo de Cultura Económica, México 1972.
- ◆ Kras, Eva. *La administración mexicana en transición*. Grupo Editorial Iberoamérica. México 1993.
- ◆ Ledesma, Carlos A. y Zapata, Cristina I. *Negocios y Comercio Internacional*. Ediciones Macchi, Argentina 1993.
- ◆ Martínez Legorreta, Omar. *Industria, comercio y Estado: Algunas experiencias en la Cuenca del Pacífico*. Colegio de México, México 1991.
- ◆ Mathis, Ferdinand John. *Integración Económica en América Latina: El progreso y los problemas de la ALALC*. Diana, México

- ◆ Mayorbe, José A., Herrero, Felipe, et.al.. *Hacia la Integración Acelerada de América Latina, estudio técnico de CEPAL*. Fondo de Cultura Económica , México 1965.
- ◆ Melul, Sara, et. al. *Impacto de la introducción en la automatización en la industria del vestido*. OIT. México 1985.
- ◆ Mercado García, Alfonso, et.al. *Demografía y Economía*. Colegio de México, XIV:2. México 1980.
- ◆ Nacional Financiera *FOGAIN, principales características y problemas de la industria mediana y pequeña*. México, febrero de 1980.
- ◆ Nacional Financiera. *La política industrial en el desarrollo económico de México*. México 1971.
- ◆ Nacional Financiera. *Programas de apoyo crediticio. Reglas de operación*. México, julio de 1990.
- ◆ NAFIN. *Informe anual*, varios números. NAFIN.
- ◆ Portos, Irma. *Pasado y presente de la industria textil en México: Prolegómenos del TLC*. Nuestro tiempo, México 1992.
- ◆ Puga Espinosa, Cristina y Torres Mejía David. *México: la modernización contradictoria*. Alhambra mexicana, México 1995.
- ◆ Ramón, Simón. *Empresas generadoras de tecnología: administración-innovación*. Limusa, México 1985.
- ◆ Rivera, Jesús, et.al. *Globalización y bloques económicos*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y Juan Pablos Editor, S.A. México 1995.
- ◆ Robbins, L. *The nature and significance of economic sciences*. Mcmillan & Co. 1935.
- ◆ Rubli, Federico (compilador). *México hacia la globalización*. Diana, México, 1992.

- ◆ Ruiz Durán, Clemente y Gutiérrez Soria, Federico. *Propuestas de acción para impulsar el desarrollo competitivo de la micro, pequeña y mediana empresa*. NAFIN, México 1995.
- ◆ Ruiz Durán, Clemente y Mitsuhiro Kagami. *Potencial tecnológico de la micro y pequeña empresa en México*. NAFIN, México 1993.
- ◆ Ruiz Durán, Clemente y Zubirán, Carlos. *Cambios*. NAFIN, México 1992.
- ◆ Ruiz Durán, Clemente. *Economía de la pequeña empresa*. Ariel divulgación, México 1995.
- ◆ Sánchez Ugarte, Fernando; Fernández Pérez, Manuel y Pérez Motta, Eduardo. *La política industrial ante la apertura*. SECOFI, NAFIN, Fondo de Cultura Económica. México 1994.
- ◆ Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. *Informes de la industria*, varios años. SECOFI.
- ◆ Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. *Programa para promover la competitividad de internacionalización de la Industria Textil y de la Confección*. México 1992.
- ◆ Secretaría de Educación Pública. *La industria textil mexicana en el siglo XIX*. SEP, México 1973.
- ◆ Secretaría del Trabajo y Previsión Social. *Industrias textil y de la fabricación de prendas de vestir*. Dirección General de Empleo. México 1988.
- ◆ Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Nacional Financiera, PAI y FOGAIN. *La industria pequeña y mediana en México*. México, noviembre de 1983.
- ◆ Serie: "El mundo del hombre, economía-demografía". *La brecha comercial y la integración latinoamericana*. Siglo XXI, México 1967.
- ◆ Suárez Aguilar, Estela y Rivera Ríos, Miguel Angel. *Pequeñas empresas y modernización: Análisis de dos dimensiones*. Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM. México 1994.

- ◆ Sweedney, Daniel T. *Marketing: Management technology or social process.* *Journal of Marketing.* October 1972.
- ◆ Torrens, R. *The Economist Refuted.* Oddy 1808.
- ◆ Wionczek, Miguel S., et. al.. *Integración de América Latina: Experiencias y perspectivas.* Fondo de Cultura Económica , México 1964.
- ◆ Wionczek, Miguel S. *Intentos de integración en el marco de la crisis latinoamericana.* Colegio de México, México
- ◆ Witker, Jorge. *Asociación Latinoamericana de Asociación (ALADI).* Ediciones Fiscales ISEF, México 1985.

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	TÍTULO	Pág.
1.1	Indicadores del desarrollo desigual en México (1940-1982)	32
1.2	Endeudamiento externo del sector público	35
1.3	Producto Interno Bruto Mexicano 1960-1983	36
1.4	Comparación de grados de apertura comercial de México y otros países	44
1.5	Establecimientos industriales 1993	46
2.1	Nivel de empleo en la actividad manufacturera	64
2.2	Establecimientos y empleo en la Industria Manufacturera	77
3.1	PIB: total, manufacturero, textil y de prendas de vestir (1970-1991)	105
3.2	Participación porcentual en el Producto Interno Bruto nacional por división de actividad manufacturera	107
3.3	PIB manufacturero: tasas de crecimiento anual (1988-1991)	111
3.4	Grado de participación de la micro y pequeña empresa en las divisiones industriales, 1989	112
3.5	Participación de la micro y pequeña empresa por rama de la industria textil y del vestido, 1989	112
3.6	Estructura de costos de la industria del vestido del D.F.	114
3.7	Comparación de sueldos de la industria textil y de la confección en países seleccionados	115
3.8	Número de empresas y personal ocupado en la cadena textil, 1993	117
3.9	Sector formal y sector no formal	120
3.10	Utilización por México de las cuotas de importación en textiles de E.U.	140
3.11	Crecimiento comparativo de la producción, importaciones y exportaciones de la industria del vestido (1985-1992)	142
3.12	Balanza comercial de la industria de la confección	142
3.13	Importaciones de países desarrollados	144

CUADRO	TÍTULO	Pág.
3.14	Establecimientos por tamaño en el sector manufacturero, subsector textil y ramas del subsector textil (1990)	146
3.15	Crecimiento del número de establecimiento pos tamaño en el sector manufacturero, y en las ramas de textiles y prendas de vestir	147
3.16	Crecimiento comparativo del número de establecimientos por tamaño en la rama de prendas de vestir	148
3.17	Crecimiento comparativo de la población asegurada permanente	152
4.1	Número de empresas del vestido en las principales entidades confeccionistas de la República mexicana	162
4.2	Trabajadores empleados promedio por empresa	163

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO	TÍTULO	Pág.
1	Different Orientatios in the History or American Business	26
1-1	México: inflación (1980-1993)	37
1-2	Empresas paraestatales 1982-1993	39
2-1	México: Empleo Industrial	78
3-1	PIB nacional y manufacturero de México (1989-1995)	106
3-2	Industria Manufacturera: Subsectores con producción inferior y superior a la producción de 1981	108
3-3	Estructura del PIB manufacturero (1 ^{er} trim de 1996)	111
3-4	PIB de la industria textil y del vestido por rama, 1993	114
3-5	Arancel promedio ponderado por sector	123
3-6	Participación de la industria textil y del vestido en el comercio exterior	124
3-7	Composición de las exportaciones de productos de la industria textil y del vestido por tipo de bien, 1988-1994	125
3-8	Crecimiento comparativo de la producción y exportaciones de la industria del vestido (1985-1992)	141
3-9	Comportamiento del valor real de las ventas y la producción de la industria textil y de la confección nacional	143
3-10	Crecimiento comparativo del número de establecimientos por tamaño en la rama de prendas de vestir	148
3-11	Crecimiento comparativo de la población asegurada permanente	152
3-12	Crecimiento comparativo de la población asegurada permanente en la industria del vestido por tamaño de establecimientos (1987-1990)	153
3-13	Crecimiento comparativo de la población asegurada permanente en la industria del vestido por tamaño de establecimientos	154