

40421
26

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
" CAMPUS ARAGÓN "**

**"IMPORTACANCIA DE LOS EVENTOS INTERNACIONALES EN EL
COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES MEXICANAS
A LOS ESTADOS UNIDOS EL CASO DE LA INDUSTRIA DE
LA CONFECCION A PARTIR DE 1994 AL 2002**

**T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN RELACIONES
INTERNACIONALES**

**P R E S E N T A :
CLARA PEREZ BONILLA**

**ASESOR:
LIC. ANTONIO REYES CORTES**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

MEXICO, 2003

A



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 MIS PADRES, QUE SON MI LUZ,
LOS AMO.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A MIS PADRES que siempre han creído y confiado en mí incondicionalmente.

Porque han sido mi principal estímulo en la vida y gracias a su apoyo y a sus consejos he logrado salir de este compromiso conmigo misma. Sin ustedes no lo hubiera podido lograr.

A MIS HERMANOS:

Cristina
Francisco
Jesús
Leticia
Lilia
Ysabel

A mi familia en general, por estar conmigo en todo momento, por su ayuda y apoyo que en todos los aspectos siempre me han brindado.

Los quiero mucho a todos.

A MI HERMANA LETICIA con admiración y respeto, por sus consejos, por ser un ejemplo de vida y una gran persona. Sin cambio.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A PABLO por ser una persona tan
especial para mí.
Por su gran apoyo y amor.
Por creer en mí.

A ESTHER por ser la mejor amiga,
por su ayuda incondicional.
A todas las personas que directa o
indirectamente contribuyeron al logro de
una de mis más grandes metas.

A MIS PROFESORES por los conocimientos
que me brindaron, y en especial a mi asesor
ANTONIO REYES por ser un gran amigo
por guiarme, alentarme y por haber confiado en mí
a lo largo de mi carrera profesional.

A LA UNAM por haberme abierto las puertas
y darme la oportunidad de formar parte de
esta gran casa de estudios, que para mí es un
gran orgullo.

SINCERAMENTE
CLARA

0

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1	
LA INSERCIÓN DE MÉXICO A LA DINÁMICA GLOBALIZADORA	9
1.1 LA DINÁMICA GLOBALIZADORA MUNDIAL	9
1.2 LA NUEVA ESTRATEGIA MEXICANA DE COMERCIO EXTERIOR	16
1.3 ESTADOS UNIDOS COMO PRINCIPAL MERCADO PARA MEXICO	24
1.4 LA INDUSTRIA DE LA CONFECCION A NIVEL MUNDIAL	30
CAPITULO 2	
EL INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN, MERCADO MEXICANO FRENTE AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS	38
2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN MEXICANA	38
2.2 LA CULTURA EXPORTADORA EN MÉXICO	47
2.3 LA PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO CON DESTINO A ESTADOS UNIDOS	54
2.4 LA COMPETENCIA INTERNACIONAL EN EE.UU. RESPECTO A PRODUCTOS CONFECCIONADOS	61
CAPITULO 3	
LA PROMOCIÓN AL EXTRANJERO: LOS EVENTOS INTERNACIONALES EN LA INDUSTRIA DE LA CONFECCION MEXICANA EN ESTADOS UNIDOS	70
3.1 LAS HERRAMIENTAS DE PENETRACION PARA COMPETIR EN ESTADOS UNIDOS	71
3.2 BANCOMEXT Y LA CNIV COMO INSTITUCIONES DE APOYO A LA INDUSTRIA DEL VESTIDO	75
3.3 LOS EVENTOS INTERNACIONALES EN LA INDUSTRIA DE LA CONFECCION MEXICANA	83
3.4 PROPUESTA DE PROMOCION A LA INDUSTRIA DE LA CONFECCION MEXICANA EN ESTADOS UNIDOS	94



E

CONCLUSIONES	103
ANEXO 1	113
ANEXO 2	114
ANEXO 3	115
ANEXO 4	116
ANEXO 5	117
ANEXO 6	118
ANEXO 7	119
ANEXO 8	120
ANEXO 9	121
ANEXO 10	125
ANEXO 11	129
BIBLIOGRAFÍA	130
HEMEROGRAFÍA	132
PAGINAS WEB	133
DOCUMENTOS	135
GLOSARIO	137

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

F

INTRODUCCIÓN

A partir de los años ochenta se comenzó a notar una intensa transformación en todo el mundo, en donde se presentaron grandes avances en la tecnología, en las formas de comunicación y en la computación. La economía principalmente apreciaba distintos cambios, como el dejar atrás a un mercado pasivo para entrar a uno abiertamente activo, en donde aparecerían alianzas o bloques de países con el claro objetivo de tener un fuerte intercambio de productos entre ellos.

Como consecuencia, tanto de los cambios y presiones externas, como de las condiciones internas que se vivían en ese momento en nuestro país (el agotamiento del modelo de sustitución de importaciones), surgiría la apertura comercial, que abriría comercialmente las fronteras al extranjero, dando libertad a las transacciones comerciales con otros países. Se introdujo en este nuevo sistema con tropiezos y aciertos y con el mayor esfuerzo posible para competir con naciones más desarrolladas que nosotros y con mayor experiencia en el desenvolvimiento de un mercado abierto.

Tanto las transformaciones externas, como los cambios en nuestra economía, permitirían acentuar la relación estratégica que llevábamos con Estados Unidos, ya que por medio del Tratado de Libre Comercio se consolidaría el vínculo que une a México con nuestro vecino del norte por la geografía y por la intensa transacción económica entre ambos países.

Las modificaciones en la economía provocaron que mientras ahora se era competitivo, quizás mañana no, lo cual significó la necesidad de buscar diversas y nuevas formas de penetrar y competir eficazmente en los mercados internacionales, y en este caso, en el mercado estadounidense.

Es por ello que para desarrollar el tema, es importante tomar en cuenta el papel que desempeña el Banco Nacional de Comercio Exterior en este nuevo contexto, ya que es uno de los principales interesados en encaminar a un mayor número de empresas



hacia la exportación, buscado formas de dar a conocer sus productos en el extranjero, con el fin de que estos gusten y puedan exportarse con éxito.

Por otro lado, este nuevo entorno también asentaría las bases para demostrar que no podíamos depender solamente de la exportación de algunos productos como lo era el petróleo, sino que era necesario que nos enfocáramos hacia otros productos, otros sectores, con los que pudiéramos competir en el exterior. Esta situación comprobaría que los sectores manufactureros, debido a sus características, contaban con estos requisitos; por ejemplo, al buscar sectores con posibilidades para competir en el mercado exterior, se señaló al sector textil y por ende de la confección, debido a su mano de obra barata, y a sus bajos costos de materias primas y en general por la capacidad de desarrollarse en el extranjero con éxito. Sin embargo, a lo largo de la investigación, conoceremos tanto las amplias oportunidades como las considerables limitaciones que posee nuestra industria del vestido.

El problema central de mi investigación, es llegar a determinar si los eventos internacionales (que son un instrumento promocional con el objetivo de acceder y desarrollar mercados, así como crear y mantener la imagen de un país y sus productos, en el ámbito internacional), como parte de la estrategia de promoción al extranjero llevada a cabo por parte de Bancomext en la industria del vestido hacia Estados Unidos, son tan eficaces como se suponen en materia de exportaciones, para penetrar y competir en el mercado.

Es importante estudiar a todos los sectores que conforman nuestra economía, pero en especial me llamo la atención el subsector de la confección, en primer lugar, por el gusto que le tengo a las prendas de vestir, en segundo lugar, debido a la importancia que este subsector significa para todo el sector y en sí para las manufacturas, al ser este, una de las ocupaciones que a generado mayor empleo en todo el sector manufacturero. La industria del vestido resalta por ser el ruco mas fuerte del sector textil, debido a que es ahí en donde se reúnen todas las actividades de esta rama, es en donde se integran los demás eslabones que conforman a toda la cadena textil, por

TESTIS CON
FALLA DE ORIGEN

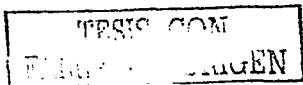
lo tanto es en donde se obtienen mayores resultados o beneficios.

En tercer lugar, la industria del vestido me interesó debido a que por un lado, la mayor parte de las exportaciones del sector textil han sido del subsector, y por el otro, la mayoría de estas exportaciones han sido por medio de maquila, lo cual lo podemos observar al identificar mucha ropa importada de alta calidad que fue hecha en México. Por lo que uno de mis propósitos es analizar a la industria de la confección, con el fin de conocer en donde se encuentran los errores, ¿por qué, si podemos importar prendas de buena calidad hechas por nuestras propias manos, no podemos producirlas para exportarlas?

Mi investigación se centra en relación a Estados Unidos, porque a pesar de nuestra cercanía geográfica con este país, no tenemos grandes exportaciones de la industria del vestido que no sean por vía maquila, y creo que sería conveniente mantenernos en una mejor posición respecto a este subsector, debido a la corta distancia que nos separa a comparación de otros mercados, y a que es Estados Unidos uno de los más grandes consumidores e importadores de ropa.

Por otro lado, me enfoqué hacia la promoción que se da al exterior por parte de Bancomext, y en especial me orienté hacia los eventos internacionales, porque son estos en donde se dan a conocer directamente los productos y se puede notar la eficacia y el impacto que pueda tener en el público extranjero. Es importante conocer la influencia que posee el gobierno sobre las exportaciones que podríamos tener en el exterior.

La investigación involucra directamente a los eventos internacionales como medio para difundir nuestros productos de confección, y con ello, estos se puedan vender en el extranjero, lo que pertenece directamente al comercio exterior como una de las especialidades de las relaciones internacionales.



De forma que, mi objetivo principal es analizar la importancia de los eventos Internacionales en la Industria de la confección mexicana, a fin de mejorar la competencia de nuestro país, para lograr una mayor presencia en el mercado estadounidense, determinando si este tipo de promoción al exterior da resultados y si es necesario estímulos o un mayor apoyo en este aspecto para enfrentar las desventajas que actualmente tenemos. Asumiendo la idea de que estos apoyos realmente dan resultados, y de manera importante, en cuestión de las exportaciones.

Entre los objetivos más importantes de la investigación se encuentran: conocer la dinámica comercial de la Industria del vestido a partir de la inserción de México al nuevo sistema llamado globalización; analizar y comprender la problemática actual de intercambio de productos confeccionados entre México y Estados Unidos; distinguir los instrumentos con los que cuenta la Industria de confección mexicana para competir en Estados Unidos, resaltando el Tratado de Libre Comercio con América del Norte como principal herramienta; ubicar la importancia de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido así como de Bancomext como apoyo a la industria; ubicar y evaluar la importancia de los eventos Internacionales, como estrategia de promoción al extranjero en la industria mexicana hacia Estados Unidos.

Por lo que la hipótesis de la tesis es que: El desarrollo de estrategias de promoción, como son los eventos Internacionales, basados en las necesidades del sector empresarial, y sustentadas en los instrumentos de apoyo del gobierno federal, permiten que se incrementen las exportaciones de productos de confección mexicanos hacia el mercado estadounidense.

De manera que para realizar la investigación y con el fin de alcanzar mis objetivos, me apoye en la teoría de la globalización, que de acuerdo con Octavio Ianni en la dialéctica de la globalización, a fines del siglo XX se reabrieron espacios y fronteras; se generalizan políticas de desregulación, privatización, apertura como flujo libre de las fuerzas productivas, tal y como ocurrió en nuestro país.

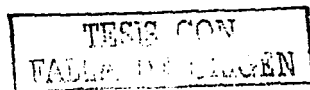
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tome como referencia esta nueva etapa, este cambio, para establecer las bases y a partir de ello apreciar las transformaciones que había tenido el mundo, nuestro país, nuestra economía, el sector textil, la industria y por supuesto, el comportamiento de este último en la economía.

Octavio Ianni afirma en su teoría, que los medios de comunicación y transporte están cada vez más apoyados en técnicas electrónicas, lo cual quiere decir que agilizan la información o intercambio, es decir, reducen las distancias, modifican los tiempos de dirección. Estas innovaciones crean la posibilidad, como el mismo lo dice, en muchos casos de producir mercancías completa o parcialmente en cualquier lugar del mundo, esto claro que se aplica directamente en la industria del vestido.

Estoy de acuerdo con este autor en que las industrias nacionales han sido suplantadas por nuevas, en donde ya no emplean materias primas indígenas sino llegadas de las más lejanas regiones del mundo y cuyos productos se consumen no solo en el propio país, sino en todas partes del mundo. Las nuevas necesidades reclaman para su satisfacción productos de los países más apartados.

En general en la teoría de la globalización, el punto de la interdependencia de las naciones es directamente aplicable a mi tema, debido a que marca claramente que en lugar de antiguo aislamiento, se establecen un intercambio universal, una interdependencia internacional de las naciones, todo se vuelve interdependiente, cualquier parte del mundo repercute en todo el mundo, todo parece depender de todo, en donde las fronteras son continuas o periódicamente rotas rebasadas o disueltas y se anulan los espacios de soberanía para todas las naciones. Esta situación nos hace reflexionar para afrontar el futuro con éxito, ya que a partir de ello, surgieron y se agilizaron nuevas formas de penetrar en los mercados extranjeros, como por ejemplo, estos podrían ser los eventos internacionales, que son una clara muestra de que las fronteras se hayan roto, ya que es en donde se reúnen personas de distintos países y se sitúa una intensa interdependencia entre los participantes, entre las naciones.



La investigación se basa en cifras estadísticas, en información que describe el nuevo sistema, los cambios que sufrió nuestro país, nuestra economía, la relación que tenemos con E.U.A, la situación que vive la industria en el mundo, en México y en Estados Unidos, resaltando principalmente los problemas que actualmente se viven en este subsector, y por supuesto la importancia de la promoción al extranjero, como son los eventos internacionales para nuestra industria.

La información, específicamente, del último capítulo, se consultó en la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, donde únicamente se conseguiría información acerca de ese organismo, desgraciadamente no se obtendrían datos sobre el objetivo principal (los eventos internacionales), ya que este pertenecía más directamente a Bancomext. Me dirigí a la biblioteca del Banco de Comercio exterior, sin lograr resultados precisos. Por último, antes de dejar mi trabajo incompleto, consulte Internet, en donde logre encontrar el directorio del personal de Bancomext, y es ahí donde a pesar de ciertos contratiempos como la imposible información vía telefónica, logre comunicarme al área de eventos internacionales, en donde muy amablemente el gerente de eventos internacionales el Lic. Mauricio A. Farrugia Santurtun finalmente me citaría para proporcionarme la escasa información, con la que contaba, acerca de los eventos internacionales programados y realizados desde 1994 al 2002, en todo el sector textil.

En general existe escasa información sobre los eventos internacionales en la biblioteca de Bancomext, poco acceso por parte del personal de Bancomext si no se es empresario o comerciante, e inacceso en comunicación vía telefónica.

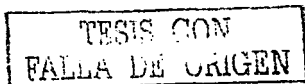
Me hubiera gustado obtener mayores resultados, mas claros y concretos desde 1994 a la fecha sobre las empresas de la industria del vestido que asistieron a los eventos y de sus exportaciones o ventas, con el fin de complementar mi investigación, pero desafortunadamente no hay información precisa, no existen suficientes fuentes al alcance de nosotros, ya que obtuve datos limitados de esta promoción al extranjero, únicamente de 1 año, 2001 y no desde 1994 como yo lo esperaba.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El trabajo se conforma de tres capítulos, el primero titulado Inserción de México a la Dinámica Globalizadora, es en donde se plantea el marco teórico, es en el cual se exponen las bases para desarrollar los objetivos, para comprender el cambio que se vivió y se sigue viviendo; se explican las transformaciones que surgieron en todo el mundo, los orígenes que tuvo el nuevo sistema llamado globalización, sus beneficios o logros, así como sus contradicciones. Se establece, el modo, de cómo México se adaptó a este nuevo sistema, los cambios que tuvo que hacer en su economía, y los resultados que se obtuvieron de ello. Se va a identificar el nuevo rumbo que tomó el país a consecuencia de la apertura comercial y a partir de ello se comprobó la importancia que tuvo para México, la relación con Estados Unidos. El último punto se refiere a la industria de la confección a nivel mundial, es decir, la percepción de la industria en el mundo, los cambios que han mostrado distintas regiones, los problemas que preocupan a la industria en general, como son las condiciones en las que se trabajan en las maquiladoras. Se fijarán las tendencias mundiales que se esperan para la industria del vestido en el futuro.

En el segundo capítulo se mencionarán las características, como una breve descripción tanto de la industria del vestido Mexicana como de la Estadounidense, a partir de 1994 a la fecha, con el fin tener un panorama más amplio de la situación que se vive actualmente en este subsector, tomándose en cuenta las principales limitaciones. Al mencionar las características de la industria de la confección de Estados Unidos se plantean las bases para confrontar a los dos subsectores y poder tener una clara perspectiva de cómo competimos y podemos competir en un futuro. Por último se reconocerá tanto a los diversos países con los que competimos a partir del Tratado de Libre Comercio, como con los que enfrentamos actualmente respecto a los productos confeccionados en el mercado de Estados Unidos, así como también se identificará la posición que ocupamos respecto a otros países del mundo y con los que tenemos una clara competencia.

Finalmente en el tercer y último capítulo, se ampliarán las características ya mencionadas de nuestra industria, resaltando las herramientas con las que contamos para competir, destacando el papel que tuvo el Tratado de Libre Comercio con



América del Norte, como instrumento de apoyo al periodo posterior de la apertura comercial. Se llevara acabo un resumen de las actividades que realizan tanto la Cámara de la Industria del Vestido así como de Bancomext en apoyo a la industria; posteriormente se hará una análisis de los eventos internacionales para apreciar los resultados que se tienen y con base en ellos dar una propuesta que favorezca a mejorar la entrada de nuestros productos al mercado de Estados Unidos.

De tal manera que tendremos los fundamentos, que en definitiva, nos indiquen la importancia de los eventos internacionales, como parte de la promoción al extranjero, por parte de Bancomext, así como que influencia tienen estos sobre las exportaciones de prendas de vestir hacia Estados Unidos, con base en el marco de la globalización, a través de las cifras o información obtenida por el área de eventos internacionales del Banco de Comercio Exterior.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO 1: LA INSERCIÓN DE MÉXICO A LA DINÁMICA GLOBALIZADORA

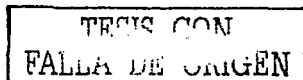
Tanto los problemas como los importantes logros que se vinieron dando desde antes de la década de los ochentas, fueron los aspectos que comenzaron a caracterizar un nuevo sistema. Entre los grandes problemas podemos mencionar: la profundización de conflictos bélicos (causados por la identidad étnica o racial), la expansión de epidemias que amenazan la población del planeta, como lo es el SIDA, la agudización de la miseria y el hambre en muchos países, entre otros. Dentro de los importantes logros tenemos el caso de los avances en materia de salud y educación, éxitos impresionantes en la ciencia y la tecnología, fin de dictaduras militares, transformaciones políticas y sociales, entre otros aspectos.

Nuestro mundo, todos y cada uno de los países, comenzarían a cambiar radicalmente a partir de la aparición de este nuevo sistema, especialmente en el aspecto económico, que es en donde se darían mayores transformaciones, cambiaría la forma de relacionarnos con el mundo exterior, tomando nuevas direcciones.

Considero que esta nueva dinámica es el punto de partida para entender lo que sucede en la época actual, tanto en la economía, como en cada uno de sus sectores que la conforman.

1.1 LA DINÁMICA GLOBALIZADORA MUNDIAL.

La globalización es la fase actual de lo que ha sido todo un proceso histórico, que se fue dando poco a poco a consecuencia de diversos cambios políticos, económicos y sociales.



Como una breve introducción, Ernesto Saldívar nos da una perspectiva de los orígenes de la globalización:

"Los orígenes del fenómeno se remontan a las dos décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, en las cuales los países industrializados de Norteamérica, Europa y Asia alcanzan tasa de crecimiento del PIB, tres veces superiores que en los 130 años precedentes, lo que a su vez provocó una gran expansión en el ámbito mundial de las transacciones comerciales de dichos países. Con el fin de regular las crecientes relaciones comerciales, los países en cuestión generaron una estrategia económica y política de liberar todas las barreras al libre comercio, implantadas por la Estrategia de Substitución de Importaciones. Producto de ello son las negociaciones del GATT, la creación del FMI y el Banco Mundial, las áreas de libre comercio regionales, etc."

Teniendo un panorama general de los inicios de la globalización, veremos a continuación los significados de este proceso.

Se puntualiza por Globalización, según el diccionario de Comercio Exterior, como: "Un enfoque de dirección tendente a internacionalización de las empresas desde sus sedes locales originarias."²

En otro término, según, Michael P. Todaro es: "La Integración creciente de la economías nacionales en Mercados Internacionales en constante expansión."³

De una forma más completa, según Octavio Ianni:

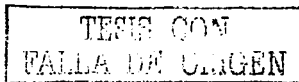
"La globalización puede así ser definida como la intensificación de las relaciones sociales en escala mundial que ligan localidades distantes de tal manera que los acontecimientos de cada lugar son modelados por eventos que ocurren a muchas millas de distancia y viceversa (...) Es un juego de relaciones, procesos y estructuras de dominación y subordinación, integración y contradicción, soberanía y hegemonía, que configura una totalidad en movimiento, compleja y problemática. Se trata de un universo múltiple, una sociedad desigual y contradictoria (...)"⁴

Octavio nos menciona que la globalización puede identificarse porque existe:

¹ Saldívar Ernesto. La Globalización como Estrategia de Desarrollo. p 2 www.iatacu.com
² Pujol Bengochea. Bruno (coordinador). Globalización. Diccionario de Comercio Exterior. Brosmac Cultural, España. 2000

³ P. Todaro. Michael. "Globalización". Economic Development, Addison Wesley Longman, EE UU., 2000.

⁴ Ianni, Octavio. Teorías de la Globalización. siglo XXI editores. México, 1999. pp 163-166



*"el juego de las relaciones entre países: diplomacia, alianza, pacto, paz, bloque, bilateralismo, multilateralismo, integración regional, cláusula de la nación más favorecida, bloqueo, (...) cualquier parte repercute del mundo repercute en todo el mundo (...) el mundo debe ser visto como un conjunto de naciones y regiones que forman un sistema mundial mediante acuerdos de interdependencia (...) todo parece depender de todo (...) Las fronteras se fragmentan (...) Los medios de comunicación, información, transporte y distribución, así como los de producción y consumo se agilizan universalmente. Los descubrimientos científicos, transformados en tecnologías (...) se difunden por el mundo."*²

La globalización es un proceso donde el comercio mundial se ha ido dividiendo en diferentes bloques económicos regionales, reduciendo barreras arancelarias (con el fin de conseguir ventajas compartidas) dando paso a la mayor rapidez en transferencia de tecnología, así, como a las comunicaciones que se van acercando a todos los rincones del planeta con mayor velocidad.

Y respecto a los bloques que se formaron, Rafael Velásquez nos aclara cuales fueron.

*"Respecto a los bloques regionales, tres fueron los que destacaron: la consolidación del proceso de integración en Europa, el nuevo dinamismo de la Cuenca del Pacífico Asiático y el surgimiento del bloque comercial en América del Norte al firmarse un tratado de libre comercio entre Estados Unidos y Canadá."*³

La promoción de alianzas estratégicas fue la forma de actuar de los diferentes mercados, era casi un requisito que se tenía que llevar a cabo, ya que aparte de que los organismos internacionales tales como el Fondo Monetario Internacional (FMI), lo imponían a cambio de préstamos, disfrazándolo en la justificación de un beneficio, una posibilidad de desarrollo para todos, resaltando principalmente que era una posibilidad para los países en desarrollo; además al quedarse fuera de los círculos o alianzas de países, las economías de los estados hubieran sido muy vulnerables, ya que las condiciones económicas que predominaban en cada país, en gran medida dependían de lo que ocurriera en la economía mundial globalizada.

² Ianni, Octavio, Op. Cit., pp. 47-49, 140.

³ Velásquez Flores, Rafael. *Introducción al estudio de la política exterior de México*. Nuestro Tiempo, México, 1995 p. 163.

La mayoría de países, y mayormente de América Latina no se aisló y opto por exportar e importar abiertamente; en otras palabras no le quedaba otro camino si quería la ayuda extranjera para los problemas internos que se tenían en ese momento y se opto por la negociación la cual dio como resultado que no beneficiara a todos por igual.

Entre los elementos que contribuyeron a acelerar la globalización principalmente se encuentra la revolución tecnológica, que es la que más ha contribuido a la transición de este período, habiendo en sus cambios cuatro muy importantes:

1. La computación; su desarrollo ha favorecido a cambiar la forma de vida, pasando a ser uno de los artefactos comunes en la vida cotidiana y más aun en los países industrializados.
2. Las nuevas formas de comunicación, que se han transformado potencialmente, este es el caso de cambios en la aviación, en la telefonía celular/ satelital, con nuevos aparatos como es el fax.
3. El diseño de nueva maquinaria e insumos, es otro cambio que se percibe.
4. La ingeniería genética, por supuesto, esta ha producido descubrimientos tales como la identificación de genes dañinos para permitir avances valiosos en el control de enfermedades como es el cáncer, así como también ha ayudado a fortalecer variedades de productos agrícolas provocando la resistencia hacia las plagas, impulsando una mayor producción.⁷

El mismo cambio tecnológico ha originado la desintegración de la producción, lográndose percibir como la decisión de poder producir dónde y cuándo convenga más, consiguiendo mayor movilidad de bienes, servicios, dinero, personas e información, logrando las mayores ventajas posibles para los actores económicos participantes, entre ellas la reducción de costos.

⁷ Elementos que han contribuido a acelerar los procesos de globalización", p.1
www.wepccm/-clacs/globalización.html También consultar en Ianni Octavio, Op.Cit.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La tecnología también ha redefinido el papel de los países proveedores de materias primas, ya que como consecuencia de la globalización ya no importa si se producen ciertas materias primas o no en el propio país, sino que ahora se puede proveer de los países que precisamente las producen. Por ejemplo, en la industria de la confección, ya no importa que cierto hilo, botón, cierre, tejido o tela no se produzca en México, sino que ahora con los avances de la tecnología causados por la presencia de la globalización (computación, comunicación), podemos estar cada vez más cerca, rápida y eficazmente de cualquier país, de las materias primas o insumos que nos hagan falta por muy lejanas que estas estén.

Han sido importantes estos desarrollos, ya que han agilizado y satisfecho el control de la distancia, disminuyendo la importancia de la geografía.

En síntesis, a la globalización la podemos ubicar claramente por la dinámica de la economía contemporánea, por el incremento de operaciones en las empresas transnacionales, por la revolución tecnológica, lo cual ha permitido que se acrecenté cada vez más la tensión social al interior de cada país, así como entre los distintos países, a consecuencia de que el estado se haya vuelto menos autónomo⁸ y haya disminuido su control sobre los procesos políticos, sociales, principalmente sobre los asuntos económicos que se producen dentro del territorio.

En otras palabras, la globalización afectó la importancia y el papel del estado (tomando un nuevo papel, con mayores condiciones y mayores responsabilidades), mostrando su debilitamiento y con ello la reducción de servicios provistos por él, pasando a una mayor intervención de instituciones financieras internacionales, tales como el FMI y el Banco Mundial; de igual manera, coadyuvo a que los organismos internacionales tuvieran un mayor espacio de acción y que los regímenes internacionales se fortalecieran principalmente en áreas de seguridad interestatal (desarme, proliferación nuclear, control de armamentos etc.).

⁸ Después de consultar diversas fuentes, no encontramos que las autoridades nacionales siguen conservando diferentes grados de autonomía. Entre otros aspectos ha influido el tamaño y el grado de apertura de la economía que hayan tenido los diferentes estados para que en algunos de ellos se observe mayor autonomía que en otros.

Para América Latina y el Caribe, que son una región que recibe los cambios y no los genera, ha sido muy difícil integrarse a este mundo interdependiente, ya que anteriormente el estado había sido la entidad política más importante para enfrentar los diversos problemas que se vivían independientemente y ahora este ha dejado de ser la forma más adecuada para afrontar la gran mayoría de las nuevas realidades, desafíos y problemas.

En términos generales, se produce una modificación en los mercados internacionales, se comenzó a notar un ascenso jerárquico en la economía internacional de algunos países que antes pertenecían al tercer mundo como es el caso de China, los tigres asiáticos y algunos países latinoamericanos.

La globalización se convierte en un fenómeno contradictorio, porque a pesar de que tiene vitalidad y fuerza, es decir, ha abierto grandes oportunidades de negocios y las puertas para que los países pobres puedan vender en los países ricos, no hay garantía de éxito, ya que la competencia es fuerte y las desigualdades para competir son tan grandes, que aunque se quiera combatir la pobreza de los países, otros más competentes ganan el camino en el comercio internacional, percibiéndose una mayor brecha entre los países desarrollados y subdesarrollados; trayendo como consecuencia mayor desempleo, crecimiento de la pobreza, mayores flujos migratorios hacia los países ricos y una notable exclusión social de grupos.

Un ejemplo de dicha exclusión, consecuencia de la concentración de riqueza en unos cuantos, la encontramos en la revolución tecnológica, ya que los beneficios no los disfrutan la mayoría de la gente, debido a los escasos recursos con los que cuentan. La exclusión social, ha provocado que se incremente la desigualdad de la población mundial y la marginación de diversos sectores.

La globalización solo ha beneficiado a los que tienen la capacidad de competir y exportar, y como ejemplo tenemos a Latinoamérica que solamente exporta partes de automóviles, productos agrícolas, es decir la industrialización básica de materias primas, productos con mano de obra intensiva, mientras que sus compras o sus

importaciones incluyen bienes de consumo y de capital como nuevos productos, computadoras etc.(productos más caros), todo ello daba como resultado un intercambio deficitario, debido a la diferencia de precios; al mismo tiempo que se iba ampliando la brecha tecnológica entre la región y los países con capacidad para exportar productos con mayor valor agregado.

Aparte de que la región exportaba productos más baratos o de baja elaboración en comparación con los que importaba, en la mayoría de los países también se notaba una caída en la capacidad para exportar y un incremento para importar. Es lo que nos demuestra la Universidad de Buenos Aires con la siguiente cita:

"Aunque las exportaciones de la región pasaron del 14% al 23% del PBI regional entre 1980 y 1995, los precios de los productos declinaron y el ingreso adicional finalmente obtenido fue insignificante. Las importaciones aumentaron 127% entre 1990 y 1996 frente a una suba del 76% de las exportaciones. (...)la participación latinoamericana en el comercio mundial cayó en 1995 a sólo el 3.6%. (...)"²

Las empresas tenían que intentar penetrar los nuevos mercados, atendiendo aspectos de calidad y precio en los productos para ser competitivos y con el fin de satisfacer a los clientes extranjeros para obtener éxito en el comercio internacional; fundamentalmente para los productores o empresas de países en desarrollo.

La promoción internacional, por parte del gobierno, se intensificó a partir de la globalización, ya que esta, ha intervenido para brindar apoyo a las empresas que comenzaban a exportar o ya exportaban.

² "Las turbulencias de la Economía Latinoamericana" Página web de la Facultad de Filosofía y letras, Universidad de Buenos Aires www.filu.uba.ar

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

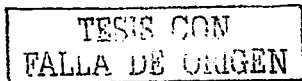
1.2 LA NUEVA ESTRATEGIA MEXICANA DE COMERCIO EXTERIOR.

A partir de la segunda guerra mundial, desde principios de los años cincuenta, tanto México como otros países en desarrollo, sobre todo de América Latina, llevaron acabo el modelo económico basado en el apoyo y promoción de la industrialización del país, por medio de la sustitución de importaciones, es decir, se estableció un gran proteccionismo comercial no permitiendo importar lo que se producía en el país, tratándose de producir el mayor número de bienes, con una gran intervención gubernamental en la economía.

Al principio, el modelo tuvo grandes resultados, altos índices de crecimiento con bajas tasas de inflación, pero con el tiempo el sistema empezó a mostrar, para los años 70's y hasta la mitad de los 80's, diferentes condiciones y en si tanto el panorama interno como externo también. Sin embargo para los años 70's el modelo se había agotado y se origino un atraso en la industrialización del país, además de que las condiciones internacionales, la ruptura del Sistema de Bretton Woods, el derrumbe del dólar y las crisis petroleras contribuyeron a crear condiciones adversas para la economía nacional, tendiendo en primer lugar una industria incapaz de competir con el exterior además de un país altamente endeudado.

Los sucesos que ocurrieron dentro y fuera de la economía mexicana fueron esenciales para que se adoptara una nueva estrategia comercial. A través de la siguiente cita, de Rafael Velásquez, en donde se describe apropiadamente la situación del país, podremos notar la gran debilidad interna que México poseía para afrontar ciertos problemas:

"A partir de 1970, las condiciones internacionales e internas para México cambiaron notablemente. En el escenario interno, el país comenzó a sufrir el agotamiento interno del modelo "desarrollo estabilizador" que se tradujo en una mayor incapacidad para incrementar las fuentes de empleo, en una distribución injusta de la riqueza nacional, en el estancamiento del proceso de sustitución de importaciones, en un déficit creciente en la cuenta corriente, en una reducción de los ingresos via turismo y en la entrada de a un círculo respecto al problema de la deuda externa. Aunado a esto, el



*sistema político mexicano empezó a dar muestras de problemas internos.*¹⁰

En otras palabras, los factores que indujeron a que el proyecto se estancara y se volviera insostenible en el país, fueron: la caída del mercado interno en general, la fuga de capitales, el mayor desempleo y subempleo en el sector informal, la reducción en el ingreso real, y concretamente la inflación y el déficit fiscal, que fueron provocados por la acumulación de la deuda externa; esta alcanzaba ya los 100,000 millones de dólares¹¹ ocasionando la imposibilidad de pago, ya que el capital que se poseía, se canalizaba a las importaciones para la industria y el desarrollo de industrias básicas de propiedad estatal.

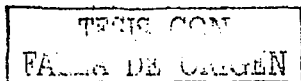
Profundizando en tales problemas internos, cabe mencionar que gran parte radica en el alza de los precios de petróleo, ya que como tuvo sus efectos positivos, (favorables ingresos que provocaron que México mejorara su posición negociadora frente a EU) también tuvo sus efectos negativos, tal es el caso de la entrada de México a una grave crisis, no permitiendo a nuestro país salir muy fácil de ella: esta situación se presentó debido a que México contaba con enormes reservas de petróleo y el gobierno de López Portillo accedió a préstamos por medio de presiones de la Banca Internacional con el fin de explotar los yacimientos petroleros.

La exportaciones mexicanas del hidrocarburo crecieron abruptamente a finales de la década de los setentas, creando el fenómeno de la petrodependencia, ya que el principal producto de exportación era el petróleo.

La deuda externa contraída por el gobierno de López Portillo llegó a niveles muy altos pues se pensaba que los precios del petróleo continuarían a la alza, y así tranquilamente se pagaría la deuda; pero ocurrió totalmente lo contrario, ya que en 1981 empezaron a descender generándose una grave crisis en la economía mexicana. Por que la de 1976, tratándose como continuación de aquella.

¹⁰ Velásquez Flores, Rafael, Op. Cit. pp. 98-99

¹¹ Ibid pp 99-100



A consecuencia de la crisis en 1982, nuestro país acudió al FMI para que se le otorgara un préstamo siendo el 10 de noviembre de ese año que México suscribe con el FMI una Carta de Intención en la cual pone de manifiesto la necesidad de hacer una revisión del sistema de protección arancelaria; lo que por ende nos conduciría a adoptar una nueva estrategia comercial.

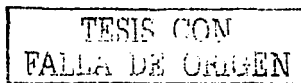
Sin embargo la necesidad que tuvo México de realizar una apertura al exterior se puede explicar por la situación económica de Estados Unidos que prevalecía, ya que atravesaba por serios problemas como el creciente déficit comercial, y presionando e influyendo de manera indirecta sobre los países subdesarrollados podría salir de su crisis y de la recesión económica en la que estaba.

Las presiones externas, tanto de organismos multilaterales (como el Banco Mundial y el FMI), como de fuerzas internas de clase política y empresarial a las que México estuvo sometido para dar un cambio en la economía mexicana, y dar a conocer una nueva estrategia comercial, no fueron otra cosa más que plasmar la necesidad de entrar a una dinámica comercial manejada por intereses externos; situación que se vería reflejada en diferentes leyes que dictó Estados Unidos desde 1979 para contrarrestar su déficit comercial. Esta situación nos la describe más claramente Arturo Wadgymar en la siguiente cita:

"Tales presiones externas parten de la Ley de Acuerdos Comerciales de 1979 de los EUA, al obligar a los países socios de los EUA a eliminar subsidios a sus exportaciones; a ser más liberales en materia de acceso a las exportaciones norteamericanas y sobre todo por el hecho de que sólo se resolverían controversias comerciales en el seno del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), de tal suerte de que quienes se renusan ingresar a ese organismo, se harían automáticamente inoperadores de la aplicación de impuestos compensatorios. Esto a su vez se reitera con mayor vigor en la nueva Ley de Comercio y Aranceles de los EUA, emitida en 1984, en la que se obliga a los países a que liberalicen su comercio con EUA so pena de quedar eliminados del Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias."¹²

Por lo tanto podemos señalar que una de las influencias más directas e importantes para que se llevara a cabo una nueva estrategia comercial, fue precisamente la

¹² Ortiz Wadgymar, Arturo. Introducción al comercio exterior de México. Nuestro Tiempo, México, 1997, p. 160



globalización,¹³ dinámica indiscutible de la cual México no se podía aislar, dando un cambio de la sustitución de un mercado interno por un mercado donde se incluyan productos de otros países.

De forma que, se dejó atrás al modelo de sustitución de importaciones y se hicieron reformas, dando un giro por completo de lo que estaba rigiendo en aquel momento; así que después de tantas presiones externas y demasiados errores cometidos dentro del país, se decidió llevar a cabo una apertura comercial abriendo nuestras fronteras a las mercancías del exterior, con el fin de que la industria interna compitiera con la del extranjero.

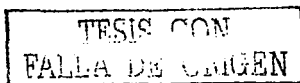
Tanto en México como en toda Latinoamérica se presentó esta misma situación, la crisis de la deuda y el cierre de los préstamos de capital internacional forzaron a implantar políticas de ajuste, es decir, se suscitaron pugnas entre un país hegemónico a favor del liberalismo político y comercial propugnando las tendencias globalizadoras de los mercados y entre otro país como México que se protegía, utilizando el nacionalismo y cubriendo a la economía.

De una forma más extensa podemos entender la apertura al exterior de la economía mexicana, según Arturo Ortiz, como:

"(...) la modificación estructural de la política comercial de México, que tiene como propósito eliminar la protección que se aplicó desde 1940 a la industria establecida en territorio nacional. Tal cosa con el objeto de facilitar mediante la aplicación de aranceles bajos la entrada, de mercancías del exterior que anteriormente estaban limitadas por los llamados Sistemas de Permisos Previos. Por apertura al exterior debemos entender a su vez la aceptación oficial para que en igualdad de condiciones a industria y la agricultura nacional, compitan con las mercancías del exterior, ya que se considera que ambas están a los niveles de madurez que les permitirá dar la batalla internacional, sobre las bases de que aquellas que a lo largo de 50 años no hayan madurado, tendrán que perecer ante la competencia."¹⁴

¹³ En base a lo expresado, los encuentro que la libertad de mercados en un mundo sin fronteras tendría la capacidad de elevar el bienestar en general, sin embargo estos se podrían llevar a cabo con la eliminación o reducción del gran poder con el que cuentan los grandes monopolios, así como de la desigualdad a escala mundial, estos son algunos riesgos que se manifiestan a consecuencia de la ausencia de instituciones supranacionales de regulación o de mecanismos de coordinación entre los gobiernos.

¹⁴ Ortiz Waagymar, Arturo, Op. Cit. pp 161-162



México inició la apertura al exterior, el 10 de noviembre de 1982, al firmar la carta de intención con el FMI, adoptando una política comercial que no favorecen los intereses del mismo. Para 1985, este proceso se caracterizaba por la eliminación de los permisos previos de importación de la mayoría de las fracciones arancelarias pasando de alrededor de una tercera parte en 1994 a 90%,¹⁵ lo que fue el primer paso para transformar la economía mexicana. Sin embargo, la apertura se compenso con un aumento en los aranceles y en otros casos la conservación de ciertos permisos previos de importación de algunos sectores.

Pero es hasta 1986, con el ingreso de México al GATT,¹⁶ que se manifestó el verdadero cambio en la estructura económica, al abrir las fronteras, puesto que ello ocasiono la introducción de una nueva reglamentación sobre inversión extranjera (aunque las reformas se dieron hasta 1989, para tornarse irreversible en los años siguientes), además también se acelero el cambio con la eliminación mayor de permisos previos, el descenso de aranceles y de establecimiento de precios oficiales de importación.

Las reformas que trajo la nueva estrategia han sido las más grandes que se hayan registrado en la historia económica de México, y consistieron en: la liberalización de las importaciones (se redujeron tanto aranceles como permisos de importación)¹⁷, la privatización de las industrias de propiedad estatal, la eliminación de restricciones en la industria en general (caso de los aranceles), la liberalización de la inversión extranjera y del sector financiero, la libertad cambiaria etc.

¹⁵ México transición económica y comercio exterior. BANCOMEXT. Fondo de Cultura Económica. México. 1999. p. 390

¹⁶ De acuerdo con diversas fuentes, he encontrado que el GATT es un organismo multinacional que fue creado por el Tratado de Comercio Internacional para ir desgravando las barreras arancelarias y no arancelarias, mediante el acuerdo de la Organización Mundial de Comercio y 148 países prepararon acuerdos comerciales entre países desarrollados y en desarrollo, con el objetivo de que no hubiera prácticas discriminatorias en el comercio.

La estructura arancelaria se redujo al grado que un 20% era la tasa máxima de un arancel para el año de 1997, en comparación de 400% en 1985, en tanto que el arancel promedio en esos años se redujo de mas 100% a alrededor de 10%

Datos obtenidos en la pagina web de la Cámara de comercio Binacional de México con Argentina en www.ccam.org.ar

En base a estudios de Bancomext:

*"En 1994 México era ya una de las economías mas abiertas del mundo en desarrollo. (...) ocupó el vigésimo lugar entre las economías exportadoras y el decimonoveno entre las importadoras, convirtiéndose en el principal exportador e importador de América latina."*¹⁴

El comercio exterior se volvió un factor fundamental de la economía mexicana, se registraba una clara transformación, se cambio la composición comercial, dejando atrás los productos petroleros (que perdieron significativa participación) para favorecer las exportaciones no tradicionales, en particular las manufactureras, (sin incluir la industria maquiladora, las cuales pasaron de representar 48.9% en 1986 a 74.6% en 1996), estas habían perdido importancia en 1979 (cuando aumentaron los precios de petróleo); para después recuperarse hasta la etapa de 1987-1988; donde la manufactura fue el eje del programa de modernización de las exportaciones, el motor principal del crecimiento de la producción nacional, teniendo la necesidad de presentar una mayor competencia en la economía mundial.

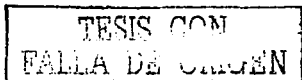
Según el libro de México Transición Económica y Comercio Exterior:

*"1986-1996 las exportaciones totales crecieron 340%, las no petroleras +44% y las petroleras sólo 84%."*¹⁵

Un punto importante que hay que mencionar es que, en general, todas las empresas que habían estado en un mercado protegido por el gobierno encontraron dificultades para relacionarse con la economía internacional, ya que no era fácil enfrentarse a un mercado con una fuerte competencia y más aun para las empresas que no se dedicaban a exportar, por ello es que estuvieron presionados a reestructurar, transformar los procesos en tecnología, en producción y organización tanto para competir internacionalmente como en otros casos, para conservarse como industriales en el propio país.

¹⁴ México Transición Económica y Comercio Exterior. Op Cit pp. 361-362

¹⁵ Ibid p 397



Ya que para esta etapa era difícil ingresar al mercado mundial, a parte de la competencia extranjera, de las crecientes barreras proteccionistas, que se podían identificar por la formación de alianzas económicas; por ello el camino que se tenía que seguir para ganar la incorporación a la economía internacional era la definir estrategias exportadoras para obtener el acceso a concentradas redes comerciales.

Por ello es que México, a partir de esa etapa, ha ido profundizando ese proceso, con el ingreso a diversos organismos y la negociación de distintos tratados con distintos países y en sí todo el mundo. Es en este contexto que surgiría el más representativo e importante de todos los acuerdos comerciales, el cual nos abriría paso para conectarnos más rápidamente con diversas plataformas comerciales en el futuro; el Tratado de Libre Comercio con América de Norte (TLCAN) firmado en 1992, y que entró en vigor 2 años después.

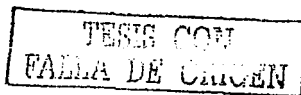
El TLCAN de una forma u otra fue un elemento para confirmar que el modelo proteccionista había quedado atrás, así como también para fijar el nuevo modelo económico que se estaba dando, la apertura al exterior. El tratado generó mayor confianza y seguridad en el país ante el mercado externo, especialmente ante Estados Unidos; lo que también implicó atraer mayores inversiones tanto nacionales como extranjeras.

Las estadísticas de Bancomext nos ofrecen que:

"Hasta 1994 los logros resultaban impresionantes: la inflación descendió en ese año a menos de 10%, cuando en el periodo 1981-1988 la tasa media fue de 86%. El déficit presupuestario gubernamental que a principios de los años ochenta representaba 15% del PIB, en 1993 se ubicó en 3%. La reestructuración de la deuda fortaleció la confianza en la economía del país y hasta 1993 las entradas de capital registraban cifras sin precedente."

A pesar que había resultados al principio, nuestro país confrontaba diversos problemas económicos como fue el caso del déficit en la balanza de cuenta corriente desde 1989 y endeudamientos externos, ya que al estimarse un agravamiento de

²⁰ México Transición Económica y Comercio Exterior. Ob Cit. p. 362



esta situación, México necesitaría un nuevo financiamiento por parte de Estados Unidos y organismos internacionales como el FMI.

Se contemplaban únicamente las ventajas que traería la apertura, como la posibilidad de aprovechar las economías de escala, la especialización en los productos y procesos en los cuales tuviéramos mayor competitividad, la disponibilidad de insumos y partes, de los bienes de capital que se conseguirían a precios y calidad convenientes y del proceso de desregulación y privatización a raíz de la apertura, lo que contribuiría a mejorar la capacidad para competir internacionalmente; sin pensar en la avalancha de problemas internos que se desencadenarían, sobre todo en las pequeñas y medianas empresas que han sido absorbidas por los gigantes monopolios y las transnacionales, como consecuencia de que no se estaba preparado para competir con el exterior.

Estas transformaciones simbolizaron y acentuaban más de una u otra forma la gran dependencia comercial que nos une al país del norte, debido a que se mostraba la gran influencia, y el poder que tenían los intereses de EU, ya que a consecuencia del TLCAN (tratado que podía representar a la apertura), se realizaron diversas modificaciones a nuestra legislación interna para adecuarlos a este, demostrando las debilidades y a su vez las prioridades del gobierno, afirmando que el tratado había sido un logro muy importante, una nueva oportunidad estratégica conforme a la situación que se estaba viviendo, dejando de lado nuestros intereses nacionales. Dependencia que se acentuó por las condiciones que el tratado planteaba y la necesidad del país de alcanzar el nivel económico para competir con Estados Unidos, lo que implicaba acciones como aumentar el endeudamiento con el exterior.

TESIS CON
FALLA DE ENGEN

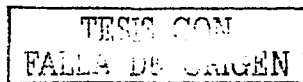
1.3 ESTADOS UNIDOS COMO PRINCIPAL MERCADO PARA MÉXICO.

Con el surgimiento de la nueva etapa económica, la globalización, y la posterior apertura de nuestra economía, aparecerían nuevas economías de mercado y como consecuencia el mundo bipolar se orientaría a un mundo multipolar, en donde prevalecieron y se fortalecieron diferentes bloques, encabezados por las potencias que los constituyeron.

Sin duda, Estados Unidos ha sido una fuerza que simboliza a nuestro continente, y que por lo tanto era importante entender y aceptar la unión con él y sobre todo la representación mundial que da de América del Norte. Ya que la apertura al exterior mexicana se identifica fuertemente con América del norte, y más aun con Estados Unidos, por un lado por las presiones que hubo por parte de este para que se adaptara México a una nueva dinámica comercial, y por otro lado porque a pesar de que la relación es tan compleja y diversa entre países desiguales, separados por la historia, la cultura, la asimetría de poder y la diferencia de desarrollo económico, existe una interdependencia creciente, que se une por la geografía estratégicamente y el mercado natural más cercano, provocando que se busque con ello la cooperación intensa para resolver los problemas derivados de la vecindad inmediata con el país del norte, aunque se traten de cubrir únicamente los intereses de aquella nación.

Por otro lado, en la cuestión económica, es importante señalar que el crecimiento económico (en base al PIB) en Estados Unidos ha aumentado, impulsado por el dinamismo del consumo interno, causando una demanda de mayor importaciones, lo cual ha dado a México la oportunidad de colocarse como uno de los principales proveedores de este país.

En otros términos, Estados Unidos es el socio comercial más importante de México, ya que el comercio o en otras palabras el mayor flujo de exportaciones e importaciones involucran, o se concentran en este país.



Por ejemplo las exportaciones Mexicanas tuvieron como destino principal a los Estados Unidos con el 84.9%, según el informe anual de Bancomext de 1994; así como en 1995 con el 83.4%, Estados Unidos siguió siendo el principal destino de las exportaciones, según el informe. "Para 1996 el volumen total del comercio con Estados Unidos fue de 79.7%." ²¹

Conforme a estadísticas del 2001, a continuación se presenta la **tabla no.1**, en donde se observan las exportaciones e importaciones que tiene EE.UU., con lo cual quiero visualizar claramente la posición que ocupa este país para nosotros, la importancia que tiene.

Tabla no.1. Principales países a los que Estados Unidos exporta e importa, en porcentaje.

ESTADOS UNIDOS

<u>EXPORTACION</u> %		<u>IMPORTACION</u> %	
Canadá	22.4	Canadá	19.0
México	13.9	México	11.5
Japón	7.9	Japón	11.1
Reino Unido	5.6	China	8.9
Alemania	4.1	Alemania	5.2
Corea	3.0	Reino Unido	3.6

FUENTE: Elaboración con base en Información de Bancomext, apartado de Norteamérica: Retos y oportunidades sector textil y confección (diapositiva 4).

Como se observa, México es el segundo socio comercial de Estados Unidos, por la cantidad de exportación e importación que tiene. El flujo bilateral de inversiones, servicios, tecnología y personas que tenemos con Estados Unidos son notables puntos que hacen identificar nuestra relación, ya que este flujo es mucho mayor que el que podemos notar con otro país u otra región.

²¹ Datos obtenidos en la página web de la Cámara de Comercio Binacional de México con Argentina www.ccam.org.ar/cap4a.html

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Debemos destacar la importancia que han tenido en este entorno tanto las empresas transnacionales²² como las crecientes alianzas que se han dado a través de la frontera entre productores mexicanos y grandes industriales norteamericanos que han constituido y que constituyen una poderosa fuerza en el mercado de ambas naciones; pero tampoco hay que olvidar que las exportaciones mexicanas más dinámicas en los últimos años han provenido de las industrias que tienen lazos estrechos con los productores estadounidenses (maquiladoras).

Por lo que respecta al Tratado de Libre Comercio con nuestro país vecino, debemos indicar que este implicó la regulación de los intercambios económicos y sociales ya existentes, es decir, fue una forma de formalizar la relación, fue el reconocer la importancia que el mercado del norte tenía o había alcanzado para las exportaciones de manufacturas mexicanas.

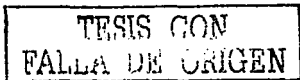
Viéndolo desde otra perspectiva, este paso fue muy importante, porque por medio del nuevo lazo, de la nueva relación tan estrecha y formal, el mercado que participaban en la economía estadounidense aumentaba su confianza en nosotros: así mismo, al mostrar que formábamos parte del Tratado con América del Norte (TLCAN), tuvimos la oportunidad de fortalecer nuestra posición internacional para poder introducirnos hacia otros espacios de comercio e inversión.

En otras palabras conforme a Consuelo Márquez, el Tratado de Libre Comercio es:

"una respuesta a la formación de regiones de bloques económicos: al hecho de que tanto Europa como la Cuenca del Pacífico sólo se interesaban en México en la medida que formaría parte de un bloque económico con Canadá y los Estados Unidos"

²² Estas firmas extranjeras por un lado son vistas como un obstáculo al desarrollo y por el otro son vistas como un estímulo para la modernización de los países menos desarrollados. En una gran mayoría mantiene una posición intermedia. En México se comenzó a ver su desarrollo con éxito a raíz de la decisiva caída del mercado en 1982. Para más información consultar en Memoria del Seminario sobre Migración Internacional y el desarrollo Económico de México, CONAPO, Zacatecas, 1992, p 176

²³ Márquez Padilla, Paz Consuelo, México en la Economía Internacional, (TOMO I), PRI Comisión de Asuntos Internacionales, México, 1993, p 127



Era importante presentar un proyecto ante la globalización, una negociación amplia con países tan importantes como los son Canadá y Estados Unidos, estableciendo relaciones más sólidas. Este proyecto se convertiría en el centro de nuestra relación con el mundo externo. De acuerdo con Bancomext, esta situación nos trajo diversos resultados como se muestran a continuación.

"Como consecuencia de la entrada en vigor de este tratado, el comercio entre México y Estados Unidos (exportaciones e importaciones) aumentaron de 81,600 millones de dólares en 1993 a 100,300 millones en 1994; 108,000 millones en 1995 y casi 130,000 millones en 1996."²⁴

Como resultado del aumento de exportaciones hubo también un crecimiento en las importaciones.

Adentrándonos específicamente en el objetivo central de la investigación sobre el comercio exterior de textiles, podemos subrayar que Estados Unidos, además de constituir una pieza fundamental económicamente, es un país muy importante para nuestro mercado de prendas de vestir, porque es uno de los mercados, enseguida de Canadá, en donde se han detectado mayor número de nichos específicos en cuestión de ropa interior y exterior para dama y niña, lo cual quiere decir, que tenemos gran oportunidad de vender nuestros productos encaminándolos hacia esa dirección, al haber encontrado un lugar en donde existe gran demanda de lo que producimos.

La **tabla no.2** que a continuación se muestra, se refiere a las oportunidades de Negocio con las que México cuenta en cuestión de artículos de confección en diferentes regiones, donde se ve una clara tendencia, ya que en la mayoría de artículos tienen mayores oportunidades en Estados Unidos.

TESIS CON
FÁBILA DE ORIGEN

²⁴ Consultar en: México Transición Económica y Comercio Exterior. Op Cit p 367

Tabla no.2. Comparación del Mercado que tiene distintos productos en distintas regiones del mundo.

Producto	E.U.A.	Canadá	Europa	Latinoamérica
Hilos de algodón y acrílico	X	X	X	X
Tela de gabardina	X		X	X
Tela de mezclilla	X		X	X
Telas no tejidas			X	X
Telas de tejido de punto	X	X		X
Telas para decoración			X	X
Blancos	X			X
Cobertores	X			X
Toallas para baño	X			X
Ropa interior- dama y niña	X	X	X	X
Ropa interior-caballero y niño	X		X	X
Ropa de mezclilla	X	X	X	X
Sueteres de acrílico	X			X
Sueteres fibras naturales	X			X
Ropa para bebe	X			X
Ropa para niños y niñas	X	X	X	X
Uniformes	X			
Ropa deportiva	X		X	X
Playeras de algodón	X	X	X	X
Prendas de tejido de punto	X	X		X
Ropa de vestir para caballero	X	X	X	X
Calcetines	X		X	X
Medias	X	X	X	X
Pantalones de gabardina	X	X	X	X
Vestidos de Cocktail	X		X	
Saco	X			

FUENTE: Elaboración propia con base en los datos de **BANCOMEXT, Mexico exporta Textil y Confección, Mexico, 1999, p. 8**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Por otra parte, al referirnos a la vecindad geográfica que compartimos con Estados Unidos, no solamente podemos encontrar puntos estratégicos, puntos a favor, sino que también significa la existencia de múltiples problemas comunes a lo largo de la frontera (siendo esta una área prioritaria para México, debido a que es el punto de conexión de ambos países), entre ellos podemos citar, la necesidad de desarrollar una amplia infraestructura de comunicaciones que facilite los intercambios de mercancías y servicios, el establecimiento de mecanismos administrativos aduaneros y de vigilancia territorial modernos y eficaces, las aguas negras, el agua potable, la salinidad de los ríos, transacciones legales e ilegales, la migración y el narcotráfico como unos de los temas principales, entre otros.

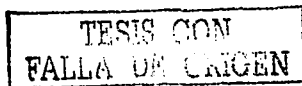
Además de los problemas y las presiones que se observan en la relación, existe otra cuestión sumamente notable y significativa, que es la gran dependencia que nos une a nuestro país vecino, como nos define Weintraub Sydney en el siguiente párrafo:

*"La evolución de sus respectivas políticas ha hecho que México y Estados Unidos dependan cada vez mas el uno del otro. Mexico siempre ha dependido de Estados Unidos como fuente de recursos financieros, tecnología e insumos para su industria, y como destino de sus exportaciones."*²⁹

Respecto a la dependencia económica, se puede interpretar que la mayor parte del aparato industrial mexicano moderno depende de los mercados de Estados Unidos, así como muchas empresas estadounidenses indudablemente están dedicadas a operaciones en México.

Conveniría que se llevara a cabo una relación de alianza, una integración más estrecha en donde se respetara verdaderamente la soberanía y las aspiraciones de cada país, evitándose así las prácticas proteccionistas de ambos lados imparcialmente, con un marco legal apropiado. Pero bien sabemos que esto en la actualidad no se lleva a cabo, y es muy difícil poder lograrse, puesto que intervienen los intereses que conviene al país más fuerte, al país que dicta las reglas.

²⁹ Weintraub, Sydney, et al. . . Integración Industrial México-Estados Unidos, Alternativas para el futuro. El reto de libre comercio. CIDAC, Diana, México, julio de 1992, p. 86



Como resumen podemos afirmar que la relación México-Estados Unidos ha sido y es una integración desigual, con vicios, con un país que manda y otro que obedece. La relación se ha basado en gran cantidad de acuerdos firmados, aunque la mayoría de ellos no cuenten con la suficiente calidad, las suficientes ventajas o beneficios para nuestro país.

No sólo a México le interesa que en Estados Unidos se perciba un ambiente seguro y estable, sino que también, a el país del norte le importa que nuestro país brinde estabilidad, prosperidad, un buen índice de crecimiento económico, y en concreto, amplias oportunidades que puedan ser aprovechadas en el margen de un buen mercado. En concreto, no únicamente Estados Unidos, por distintas razones, significa un importante mercado para nosotros, sino que también este país ha demostrado la importancia que México representa económicamente para él.

Por otra parte es muy importante mencionar que en esta nueva dinámica, Estados Unidos ha sido un actor clave para la región de América Latina y el Caribe, dado que cuenta con poder estructural y de relación mayor que el resto de toda América, a su vez sigue siendo un punto de referencia (ya no actor principal), en cuestión de estructuras de seguridad, producción y conocimiento.

1.4 LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN A NIVEL MUNDIAL.

El sector textil y por ende de la confección es una de las industrias que más se han globalizado hoy en día, de hecho es la confección, un ejemplo relevante de una verdadera reestructuración a partir de este nuevo entorno.

Y ello lo podemos visualizar en que ahora una etapa del proceso de producción se realiza en un país, el siguiente en otro distinto y así sucesivamente, traduciéndose en la capacidad que tenemos para conectarnos con cualquier parte del mundo con el propósito de adquirir una amplia combinación de materias primas con grandes

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

cualidades para fines de lograr una prenda de vestir con alta calidad, el ejemplo es que compramos una prenda cualesquiera, y al investigar nos damos cuenta que intervinieron varios lugares para su fabricación, como no lo dice el boletín de información entre Mercosur y la Unión Europea:

"El algodón de Kazajistán está hilado en Turquía y se teje en Taiwán. Esta tela se estampará quizás en Francia con tintes hechos en Polonia y China. Durante la confección, se usará tal vez en combinación con un forro suizo para hacer una prenda concreta (...)"²⁹

Con todo lo anterior, se establece que en la industria del vestido la globalización se ha manifestado claramente a través del aumento de exportaciones e importaciones de prendas, y en general, del movimiento de productos de este sector de un país a otro país, como lo podemos visualizar en las tiendas de ropa.

La apertura de mercado nos ha facilitado, además de estar más cerca de los productos terminados, de tener amplia variedad para elegir las materias primas que nos hacen falta para terminar nuestros productos. De igual forma, ubicamos la presencia de empresas transnacionales de ropa en todo el mundo, con la entrada de cadenas departamentales, franquicias, marcas, y el éxito de las maquiladoras.

En un principio, la industria del vestido, sus centros de producción y por lo tanto los flujos comerciales, estuvieron concentrados principalmente en los países industrializados de occidente, para después desplazarse hacia los nuevos países industrializados de Asia y Europa; y posteriormente se extenderían hacia los países en desarrollo.

Estos últimos países terminarían por dar muestras de ser los más competentes debido al gran requerimiento de mano de obra que exige esta industria y a la respuesta que estos países darían con su escasa remuneración o bajos salarios.

²⁹ En las etiquetas de dichas prendas no se muestran sus múltiples procedencias debido a que esta industria busca mano de obra barata. Boletín mensual de información entre Mercosur y la Unión Europea, 1995. www.eurosur.org/EFTAvc10.htm

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Con el traslado de la producción de los países industrializados a los países en desarrollo el empleo mundial se modificaría, aumentando el empleo a lo largo de los años de 1990-1998 en los países menos desarrollados. Además de que a consecuencia de este aumento de empleo, disminuiría la actividad de la mayoría de los países desarrollados; según estudios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en la Comunidad Europea, el índice de producción del vestido base de 100% disminuye en los años setentas a 79,8% en los noventas.²⁷

Pero por otra parte, aunque los países del sur tengan mayor empleo, también enfrentarían varias desventajas, y entre las cuales se encuentran que están tecnológica y comercialmente desnivelados con los países del norte, pero la peor desventaja es que las medidas liberalizadoras no benefician a todos por igual, ya que estos cuentan con barreras comerciales para exportar diversos productos. Lo que trajo como consecuencia la irrupción de movimientos ciudadanos en la cumbre de Seattle de la OMC, celebrada en noviembre de 1999.

El caso del empleo, viéndolo como una característica importante de la industria en general, se puede afirmar que Asia cambió la perspectiva desde que hubo un aumento, ya que con la aparición de China como una gran potencia en el sector, acaparo gran parte del total mundial de empleos.

Y como prueba de este gran cambio, la Organización Internacional del Trabajo nos muestra que:

" (...) la participación de Asia en el empleo total (...) pasó del 69% al 72% durante el periodo 1995-1998 (...) China es hoy mucho el principal empleador", y absorbe casi el 20% de la mano de obra mundial. En 1998 China fue también el mayor exportador mundial de prendas de vestir."²⁸

²⁷ Textiles y ropa: Migración hacia los países con mano de obra barata, p 1
www.ilo.org/public/spanish/dialoque/sector/sectors/textile.htm

²⁸ "Informe para el debate de la Reunión tripartita sobre las prácticas laborales de las industrias del calzado, el cuero, los textiles y el vestido". Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra, 2000.
www.ilo.org/public/spanish/bureau/infrpr/2000/38.htm

Enfocándonos en los países asiáticos, el sector en general esta en auge, son los países que han mostrado una mayor eficacia en la industria del vestido al adaptarse rápidamente al libre mercado. La realidad la podemos observar comúnmente, ya que en nuestra vida cotidiana estas prendas asiáticas de alta calidad tienen gran predominio. Países como Bangladesh, India, son países que se pueden considerar entre los predominantes en el área, ya que los comerciantes occidentales encuentran cada vez más barato proveerse de ropa de ellos al igual que de otros países del sur.

En general Europa en cuanto a empleos se refiere, disminuyo aproximadamente un 50% entre 1990-1998 pero en la producción de su industria del vestido solo disminuyó un 10%, lo cual quiere decir que aumento su productividad.²⁹

Por otra parte los países de África negra han sufrido un descenso en su industria, y se han convertido más dependientes de las importaciones de ropa usada del norte.

Según análisis de la OIT, los salarios en esta industria se han estancado y se han mantenido niveles salariales inferiores que en otros sectores, debido a que es una de las industrias más globalizadas, que cambian con gran facilidad su producción y su comercio.

Un gran problema visto desde mi perspectiva es el predominio de las maquiladoras en los países en desarrollo, puesto que las grandes transnacionales para aumentar sus beneficios buscan lugares de menores costos, y por supuesto quien atiende a esta parte del proceso de producción son los países del sur que cumplen con las características y con las ventajas deseadas al tener bajos costos en mano de obra en comparación con los países occidentales, que son en donde se venden las prendas.

Las maquiladoras a partir de los años ochentas pasaron a tener gran importancia económica en América central, principalmente en países como El Salvador, Costa

²⁹ "Los niveles mundiales de empleo en las industrias textiles, del vestido y del calzado" Pagina web de la Organización Internacional del Trabajo p.2 www.ilo.org

Rica, Guatemala, entre otros. Estas plantas acaparan una gran parte del empleo de toda la zona y de cada uno de los países. La mayor parte de las empresas maquiladoras son de propiedad estadounidense, asiática (Corea, Taiwán) y nacional; por lo general las prendas que se fabrican aquí van a parar al mercado norteamericano en tiendas que distribuyen grandes marcas, es por ello que aquel país favorece este tipo de organización, puesto que elimina los aranceles y las cuotas sobre las prendas fabricadas en estos países porque obtienen mayores ventajas.

Otro de los graves problemas en la industria, es que siguen siendo comunes los talleres clandestinos (empresas no estructuradas) en todo el mundo, en donde la gran mayoría de trabajadores son mujeres y niños, sobre todo porque su mano de obra es barata y debido a que aceptan con facilidad condiciones de trabajo más duras. En estos lugares es donde rigen las peores condiciones de trabajo, ya que es el último eslabón de la subcontratación y el que más expuesto está cuando se reducen los costos, por lo que la Organización Internacional del Trabajo nos dice que:

"Casi la mitad de la mano de obra mundial dedicada a la producción de textiles, prendas de vestir y calzado son mujeres sobre las que se ceban las desigualdades salariales".³⁰

Los salarios de las mujeres son inferiores a los de los hombres en estas industrias, en Europa, por ejemplo, los hombres perciben salarios que van de un 20% a un 30% superiores a los de las mujeres.

Quedando a un lado la baja capacitación que se recibe y las pocas perspectivas del progreso profesional, el panorama de dichos empleos se ve desolador debido al sufrimiento de los trabajadores, ya que se les priva con frecuencia de sus derechos humanos; sin derecho a sindicalizarse, horas extra que están obligados a cumplir, sin derecho a vacaciones ni a días libres, trabajan como esclavos, con problemas de

³⁰ Informe para el debate de la Reunión Inpartita sobre las prácticas laborales de las industrias del calzado, el cuero, los textiles y el vestido www.ilo.org/public/spanish/bureau/infr/2000/38.htm Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra, 2000.

TR. DE COM.
FALTA DE ORIGEN

salud (ya que son casi nulas las instalaciones sanitarias), de los sueldos bajos y en general de las malas condiciones en que se trabaja.

Lo que ha sido una consecuencia cada vez más común de esta situación, ya que las empresas occidentales buscan mano de obra barata y mayores beneficios y los países del sur quieren ser parte del negocio; siendo las víctimas principalmente los niños y las mujeres, por la falta de aplicación de leyes. Aunque, en cuanto a ello, ya existen ciertos apoyos para combatir y promover los derechos fundamentales de los trabajadores, pero únicamente se aplican a empresas grandes y no son tan claros como parecen, por ello es que se necesitaría crear un sistema de inspección más directa, constante con una supervisión rigurosa que enfrentara multas y hasta el cierre de estas plantas.

En este mismo contexto, en Europa existen algunas organizaciones de Comercio Justo que importan textiles y otros productos del tercer mundo, donde pequeños productores, sobresaliendo mujeres en zonas rurales o suburbanas, se emplean. A dichas organizaciones reciben el nombre de Comercio justo porque tienen en cuenta criterios ecológicos y asumen el cumplimiento de los criterios sociales aplicados a la producción de textiles, la organización nos da los criterios que se deberían de aplicar:

*"Igualdad de tratamiento, sea cual sea el sexo, el nacimiento, la raza, la religión, la nacionalidad o la convicción política del trabajador. No al trabajo infantil o al trabajo forzoso de los presos. Ningún trabajo que pueda perjudicar la salud. Medidas adecuadas para los trabajadores. Sueldos e ingresos mínimos nacionales para todos los trabajadores (que cubran las necesidades vitales de las familias). Condiciones justas de trabajo: tope de horas de trabajo, pago de las horas extra, vacaciones. Derecho de sindicarse o asociarse."*³¹

El establecimiento de los criterios sociales son la mejor forma para evitar injusticias (que los trabajadores del sur están dispuestos a sufrir con el fin de tener empleo y poder sobrevivir), y se deberían de llevar acabo en todas las empresas, en todos los niveles, a nivel mundial, pero no se puede exigir a los países del sur que paguen sueldos mínimos y cumplan otras normas sociales si las empresas y los

³¹ Boletín mensual de información entre Mercosur y la Unión Europea, 1995. www.eurosur.org/EFTA/c10.htm

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

consumidores del norte no están dispuestos a cambiar sus hábitos de compra y pagar un precio justo.

En realidad, es determinante que las grandes multinacionales y las grandes cadenas de distribución de ropa son las que cada vez van dominando la mayor parte del mercado internacional, valiéndose de redes de abastecimiento mundiales, utilizando distintos modos de producción.³²

Para concluir este apartado es importante mencionar que las tendencias mundiales, según estudios de BANCOMEXT, hacen la suposición que las cuotas que han regulado por casi 50 años este mercado, estarán eliminadas para el año 2005. A partir de este mismo año estas tendencias se encaminan hacia una mayor competencia de comercio tanto de textiles en general como de ropa; de igual forma se asevera una mayor producción de textiles y por supuesto de prendas confeccionadas por parte de los países en desarrollo, los cuales no consumirán ni la mitad de esta cantidad, lo que va a significar que tendrán que exportar lo restante, es decir, grandes montos, a los países industrializados.³³

Y como respuesta a ello podemos notar que de acuerdo a la revista de negocios de Bancomext: "Estados Unidos y la Unión Europea, son los mayores consumidores a nivel mundial de textiles y prendas de vestir."³⁴

Al haber una mayor competencia entre los países, ayudara a que exista un aumento en el consumo y un incremento en la demanda mundial, tanto por el crecimiento demográfico como por el aumento del ingreso de los países.

³² He encontrado que estos distintos modos de producción se identifican como, producción en serie en grandes fábricas hasta empresas familiares o pequeñas. Subcontratan la producción a otras empresas que tengan costos bajos, es decir, operan en el tercer mundo (maquiladoras)

³³ Por ello es que los expertos internacionales afirman que no hay otro camino en la manufactura de ropa mundial, más que dirigirse hacia el mercado de oriente al del sur o definitivamente salirse del mercado. Para los europeos el sur se encuentra en el Mar Mediterráneo y para los estadounidenses y canadienses, México. Centricamente a la zona de Turbideño.

³⁴ Preocupaciones de negocios para la industria Textil y de la Confección. BANCOMEXT, Dirección General Adjunta de Promoción Sectorial, México, 1998, p. 10

³⁵ Tan solo en Europa Occidental podemos observar que la gente se permite el lujo de usar hasta 10 Kg. de ropa cada año, debido al nivel de vida que llevan. p. 26

www.bancomext.com.mx/revistaneg/feb99/REQUISITOSYPREFERENCIAS.pdf

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Como conclusión, al encontrarnos en este nuevo sistema, lo único que debemos de hacer, es lograr mayores niveles de competitividad, realizando una planeación estratégica valiéndonos de diversas herramientas ya que el mercado y más esta industria ahora es fuertemente competida y presenta nuevos retos y posibilidades, que con mucho trabajo y colaboración se pueden alcanzar y superar.

Todo esto quiere decir que los países en desarrollo aunque cuenten con una industria de confección y por lo tanto textil eficiente, con bajos costos en mano de obra, tendrán que poner más atención en mejorar la competitividad para enfrentarse a otros mercados, en nuestro caso, principalmente para enfrentarnos al lejano oriente. Por lo que es necesario que nos enfoquemos hacia productos con mayor valor agregado, cubriendo las preferencias de los países desarrollados.

CAPITULO 2: LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN, MERCADO MEXICANO FRENTE AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

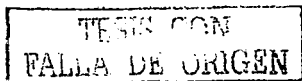
La Industria del vestido es el rubro más fuerte dentro de la cadena textil, ocupa un lugar significativo debido a sus particulares características. una de sus principales es que la industria puede incluir los demás subsectores de todo el sector textil y por lo tanto representarlo completamente. A partir de la globalización la Industria de la confección destaco por ser uno de los subsectores que sufrió claras transformaciones.

En México, la industria de la confección es una de las más tradicionales, ya que fue la primera industria que se desarrollo en nuestro país, estableciéndose desde principios de 1900; juega un papel importante en la economía, ya que ha participado activamente en ella, contribuyendo a claros resultados, por ejemplo, representa una de las principales fuentes de exportación, empleo, inversión extranjera y desarrollo regional del país. Nuestra Industria cuenta tanto con puntos fuertes como débiles, como con ventajas y desventajas que tendremos que atacar para mejorar nuestra actuación en el mercado exterior y lograr tener éxito.

Es importante comenzar a describir las características de nuestra Industria para en consecuencia detallar las características del mercado estadounidense con el fin de conocer más acerca de esté, y poder introducimos y competir en este mercado, así como mejorar el lugar que ocupamos en el mercado vecino.

2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN MEXICANA.

La industria del vestiao, es pieza clave en todo el sector, ya que esta contribuye considerablemente al PIB, donde se tienen menores costos al tener mayor eficiencia



en la capacidad que se tiene para producir, es decir, al vender un producto confeccionado se tienen mayores ganancias y se es más competitivo al permitirnos explotar las telas e hilos a través de las grandes instalaciones de hilado y tejido con los que contamos, tales como fibras artificiales, sintéticas, tejido, tejido de punto, no sería lo mismo que si vendiéramos únicamente materias primas o bienes intermedios como podría ser hilo o tela cruda.

Como primer punto quiero presentar el lugar que ocupa la industria del vestido en el sector textil en general, comenzando con una explicación del proceso productivo de este sector.

Dentro de la industria, la cadena textil incluye las siguientes actividades:

- Fabricación de fibras químicas
- Industria textil de fibras duras y cordelería.
- Hilado, tejido y acabado de fibras blandas, excepto de punto.
- Fabricación de tejidos de punto.
- **PRENDAS DE VESTIR**
- Otras confecciones textiles, incluye tapices y alfombras.³⁵

Teniendo claro el lugar que ocupan las prendas en todo el sector, me gustaría continuar con el análisis de cifras económicas, para darnos una mejor idea de lo que significa esta industria en la economía.

Comenzando con datos muy generales, se debe mencionar el lugar que ocupa este sector dentro de todo el sector manufacturero. En el periodo 1993-2000 el sector represento el 3.5% del PIB, en promedio, del PIB total manufacturero. **Ver anexo 1**

Por otro lado, en 1998, la confección fue la ocupación que genero **mayor empleo**, contribuyendo con 10.8% del personal ocupado, lo cual se puede ver en la **tabla no.3**. En este mismo esquema, según censos de 1993-1998, conforme a datos de

³⁵ Panorama general del sector en Mexico, Banco de Comercio Exterior, www.bancomext.gob.mx

INEGI, cada vez se concentra más la cadena textil en actividades de confección y ello se nota en *el personal ocupado*, ya que este creció a una tasa de casi 17%.³⁶

SECTOR TEXTIL Y CONFECCIÓN
Personal Ocupado y Número de Unidades Económicas, 1998 //

Tabla no.3. Personal ocupado y número de Unidades Económicas.

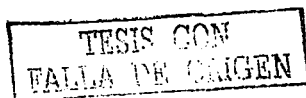
RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	PERSONAL	PART. %	TAMANO
		Ocupado		promedio
		(Miles)		PERSONAL
TOTAL MANUFACTURAS	361,579	4,214	100.0	
CONFECCIÓN Y FIBRAS BLANDAS	32,242	596	14.2%	18
- CONFECCIÓN	27,198	453	10.8%	17
- FIBRAS BLANDAS	5,044	143	3.4%	28
EQUIPO ELECTRICO	2,023	294	7.0%	146
EQUIPO ELECTRONICO	907	226	5.4%	249
AUTOMOTRIZ	1,715	191	4.5%	111
PLASTICOS	4,683	167	4.0%	36
PANIFICACIÓN	31,831	157	3.7%	5
IMPRESNTAS Y EDITORIALES	18,240	144	3.4%	8
OTROS PRODUCTOS METALICOS	6,008	136	3.2%	23
MUEBLES DE MADERA	28,284	134	3.2%	5
RESTO DE LAS RAMAS	235,646	2,168	51.5%	9

FUENTE: Elaboración con base en el Banco de Comercio Exterior, 2002, página web oficial www.bancomext.gob.mx

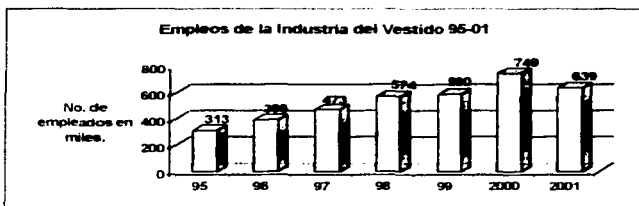
Pero esta realidad ha variado, ya que Raúl García afirma que: "la situación actual de los empleos en la industria del vestido es de pérdida de 120,000 plazas en los últimos meses."³⁷ Y claramente se nota en la siguiente gráfica (no.1), el modo en el que fue descendiendo el empleo en esta industria a partir del 2001, a causa de características externas.

³⁶ Panorama general del sector en México, Banco de Comercio Exterior, www.bancomext.gob.mx

³⁷ García Tapia, Raúl, "Proyecto Marca" revista vista actual, editada por la CNIV, No 248, Mexico, julio-agosto, 2002, p. 4



Gráfica no.1. Grafica de empleo anual.



FUENTE: Elaboración propia con base en la Revista Vista actual, No. 247, Mexico, marzo-abril 2002, p. 5

Por lo que respecta al **número de establecimientos**, según datos de INEGI, las empresas de la industria del vestido por tipo de establecimiento quedan de la siguiente manera, como en la **tabla no.4** se indica.

Tabla no.4. Empresas de la Industria del Vestido por tipo de establecimiento.

	1995	1996	1997	1998	1999	2000 P/
TOTAL	10,761	11,295	13,122	12,921	13,351 a/	ND
Grande	243	331	404	479	259	ND
Mediana	386	464	527	632	997	ND
Pequeña	1,777	2,102	2,372	2,639	1,414	ND
Micro	8,355	8,398	9,819	9,171	10,681	ND

(Unidades) a/ Datos a septiembre

FUENTE: Elaboración propia con base en el Instituto Nacional de Estadística Geografía e informática, INEGI, La Industria Textil y del Vestido en México 2001, p. 69

García Tapia, por su parte, en la vigésima cuarta edición de Congreso Nacional de la Industria del Vestido, aseguró que en el 2000 existían 13 mil 800 empresas en el país y daban 750 mil empleo directos, un 10% más en relación con 1999³⁸

³⁸ Mexcostura, revista de la industria de la Confección y el Vestido, No. 20, Febrero-abril, 2001

TRIPS CON
FALLA DE ORIGEN

Según Alejandro Faes Noriega, Presidente de la Cámara de la Industria del Vestido, en el mismo Congreso dijo que:

*"(...) el 90% de las empresas del sector son micros, pequeñas y medianas, las cuales en los últimos años han trabajado con astringencia financiera y un crecimiento constante de la competencia desleal."*¹⁴

Como podemos ver en la tabla anterior, y por los comentarios que tenemos del ex presidente de la Cámara Nacional de la Industria del vestido, se aprecia una situación desalentadora ya que existen muy pocas empresas grandes y la gran parte de ellas recae en micro, pequeñas y medianas empresas, de entre las cuales hay un número importante que trabajan en el comercio ilegal. (Más adelante veremos cuales son las empresas que exportan).

Continuando con el análisis es importante saber, por otro lado, como están constituidas nuestras importaciones y exportaciones en esta industria.

Las **importaciones** de confección, entre 1997-2000 fueron inferiores a las importaciones de textiles, ya que para el año 2000 fueron de 6,345 millones de dólares las de textiles y 3,696 las de confección. En la **tabla no.5** se indican las cifras más desglosadas.

Podemos notar, de acuerdo a datos estadísticos de INEGI, que las importaciones de Estados Unidos son las más importantes. **Ver anexo 2**

Los **principales productos de importación** de confección en 1998-2000 fueron: camisetas interiores de punto, pantalones cortos para mujer/ niña, suéteres, jersey, pantalones cortos para hombre/ niño. **Ver anexo 3**

¹⁴ Esta competencia desleal se refiere al comercio ilegal como: contraabando, piratería, venta de mercancía robada, ropa usada. Por un lado, en cuanto a la competencia desleal podemos decir que nuestro país capta un 50% de las ventas totales que se realizan anualmente y por ello es que las exportaciones forman una parte muy importante son el sostén de nuestro crecimiento y desarrollo de la industria del vestido. Consultar en "Grandes retos deparan a la Industria del Vestido en el nuevo milenio", *Mexcostura*, Op. Cit.

Tabla no.5. Importaciones de Textiles y Confección 1997-2000.

IMPORTACIONES DE TEXTILES Y CONFECCIÓN

1997 A 2000

INCLUYE MAQUILA - MILL DE DÓLARES

Descripción	1997	%	1998	1999	2000	%	TMCA
							1997 a 2000
Importaciones Totales	6,557	100%	7,835	8,904	10,041	100%	15%
Textiles	3,222	49%	4,056	5,200	6,345	63%	25%
- Fibras	606	9%	791	568	764	8%	8%
- Hilos	424	6%	469	595	720	7%	19%
- Tejidos	2,191	33%	2,795	4,037	4,861	48%	30%
Confección	3,335	51%	3,778	3,704	3,696	37%	3%
- Confección con Tejido de Punto	1,367	21%	1,548	1,726	1,896	19%	12%
- Confección con Tejido Plano	1,842	28%	2,077	1,791	1,576	16%	-5%
- Otras confecciones	127	2%	154	187	224	2%	21%

Fuente: Secretaría de Economía. WTA

FUENTE: Elaboración basada en el Banco de Comercio Exterior. 2002, página web oficial www.bancomext.gob.mx

Por lo respecta a las **exportaciones** en el periodo 1993-2000, las prendas de vestir de punto y no de punto representaron en promedio el 64%. Ver anexo 4

Cada día se esta especializando más en la venta de confecciones, en la **tabla no.6** podemos visualizar claramente este crecimiento, lo contrario que sucede en las importaciones de textiles: va que se registra un crecimiento de casi 14% por año.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tabla no.6. Exportaciones de textiles y confección, 1998-2000.

EXPORTACIONES DE TEXTILES Y CONFECCIÓN, 1998 A 2000

- MILLONES DE DÓLARES -

SA	Descripción	1998	1999	2000	TMCA
	TOTALES	8,788	10,163	11,288	13.3 ^{ab}
	SUMA TEXTILES (Cap. 50 a 60)	1,577	1,660	1,943	11.0 ^{ab}
	SUMA CONFECCIÓN (Cap. 61 a 63)	7,211	8,504	9,344	13.8 ^{ab}
50	SEDA	0	0	0	nr
51	LANA Y PELO FINO U ORDINARIO	38	49	79	43.9 ^{ab}
52	ALGODÓN	405	393	378	-3.4 ^{ab}
	ILAS DEMÁS FIBRAS TEXTILES				
53	VEGETALES	3	2	3	5.2 ^{ab}
	FILAMENTOS SINTÉTICOS O				
54	ARTIFICIALES	265	374	554	44.6 ^{ab}
	FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES				
55		342	262	319	-3.4 ^{ab}
56	GUATA FIELTRO Y TELAS SIN TEJER	130	156	148	6.8 ^{ab}
	ALFOMBRAS Y DEMÁS				
57	REVESTIMIENTOS	101	99	71	-15.9 ^{ab}
58	TEJIDOS ESPECIALES	154	153	200	14.0 ^{ab}
	TEJIDOS IMPREGNADOS,				
59	RECUBIERTOS	73	92	91	11.2 ^{ab}
60	TEJIDOS DE PUNTO	67	80	101	22.8 ^{ab}
	PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE				
61	VESTIR, DE PUNTO	2,433	3,067	3,256	15.7 ^{ab}
	PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE				
62	VESTIR, TEJIDO PLANO	3,970	4,487	5,171	14.1 ^{ab}
	ILAS DEMÁS ARTÍCULOS TEXTILES				
63	CONFECCIONADOS	807	950	917	6.6 ^{ab}

Fuente: Secretaría de Economía. WTA.

FUENTE: Elaboración con base en información del Banco de Comercio Exterior, 2002. Estudio completo del sector en la página web oficial www.bancomext.gob.mx

Según datos de Bancomext, durante 1999 el 54% de las exportaciones de toda la cadena textil correspondió a confección y el 16% a textiles (en el 2000, el 83% a confecciones y el 17% a textiles). Del total exportado en 1999 el 59% correspondió a exportaciones de confección de maquila. De los \$10.2 miles de millones de dólares (mm) exportados ese año, el 32% correspondió a ventas al exterior de ropa elaborada con telas planas. (Gráfica no.2).

TESIS COM
FALES DE CALZÉN

Gráfica no.2. Estructura de las exportaciones, 1999.

ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES, 1999 ^{1/} **- miles de millones USD -**



FUENTE: Elaboración con base en información del Banco de Comercio Exterior, 2002. Estudio completo del sector en la página web oficial www.bancomext.gob.mx

Para el año 2000, las exportaciones de confección ascendieron a 9.3 mmd, de las cuales los pantalones de algodón (mezclilla, principalmente) representaron la tercera parte, seguidos de camisetas de algodón, suéteres de algodón y sostenes.

Esto quiere decir que hay una fuerte concentración de las exportaciones en solo 4 productos básicos que representan el 50% de las ventas al exterior. Ver anexo 5

En cuestión del **tamaño de las empresas** (ver gráfica no.3), este influye mucho, ya que durante 1998, 760 empresas grandes y medianas confeccionistas exportaron el

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

94% del total; lo cual quiere decir que hay una extrema concentración de las exportaciones en solamente algunas empresas tanto medianas como grandes.

Gráfica no.3. Exportaciones y Empresas del sector confección, 1998.



FUENTE: Elaboración con base en el Banco de Comercio Exterior, 2002.

La situación de nuestro país respecto a la industria del vestido presenta efectos negativos, debido a la desaceleración económica, ya que según la revista *Vista Actual*,⁴² el PIB Nacional del 2001 disminuyó ligeramente el ingreso per cápita de las personas; pasando el ingreso per cápita real en pesos de 16,507 en el 2000 a 16,236 en el 2001. Respecto a esta situación, Raúl García también nos afirma que:

"La industria textil y prendas de vestir siendo una de las 8 actividades económicas que forman el 40% del Valor Agregado Bruto Nacional; resultó la más vulnerable a la recesión económica de E.U. dentro del sector manufacturero en 2001, pues descendió 10.1% comparado con el año anterior."⁴³

Actualmente, a partir de la desaceleración económica de Estados Unidos, como se menciona, la situación respecto a las importaciones y exportaciones sufrieron un

⁴² García Tabla, Raúl. "Situación actual y perspectivas de la Industria del Vestido" *revista vista actual*, editada por la CNIV, No. 247, marzo-abril 2002, p. 4

⁴³ *Ibid.*, p. 4

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

cambio, viéndose de la siguiente manera: "Las exportaciones cayeron del 7.5% anual medido al mes de mayo del 2002; las importaciones se incrementaron del 26% anual de mayo del 2001 a mayo del 2002."⁴²

Por ello es que Sandra Santamaría, Gerente de Proyectos de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido dice que:

"La recuperación de nuestro sector será muy lenta durante este año y es muy probable que no se recupere al mismo tiempo que la economía nacional u otras industrias del sector manufacturero.(...)"⁴³

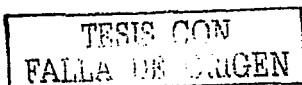
2.2 LA CULTURA EXPORTADORA EN MÉXICO.

Las relaciones comerciales han cambiado radicalmente, con todo el mundo, y en especial las vinculadas con los industriales del vestido en México, por ello es que es muy importante ahora más que nunca, analizar los problemas que enfrentamos en la industria para poder tomar cartas en el asunto y poder resolverlos o aminorarlos de la mejor manera posible.

Algunas de las limitaciones que enfrenta la industria de la confección en México son: la falta de tecnología, la falta de integración de la cadena productiva, el gran número de maquiladoras, entre otras, pero uno de los principales y como hemos podido ver claramente en el punto anterior, la mayoría de las exportaciones son realizadas por una reducida cantidad de empresas, las cuales son generalmente grandes, por lo que se puede percibir una incapacidad de la mayoría de empresas para entrar al comercio externo, siendo, obviamente, la cultura exportadora la principal limitación de la capacidad mexicana para exportar a Estados Unidos.

⁴² García Tapia, Raul. Proyecto Marca'. revista vista actual, editada por la CNIV, No. 248, México, julio-agosto 2002, p. 4

⁴³ Santamaría, Sandra. "Reactivación de la Industria del Vestido". revista vista actual, editada por la CNIV, mayo-junio 2002, p. 16

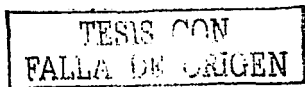


Esta situación quiere decir que existe una falta de cultura a exportar y como prueba de ello podemos ver que en 1997, 7 de cada 10 exportadores no tenían el cuidado de firmar un contrato por que no sabían que era lo más conveniente, no sabían redactarlo, o no sabían que era importante, además de que el estar insistiendo en su firma tal vez pudiera ocasionarles la pérdida de la venta, imposibilitando y dejando sin alguna otra solución, sin conocer otro camino, todo ello significa la existencia de una gran falta de cultura exportadora en nuestro país, lo cual provoca que aproximadamente el 70% de los empresarios mexicanos tengan el riesgo de no recibir el pago por sus ventas, o sean amenazados por alguna otra anomalía o violación, es decir, quedan indefensos ante lo que la otra parte pueda hacer en contra de ellos. Esto sucede porque no se tiene la suficiente información o educación de lo que es correcto, que pasos se tienen que seguir, que se tiene que llevar acabo para una compra-venta en el extranjero.⁴⁴

La falta de preparación se puede visualizar, al ver que exportadores son los que se encuentran más propensos a sufrir estas injusticias; y estos son precisamente los productores agropecuarios, seguidos por los textiles y los fabricantes del calzado, los que desean vender sus productos a como de lugar para seguir manteniéndose, por que la mayoría de veces es su única forma de sustento al ser casi siempre pequeñas empresas, predominando una estructura organizacional de tipo familiar. Por lo tanto, tomando en cuenta los obstáculos a los que se enfrenta esta industria, como es el caso de la falta de cultura exportadora debe de haber un esfuerzo por parte del gobierno y del sector privado, para generar y establecer condiciones más favorables que se enfoquen hacia el desarrollo.

Por ejemplo sería valioso el hecho de ampliar los programas ya existentes teniendo la verdadera decisión de llevarlos acabo. Sería importante extender los centros de investigación que se encuentran en las Instituciones encargadas de la promoción al comercio exterior (BANCOMEXT), contando con una mayor accesibilidad, buscandose una adecuada capacitación y/o asesoría con el objeto de que se mejoren

⁴⁴ Flores, Armando, "Siete de cada 10 exportadores no firman contratos", el economista, 1997



las actividades que cada quien desempeñe; todo ello, con el fin de que se obtuviera una mejor educación y una verdadera formación e iniciativa en todos los trabajadores o en los diferentes peldaños que integran el proceso productivo de una empresa.

Por ello es que en la publicación de Bancomext, de México Exporta Textil y Confección, se afirma que:

"(...) se necesita una mayor capacitación de los mandos intermedios y de los técnicos de las empresas para hacer más eficiente su administración y procesos productivos y alcanzar de esta forma, la competitividad que se requiere."⁴⁵

Además es necesario que las empresas mexicanas se enfoquen a cumplir con las normas que se exigen en el extranjero, (competencia, gustos y preferencias) con la calidad, el precio, con la entrega eficaz de la mercancía, diseñando estrategias de penetración, de acuerdo a las características del producto, mercado y tipo de negocio, es decir trazando los canales de distribución y comercialización, entre otros. Por esa razón se: "Requieren recursos humanos capacitados tanto en el aspecto técnico como en materia de comercialización y mercadotecnia internacional." ⁴⁶

El fin de estas acciones o en sí de esta formación es precisamente para que se pueda fomentar una autentica cultura en cuanto a productividad y calidad y por consiguiente una cultura a exportar, con el propósito de que un mayor número de empresarios de la industria del vestido tengan mayores facilidades para exportar sus productos con la ayuda de la banca de desarrollo y con ello que nuestro país consiga colocarse en un buen nivel respecto a sus competidores confeccionistas internacionales.

Entre las instituciones más importantes que apoyan a las empresas en esta Industria se encuentran Bancomext⁴⁷ y la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, que

⁴⁵ México Exporta Textil y Confección BANCOMEXT México 1999 p 12

⁴⁶ íbid p 6

⁴⁷ De acuerdo a mi investigación, encuentro que BANCOMEXT junto con diversos organismos han desarrollado eventos que son enfocados para mejorar y promover la actividad exportadora de las empresas de la industria de la confección a través de programas como "México exporta "

otorgan un apoyo completo de servicios y productos, tanto para los fabricantes que inician sus exportaciones, así como para los exportadores que quieran consolidarlas. Estas Instituciones y los servicios que ofrecen podremos verlos más visiblemente en el siguiente capítulo.

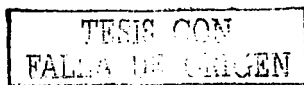
Por su parte, Bancomext, como instrumento del gobierno Federal, su misión ha sido promover el Comercio Exterior, incorporando a más empresas a la actividad exportadora, buscando fortalecer la competitividad internacional de las empresas mexicanas, dando prioridad a las pequeñas y medianas empresas (PYMES).

Los apoyos que ofrece el Banco, permiten competir a nuestros exportadores en los mercados externos en condiciones semejantes a las que tienen los empresarios de otros países. Los servicios que se otorgan se presentan en materia de: capacitación, Información, asesoría, asistencia técnica, coordinación de proyectos, garantías en exportación y hasta financiamiento (tal como crédito, garantías, avales, servicios de banca de inversión etc.).⁴⁸

Por lo que corresponde al servicio de información, los fabricantes de prendas de vestir pueden conocer más acerca del mercado en cuestión con publicaciones especializadas, a través de la consulta de publicaciones, estadísticas de comercio exterior, bases de datos, estudios de mercado, entre otras cosas para saber como penetrar en este caso, al país al que nos estamos dirigiendo que es Estados Unidos. El servicio de cierta manera, fomentará la curiosidad y la educación, cimentará los conocimientos básicos de nuestro mercado para ir incrementando nuestras bases como a su vez ir desarrollando una verdadera cultura a exportar.

Una de las publicaciones más importantes que edita BANCOMEXT para ayudar al desenvolvimiento exportador, en específico para aprender a exportar, esta "La Guía Básica del Exportador y Documentos Técnicos". Además se ofrece el servicio de asesoría que consiste en asesorar precisamente en cuestión de los trámites y

⁴⁸ Textil y Prendas de vestir, Guía de Exportación Sectorial, BANCOMEXT, México, 1999, pp. 109-111



documentos que se necesitan para poder exportar exitosamente, de igual forma se da la asesoría de los aranceles que se tienen que pagar y de las posibles preferencias (establecidas en ciertos tratados en este caso en el TLCAN) que se pueden aprovechar.

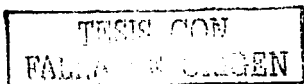
Se puede solicitar un estudio de asesoría especializada, cuando se trata de entender a detalle las normas técnicas, por ejemplo de una prenda de vestir en nuestro caso.

La capacitación corresponde a la preparación, los cursos que se van a ofrecer son meramente para exportar, dirigidos a las empresas que muestren interés en vender al exterior, incluyendo seminarios especializados que cubren sectores específicos, que en nuestro caso sería la industria del vestido.

Existe capacitación por parte de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, que ofrece cursos especializados en el sector, como: patronaje, graduación y trazo por computadora, tendido y corte entre otros; todo ello con el fin de que las empresas estén al día, capaces de tener respuesta a la demanda que se presente tanto internamente como externamente.

La Cámara también maneja diferentes proyectos de competitividad, distintos programas que están encaminados a incrementar la productividad y por supuesto el Programa de apoyo a la cadena Fibras-Textil-Confección. Por lo tanto, la capacitación no se debe ver como un gasto, sino como una inversión que conlleva a la optimización de la calidad en el producto colocando a la empresa en un ámbito de calidad y competitividad mundial. La Capacitación debe ser permanente para que la empresa sea productiva y con ello contribuir al desarrollo y al progreso de nuestra sociedad; es impartida bajo los propios costos de la empresa, y el gobierno coordina el servicio. El servicio de capacitación, nos da las bases y la preparación necesaria para poder exportar.

El servicio de asistencia técnica por su parte, consiste en una asesoría especial, que favorece a proyectos sobre esta índole, presentados por las empresas (PYMES); este



servicio canaliza tanto recursos técnicos como económicos con el fin de que contribuyan al mejoramiento de la producción y comercialización, es decir, con el objeto de aumentar la calidad y competitividad de nuestros productos confeccionados en este caso hacia Estados Unidos.

Las asesorías en la industria de la confección podrían ser por ejemplo, para adecuar el diseño de las prendas en relación a los gustos del mercado externo, para certificar alguna norma internacional, para mejorar el proceso técnico de alguna prenda en especial, etc.

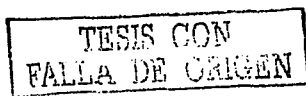
Por otra parte, también tenemos exposiciones o ferias en nuestro país, como medio de apoyo para la promoción de una cultura de exportación en las empresas; entre ellas se encuentra Expocostura que en 1999 logró reunir expositores nacionales y extranjeros de 14 países. En las exposiciones se establece contacto directo con las empresas de otros países, son un mecanismo para hacer buenos negocios, ya que es un foro de oportunidades para saber como responder a los mercados extranjeros y en este caso en base a nuestra producción de prendas. Expocostura también fue una base para reunir a diversas firmas destacadas de la confección para traer maquinaria y en sí tecnología avanzada; de acuerdo con la revista de la Industria de la confección y el vestido:

*"(...) Expo Costura tiene como objetivo fundamental contribuir con el desarrollo, mejoramiento y fortalecimiento de la industria de la confección de México, a través de la promoción de la más moderna tecnología y asesoría que existen en nuestro país y el mundo"*⁴⁹

En Expocostura se llevaron acabo seminarios y conferencias, en donde se despertaba el interés de los industriales asistentes, es decir, provocando de un modo u otro, una distinta formación, una nueva cultura.

En 1998, para fortalecer la cultura exportadora de la comunidad empresarial y ampliar la oferta de servicios del Banco, se han formalizado 58 convenios de colaboración

⁴⁹ "Expocostura, la mejor de toda la historia". Revista de la Industria de la Confección y el Vestido Año 5, No 20, Febrero-Abril del 2001. www.mexcostura.com.mx



con instituciones de educación superior y Universidades para establecer en sus instalaciones centros de atención al público que ofrecen información y asesoría. A finales de 1998 operaban 48 centros.

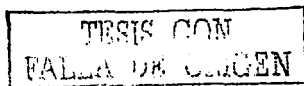
En otras palabras, los retos ⁵⁰ que se debe proponer una empresa exportadora son:

- Aprovechar las ventajas y oportunidades que se presenten.
- Aumentar la competitividad de sus productos y/o servicios, calidad, precio, etc.
- Identificar y atacar adecuadamente nichos de mercado.
- Es importante diseñar estrategias de exportación de acuerdo a las necesidades del mercado de destino y a las características de los productos.
- Asistir a las ferias internacionales en México.
- Buscar alianzas estratégicas, dentro y fuera del país.

En concreto, sería necesario que se hiciera un estudio bien definido de cómo poder conquistar los mercados mundiales, así como tener en cuenta que un buen negocio se construye, se finca y se ven los resultados a mediano y largo plazo, no a corto plazo, como todos los quisiéramos visualizar (característica significativa de la cultura mexicana).

El conquistar el mercado no significa aumentar ventas sino que el objetivo principal se refiere a mantener una estabilidad y una permanencia en el cliente externo, para de cierta manera beneficiar al país económicamente con la entrada de divisas procedentes de las exportaciones y de las transacciones comerciales.

⁵⁰ Para mayor información consultar en la Revista de Negocios Internacionales www.gancomest.com.mx/revistaneg/feq99/REQUISITOSYPREFERENCIAS.pdf p 27



2.3 LA PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO CON DESTINO A ESTADOS UNIDOS.

Ninguna otra clase de importaciones de manufacturas, en Estados Unidos, tuvo tan fuertes restricciones durante tanto tiempo como las importaciones del sector textil en general, ya que los productos de confección mexicanos que se destinaban a Estados Unidos estaban limitados por un acuerdo bilateral subordinado al Acuerdo Multifibras(MFA creado en 1992), y que por lo tanto las cuotas que se nos imponían se basaban en la participación histórica de mercado, por lo que resultaba que nuestro país no podía competir eficazmente, por el tamaño de su cuota tratándose de un mercado relativamente reciente.

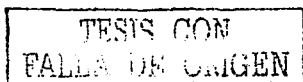
Pero toda esta situación comenzó a cambiar a partir del Tratado del Libre Comercio, debido a que la mayoría de las restricciones se redujeron y desaparecieron paulatinamente.⁵¹

Nuestras exportaciones de ropa a Estados Unidos, según estudios, aumentaron debido a las oportunidades que trajo precisamente el Tratado de Libre Comercio, ya que este le dio un mayor impulso a la industria. Aparte de que también nuestras exportaciones se incrementaron como efecto del aumento de asociaciones entre las empresas estadounidenses y mexicanas.

Estas condiciones provocaron que el mercado norteamericano fuera considerado el mercado natural tanto de productos confeccionados como de productos textiles mexicanos, que conforme a la guía de exportación sectorial de Bancomext, para 1999:

"(...) Estados Unidos importa alrededor del 50% de nuestras exportaciones de textiles, el 90% de prendas de vestir y el 75% de otros textiles confeccionados."⁵²

⁵¹ A partir del TLCAN, la mayoría de prendas de vestir quedaron libres de aranceles, incluyendo las prendas de tipo artesanal. Los artículos de Lana, por otra parte, quedaban eliminados hasta el final hasta este año, 2003. Sistema de Información Empresarial Mexicano, 1999, p. 5 www.siem.gob.mx y SECOFI actualmente Secretaría de Economía, página Web oficial, www.secofi-snci.gob.mx/TEXTIL
⁵² *Textil y Prendas de vestir*, Op. Cit. p. 15



En otras palabras, a partir del TLCAN, el principal destino de nuestras exportaciones, en estos productos, fue Estados Unidos; de igual forma nos podemos percatar que fuimos su principal proveedor, ⁵³ hasta el 2001.

Desde 1996 se había superado a países fuertes, respecto a esta industria, como los son China y Hong Kong.

"Se dejaba atrás principalmente a China, que desde hacia tiempo era el mayor importador de este mercado."⁵⁴

De acuerdo a la red, a partir del tratado de libre comercio las cifras en cuanto a exportaciones de confección se refiere, quedaban de la siguiente manera:

"Así las exportaciones mexicanas a USA pasan de ser un 33% en 1994 a un 54% en 1995, convirtiéndose en 1997 en el primer exportador a los Estados Unidos, desplazando a China, con unas exportaciones en 1999 de 11.2 mil millones de dólares."⁵⁵

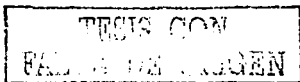
Por otro lado, por lo que corresponde a las principales prendas de vestir que México ha exportado hacia Estados Unidos, tenemos:

- Prendas confeccionadas con fieltro, trajes,
- Pantalones y camisetas interiores para caballero de algodón,
- Pantalones de algodón para niño mujer o niña,
- Vestidos de algodón,
- Sostenes,
- Camisas y blusas para dama de fibras sintéticas,
- Pantalones vaqueros,

⁵³ Según con estimaciones en cifras comerciales, en 1996 las exportaciones de prendas de vestir mexicanas hacia el país vecino pasaron al primer lugar, siguiendo las de Canadá y China después. Antes de que se pusiera en vigor el Tratado de Libre Comercio las exportaciones mexicanas ocupaban el octavo lugar. Se produjo un desplazamiento en el primer lugar mundial de textil de sudeste asiático hacia México. Consultar en "Textil y Confección" www.unam.mx/foros/inversiones/foros/ingles/ingles.htm, y en la página web de la UNAM www.unam.mx/foros/inversiones/foros/ingles/ingles.htm.

⁵⁴ Señalaron analistas económicos que las prendas de vestir de China podrían volver a ocupar el primer sitio en exportaciones hacia Estados Unidos, conforme a cifras. Para más información consultar en el portal de la UNAM: www.unam.mx

⁵⁵ "Textil y Confección". www.foroexternaciones.com



- Camisas y camisetas de fibras artificiales para hombre,
- Faldas de tejidos naturales y de fibras sintéticas,
- Ropa en general para diversas marcas de prestigio.⁵⁶

Pero en realidad, el mayor número de las exportaciones de confección de nuestro país hacia Estados Unidos se basa en artículos de mezclilla, principalmente en pantalones, y debido al gran número que se exporta, permite que la situación dependa directamente de las fluctuaciones en consumo y producción del mercado estadounidense.

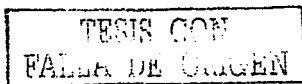
La Industria de la Confección es uno de los sectores más importantes en México, puesto que representa o es una fuente significativa tanto para el empleo de la población como para la economía del país en general (exportaciones), además de que este es un camino para aumentar la entrada de la inversión extranjera.

En resumen, se puede decir que a consecuencia de estas características, a partir del Tratado de Libre Comercio, ha habido un desarrollo sostenido en nuestro país: aumento de establecimientos, personal ocupado, exportaciones e importaciones de productos; contribuyendo con la creación de trabajo, promoción de infraestructura en las regiones, ampliación de las oportunidades para negocios locales y fomento del establecimiento de proveedores en zonas conurbanas (sobre todo en donde la gente vive de la industria del vestido).

Los resultados que se obtuvieron en el subsector de la confección, a partir del TLCAN, se pueden señalar en la revista de la industria del vestido Internacional, ya que confirma que:

"[...] México incrementó su participación en el mercado de los EEUU de 1994 a 1997, en mezclilla, pantalones de algodón y fibra sintética, camisetas de algodón y suéteres de algodón y fibras sintéticas. En todos los casos, el aumento de México se debió a la disminución de la exportación de los principales países de Oriente. La Competencia de

⁵⁶ De acuerdo con Cortazar, Mercedes. "La competitividad de México en Exportación", p 2
 Página Web, actualmente de la Secretaría de Economía www.secofi-snci.gob.mx
 Página Web del Sistema Empresarial Mexicano www.siem.gob.mx/siem2000



México en el mercado de EEUU no ha sido tan grande últimamente con los países orientales como los de Centroamérica y el Caribe. La razón es que se dirigen al mismo mercado: el de precio y calidad medio-alto.³⁷

Ya para 1998, es indiscutible la posición que ocupaba México a nivel mundial como exportador, ya que en ese momento, era el principal proveedor de las importaciones de esa rama hacia Estados Unidos, siendo el primer lugar en pantalones de mezclilla, sostenes y camisetas a Estados Unidos; y el segundo lugar en pantalones de fibras sintéticas.

En cuestión de cifras, tenemos las siguientes, que creo que son unas de las más precisas referentes al total del valor de confección que se exportó en general y lo que se destinó hacia Estados Unidos en particular.

Según el INEGI, el total del valor de la exportación de prendas y complementos de vestir de punto, por año, a partir de 1994 al 2000 se percibió como en la tabla no.7:

Tabla no.7. Total del valor de la Exportación de prendas y complementos de vestir de punto.

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1,355,708	5,530,903	9,685,352	16,179,896	22,476,614	29,283,115	30,831,954

(Miles de pesos) NOTA: Incluye Industria Maquiladora de Exportación.

FUENTE: Elaboración propia con base en los datos de INEGI. Anuarios Estadísticos del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos (varios años), 2000 y 2001.

Del total del valor exportado, se desprende lo que se **destino hacia Estados Unidos**, (tabla no.8):

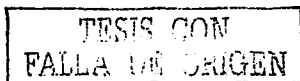
Tabla no.8. Valor de la exportación de prendas y complementos de vestir de punto según país de destino.

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1 312 010	5 380 463	9 391 689	15 429 542	20 744 014	26 778 232	28 769 212

Nota: Incluye Industria Maquiladora de Exportación.

FUENTE: Elaboración propia con base en los datos de INEGI. Anuarios Estadísticos del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos (varios años), 2000 y 2001.

³⁷ "La competitividad de Mexico en exportación" Página Web de la Revista de la Industria de Vestido Internacional. www.aumag.com



Por lo que corresponde a **el total del valor de la exportación de prendas y complementos de vestir, excepto los de punto**, por año, a partir de 1994 al 2000 se presenta de la siguiente manera (**tabla no.9**):

Tabla no.9. Total del valor de la Exportación de prendas y complementos de vestir excepto los de punto.

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
3,692,271	10,283,057	17,352,967	26,810,244	36,672,922	42,851,664	48,957,852

(Miles de pesos) NOTA Incluye Industria Maquiladora de Exportación

FUENTE: Elaboración propia con base en los datos de INEGI Anuarios Estadísticos del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos (varios años), 2000 y 2001

Del total del valor exportado, se desprende lo que se **destino hacia Estados Unidos** en la **tabla no.10**:

Tabla no.10. Valor de la exportación de prendas y complementos de vestir excepto los de punto según país de destino.

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
3,638,865	10,093,050	16,929,408	26,006,174	35,732,030	41,536,398	46,869,570

(Miles de pesos) NOTA Incluye Industria Maquiladora de Exportación

FUENTE: Elaboración propia con base en los datos de INEGI Anuarios Estadísticos del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos (varios años), 2000 y 2001

En el **anexo 6** se reproducen cuadros comparativos de un estudio elaborado por una prestigiada consultoría de los EE.UU., a fin de comparar cifras mexicanas con estadounidenses en el cual se analiza las principales importaciones realizadas por los EE.UU.

Como podemos ver, en cuestión del valor de la exportación de prendas y complementos de vestir de punto y no de punto, son muy altas las cantidades de lo que se dirige hacia Estados Unidos en relación a el total exportado, es decir, realmente este país es nuestro principal mercado; aunque no debemos de olvidar la preferencia que las grandes firmas han encontrado en México para manufacturar sus prendas, es decir, que una parte considerable corresponde a la industria maquiladora,

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

sobre todo en los procesos finales de producción y terminado de la prenda, lo cual es una desventaja para nuestro país.

Históricamente el mercado norteamericano ha sido el principal país de destino de las exportaciones mexicanas del sector. En el año 2000, el mercado de EE.UU. absorbió el 95% de las exportaciones mexicanas de confección como se muestra en la **gráfica no.4**.

Gráfica no.4. Mercados de destino de las exportaciones mexicanas de productos de confección.



FUENTE: Elaboración de la gráfica con base en el Banco de Comercio Exterior, 2002.

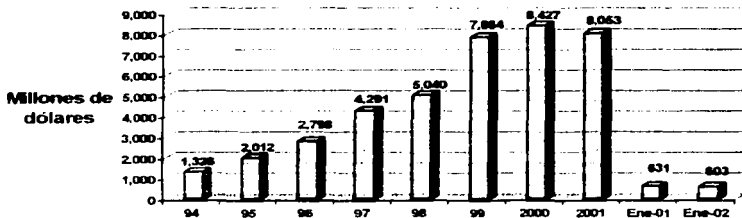
En el **anexo 7** se reproduce el destino que han tenido los principales productos del sector textil en general, siendo las exportaciones a EE.UU. las que han predominado.

Actualmente la situación ya no es la misma, a partir de ciertos cambios, principalmente por la desaceleración de Estados Unidos en el 2001, nuestras exportaciones bajaron, además de que los productos provenientes de China se han colocado fuertemente en el mercado.

En la siguiente gráfica (no.5) se ve como nuestras exportaciones han descendido.

Gráfica no.5. Exportaciones Totales de la Industria del Vestido.

Exportaciones Totales de la Industria del Vestido



FUENTE: Elaboración propia con base en la revista Vista Actual de marzo-abril 2002. No. 247. p. 5

El cambio que se ha dado corresponde a diversos factores, antes los fabricantes tenían gran satisfacción por productos mexicanos, como por ejemplo, el presidente de fashion jeans company Mudd, Dick Gilbert, depositaba el 90% de sus pedidos en fabricas mexicanas y hacia la mitad del 2001, cambio el 80% a fabricas del lejano oriente, sobre todo hacia China. Gilbert dijo "era muy bueno por un rato pero el Oriente es un mejor competidor, un mejor jugador"; pero sin embargo Gilbert, ha dicho, que todavía encuentra a México bastante atractivo para guardar 10% de la producción.⁵⁸

⁵⁸ Ramey, Joanna. "Mexico no longer top market for U.S. textiles", Fairchild publications, Inc. May 21. 2002.

2.4 LA COMPETENCIA INTERNACIONAL EN EE.UU. RESPECTO A PRODUCTOS CONFECCIONADOS.

Para comenzar con este espacio, es importante mencionar información básica, como por ejemplo, algunas de las características del mercado de la confección en Estados Unidos, con el propósito de que nos permitan obtener una mejor visión hacia a donde nos dirigimos.

Según datos del Departamento de Comercio de los EE.UU., durante el año 2000, este país importó más de \$76 mil millones de dólares, de los cuales \$60,200 correspondieron a confecciones. Hubo un crecimiento del 13% en sus compras de 1999 al 2000. **Ver anexo 8**

Por lo que respecta al 2001, las importaciones estadounidenses de todo el sector textil en general, registraron un ascenso importante; pasaron de 5.4 miles de mdd en enero del 2000 a 6.6 miles de mdd del mismo mes del 2001.³⁴ Hubo gran predominio en estas cifras de importaciones de prendas y complementos de vestir en su conjunto.

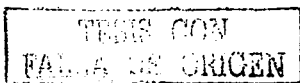
Por otro lado, en la siguiente tabla (no.11) se reproducen el valor de los principales productos importados por Estados Unidos en el 2001.

Tabla no.11. Principales productos importados en el mercado de Norteamérica 2001.

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS EN EL MERCADO DE NORTEAMÉRICA – 2001

Fracción	Descripción	Valor*
611020	Suéteres de algodón	5,815
620462	Pantalón de algodón p/ mujer	4,706
620342	Pantalón de algodón p/ hombre	4,486
611020	Suéteres de fibras sintéticas	3,299
610910	Camisetas interiores de algodón	2,328
620520	Camisas de vestir de algodón	1,826
610510	Playeras de punto de algodón	1,459

³⁴ Estudio completo del sector textil y del vestido. www.bancomext.gob.mx



620343	Pantalón de fibra sintética p/hombre	1,326
621210	Sostenes	1,278
611090	Suéteres de las demás mat. textiles	1,147
611010	Suéteres de lana	1,106
611120	Prendas p/bebé, de punto de algodón	1,101
620193	Abrigos de fibra sintética o artificial/hom.	1,075
620630	Blusas de algodón p/ mujer	1,042
620463	Pantalón de fibra sintética p/mujer	1,016
620640	Blusas de fibra sintética o artif. /mujer	751
620530	Camisas de fibra sint. / artif./hombre	705
630260	Ropa de baño o cocina en toalla algod.	670
620469	Pantalón de las demás mat. textil/mujer	635
620293	Abrigos de fibra sintética o artificial/muj.	615

-Cifras en millones de dólares estadounidenses

Fuente: Elaborado por la Compañía Comercial de Los Angeles con datos del U.S. Department of Commerce

FUENTE: Elaboración de la tabla con base en el Banco de Comercio Exterior. "Norteamérica Retos y Oportunidades del Sector textil y confección", 2002 Diapositivas 9-10 Pagina web oficial www.bancomext.gob.mx

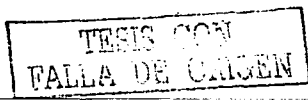
Debido a que ha ido a la baja la producción interna de estados Unidos y han ido creciendo sus importaciones, existe gran competencia por entrar a este mercado.

En conclusión, las características con la que cuenta el sector de la confección en Estados Unidos hoy en día son:

- Tendencia a la baja en la producción.
- Dinamismo en actividades de subcontratación
- Afectado por la recesión del 2001
- La entrada de China y Taiwán en la OMC permitió mejores condiciones de mercado a estos países, respecto a EE.UU.
- Producción en Estados Unidos en 2001 por 33,994 Millones de dólares, 12% inferior respecto al 2000.
- California y Nueva York, principales centros productores.¹⁰⁰

Después de conocer algunas cifras estadísticas es importante mencionar otras características, por ejemplo, que la industria de la confección en Estados Unidos se encuentra formada por 2 tipos de empresas:

¹⁰⁰ "Norteamérica Retos y Oportunidades, sector textil y confección", diapositiva 6 www.bancomext.gob.mx



1.- Las empresas que producen gran cantidad de ropa básica estandarizada (Blue Jeans, Levi Strauss), ropa interior (Fruit of the Loom, Sara Lee) y camisas de vestir para caballero (Phillips, Van Heusen, Arrow entre otras). Este tipo de empresas tienen grandes plantas productoras, tienen una red de producción en México, la Cuenca del Caribe y Asia con contratos de producción.

2.- El segundo grupo de empresas se dedica a fabricar prendas de moda, como es ropa exterior para dama, suéteres y ropa infantil; se localizan en los Ángeles y Nueva York principalmente. Cuentan con producción fuera de los Estados Unidos.

En este tipo de empresas, sus distribuidores y diseñadores importan altos volúmenes de ropa para hombres y mujeres de Asia. La producción de maquila generalmente se orienta hacia México, debido a que se aprovecho la proximidad (bajan los costos del transporte y mano de obra) y en sí se aprovecharon las ventajas que trajo el Tratado de Libre Comercio.⁶¹

Por otro lado, los principales mercados en Estados Unidos para productos confeccionados se encuentran en: Los Ángeles, Dallas, Nueva York y Miami; en estos lugares son en donde se concentran las oficinas de compras de grandes cadenas departamentales de distribuidores, fabricantes y principalmente de importadores de ropa. Estas oficinas tienen contacto con los principales centros comerciales en los Estados Unidos.

En cuanto a los canales de comercialización o de distribución ⁶² se refiere, los más usuales en EE.UU. para las prendas de vestir son:

1. Tiendas de descuento
2. Tiendas departamentales
3. Tiendas especializadas
4. Cadenas de tiendas
5. Venta directa por correo e Internet

⁶¹ "Mexico Exports Textil y Confeccion". Op Cit. p 9

⁶² "Acceso a Mercados", estudio completo del sector. www.bancomext.gob.mx

6. Tiendas de saldos.

Los canales de comercialización responden a un determinado segmento que la empresa y producto estén interesados en penetrar, es por ello que existen diferentes segmentos de mercado y estos son:

- ✓ El primero, es el segmento alto y más sofisticado ya que corresponde al diseñador que busca diseños exclusivos y pequeño volumen del producto;
- ✓ El segundo es el segmento medio alto, representado por boutiques, tiendas especializadas y departamentales que buscan marca, moda y servicio;
- ✓ En el segmento medio bajo se agrupan el resto de tiendas que manejan mercancía general y que están interesadas en precio atractivo, ropa moderna y con calidad adecuada;
- ✓ Finalmente se tiene el segmento bajo de mercado que es en donde se sitúan los comerciantes al mayoreo y las tiendas de descuento que buscan primordialmente precios bajos, altos volúmenes y no mantienen fidelidad con sus proveedores.

Es muy importante mencionar, por otro lado, al Acuerdo Multifibras,³ que es visto como una de las más fuertes competencias, ya que al quedar desmantelado en enero del 2004, significara el inicio de la liberación del comercio mundial de productos textiles y de la confección, lo cual traerá beneficios a muchos países, pero al mismo tiempo también serán perjudicados otros, cómo es nuestro caso, en donde llegarán a su fin las ventajas relativas con las que cuenta nuestra industria del vestido.

³ El AMF es un acuerdo especial aceptado por el GATT. Su objetivo es conservar el "comercio libre" en el sector de textil y de sus partes (perturbaciones) en algunos segmentos del mercado y proteger la industria textil de algunos países industrializados. El Acuerdo Multifibras limita las exportaciones de países del Tercer Mundo (cuya mano de obra es más barata) hacia los grandes países consumidores (UE, EE.UU.). El AMF no provee aranceles, pero sí contingentes para cierto grupo de productos.

Con la creación de la Organización mundial del Comercio (OMC) en 1994, el AMF deberá dejar de aplicarse gradualmente en los próximos 10 años. Los nuevos países intermedios del Tercer Mundo serán los principales beneficiarios de la liberalización prevista. Consultar en la red: "Textiles y ropa: Migración hacia los países con mano de obra barata". 1995 www.eurosur.org/EETA/c10.htm

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La competencia de productos confeccionados en Estados Unidos es muy grande, especialmente con los productos asiáticos, porque aunque México tenga una ventaja comparativa principalmente en proximidad geográfica y en costos de mano de obra, en estos países existen los salarios más bajos, además de que se cuenta con una alta eficiencia tecnológica y organizativa así como con gran experiencia en el mercado internacional. En cuanto a maquiladoras se refiere, también nuestro país vecino esta utilizando otros lugares para producir o armar ropa con componentes de origen asiático, para evitar controles de cuotas, salarios más altos y la apreciación de las monedas.

El tipo de comentarios que a menudo se hacían escuchar, eran como el que hizo el presidente de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido:

"(...) México sigue siendo el principal proveedor de ropa al mercado de los Estados Unidos, por encima de la República popular de China y los países de la denominada Cuenca del Caribe." ⁵⁴

Nuestro país fue el principal y el primer proveedor de ropa de los Estados Unidos en la etapa posterior al tratado de libre comercio, ahora la situación es diferente, actualmente las empresas de la industria del vestido que exportaban gran producción hacia Estados Unidos, han tenido que dirigirse hacia otros mercados, debido a que este país ha diversificado también a sus proveedores, poniendo gran atención hacia Centroamérica, países de la cuenca del caribe, hacia naciones asiáticas como China, la India, Bangladesh, Hong Kong, Taiwán, Pakistán, etc.; en este aspecto no podemos ofrecer los mismos precios, pero si podemos ofrecer calidad en los productos y competir de una manera distinta.

En el 2000, los competidores directos de México, fueron países del CBI (Iniciativa de la Cuenca del Caribe), China por supuesto, Hong Kong, Canadá y Corea del Sur, como se puede apreciar en la gráfica no.6. Por lo que corresponde a las

⁵⁴ De acuerdo con palabras del Presidente de La Cámara Nacional de la Industria del Vestido en la vigésima cuarta edición, 2000, del congreso Nacional de esta Cámara. Para más información consultar en Mexcostura, Revista de la Confección y el vestido, No. 20, Mexico, Febrero-Abril, 2001.

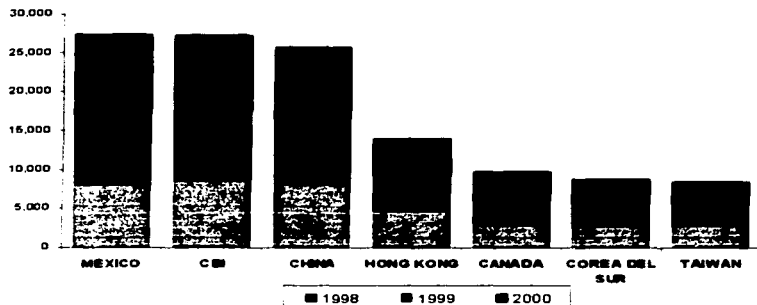
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

exportaciones derivadas de los esquemas de maquila, nuestros competidores directos han sido los 25 países de la Cuenca del Caribe.

Gráfica no.6. Importaciones de textil y confección de Estados, países seleccionados.

EE.UU.: IMPORTACIONES DE TEXTIL Y CONFECCIÓN, PAÍSES SELECCIONADOS

IMPORTACIONES TOTALES, MILLONES DE DÓLARES



Fuente: U.S. Department of Commerce, OTEXA. Office of Textiles and Apparel

FUENTE: Elaboración de la gráfica con base en el Banco de Comercio Exterior, 2002.

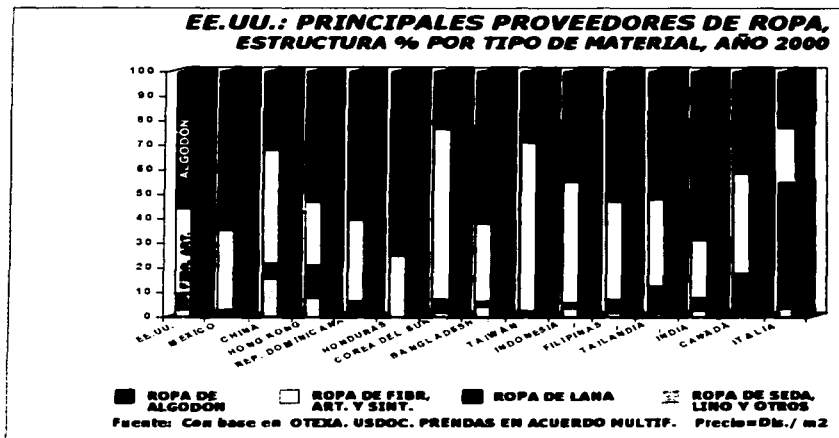
Las exportaciones de nuestro país están muy concentradas en ropa de algodón (ver gráfica no.7), las cuales se encuentran por arriba de la composición promedio de las compras de los EE.UU., siendo superadas solamente por Honduras, con 75% de sus exportaciones a los EE.UU. y la India con 68% de sus ventas a dicho mercado.

La principal ventaja competitiva que tiene México frente a los países de Lejano Oriente es nuestra cercanía con Estados Unidos, ya que a pesar de que estos países cuentan con bajos costos por mano de obra, una de sus principales desventajas, en especial de China, es por la distancia, provocando que no puedan atender tan rápido

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

a los pedidos. Es por ello que es importante contar con la colaboración de los textiles para ofrecer y mantenernos con una constante respuesta rápida, siendo estos procesos los que más alargan el tiempo de respuesta.

Gráfica no.7. Principales proveedores de ropa de Estados Unidos.



FUENTE: Elaboración de la gráfica con base en el Banco de Comercio Exterior, 2002.

Esto quiere decir que el valor agregado es importante, pero actualmente el reaccionar rápido es indispensable, porque la velocidad indica competitividad. Esta característica tenemos que aprovecharla, ya que es en donde podemos competir contra los países de Asia, principalmente contra China; es en donde hay que hacernos fuertes para tener confiabilidad y cumplimiento ante nuestro mercado.

Para llevar a cabo esta estrategia, se debe de hacer una planeación con responsabilidad y organización, contar con un programa, conocer el proceso de

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

producción, de respuesta, conocer el producto, los inventarios, consumos y proveedores, para anticiparse a los hechos y ser eficientes con el servicio.

Dentro del grupo de los 20 principales productos importados por Estados Unidos, México perdió participación en el mercado, en el periodo 2000-2001, debido a que sus competidores se encuentran con importantes crecimientos.

Entre los productos que va perdiendo participación México, son:

PRODUCTOS CRÍTICOS¹³

- **Camisas de vestir de algodón para hombre**
México cayó de la 7ª. a la décima posición -32%
Competidores: Sri Lanka e Indonesia
- **Playeras de algodón tipo polo para hombre**
México pasó de la posición 4ª a la 10 -45%
Competidores: Pakistán, India, Guatemala
- **Blusas de algodón para mujer**
México cayó de la 8ª a la 9ª. Posición -18%
Competidores: China, Tailandia, Camboya
- **Pantalones de algodón p/ hombre**
México primer lugar pero cayó 12%
Guatemala +30% y Nicaragua +13.5%

También dentro del grupo de los 20 principales productos importados por Estados Unidos, México va ganando participación en el mercado, en el periodo 2000-2001, debido a que su posición es relativamente sólida ante los competidores.

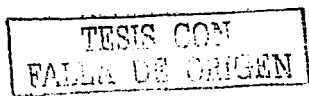
Entre los productos que va ganando participación México, están:

PRODUCTOS CON POTENCIAL¹⁴

- **Suéteres de algodón**
Principal producto importado por E.U. en el 2001, México avanza de la 3era. a la 2ª.
Posición +1%
Competidores: Honduras +17% y Guatemala +9%
- **Pantalones de algodón para mujer**
México es el primer lugar con 30% del mercado
Competidores: Hong Kong -6%, China -30%
- **Prendas de punto para bebé, de algodón**

¹³ Consultar en "Norteamérica Retos y Oportunidades en el Sector Textil y Confección", 2002, diapositiva 12.
Página web oficial del Banco de Comercio Exterior: www.bancomext.gob.mx

¹⁴ Ibid diapositiva 14



México avanzó de la octava a la 7ª. posición +16.2%
 Competidores: Malasia +31%, Indonesia +52% y Sri Lanka +43%

En Estados Unidos, existe una clara demanda de diferentes productos confeccionados (**ver tabla no.12**), son en los cuales se pudiera tener una oportunidad de negocios, ya que teniendo estos identificados, es más fácil buscar la forma promocionarlos para comercializarlos.

Tabla no.12. Oportunidades Comerciales en confección.

OPORTUNIDADES COMERCIALES

Confección: Atlanta, Los Ángeles, Miami, Montreal, Vancouver

Producto	Oportunidades	Características	Competencia	Tarifa Arancelaria
Sacos de lana	Todo el año	Sacos de lana casuales y de vestir para caballero	Italia Canadá Colombia	2.2 %
Pantalones de lana	Todo el año	Pantalones de vestir para hombre	Italia Canadá Rep. Dominicana	Exento
Playeras deportivas para mujer	Todo el año	Playeras deportivas para mujer de fibras sintéticas	China Indonesia Corea del Sur	Exento
Pantalones de mezclilla	Todo el año	Pantalones de mezclilla en general	Costa Rica Guatemala Hong Kong	Exento
Pantalones cortos	Todo el año	Pantalones cortos de algodón tipo bermuda	México Nicaragua Honduras	Exento
Suéteres y sudaderas	Todo el año	Suéteres y sudaderas de algodón para hombre	Hong Kong Corea del Sur Taiwan	Exento
Ropa interior	Todo el año	Ropa interior para mujer y niña, de algodón	China Pakistán India	Exento
Medias	Todo el año	Media de algodón deportiva y de vestir para mujer y niña	Corea del Sur Costa Rica Canadá China	Exento
Guantes	Otón e Invierno	Guantes en tejido de punto de fibras sintéticas	Taiwan Filipinas	Exento
Playeras de tejido de punto de algodón	Todo el año	Bajo programa de subcontratación	Honduras El Salvador República Dominicana	Libre
Camiseta tipo polo de tejido de punto	Todo el año	Bajo programa de subcontratación	Pakistán India Filipinas	Libre

FUENTE: Elaboración propia con base en la página web oficial del Banco de Comercio Exterior, www.bancocomext.gob.mx, 2002 apartado Norteamérica. Retos y Oportunidades en el Sector Textil y Confección, diapositiva 15-18

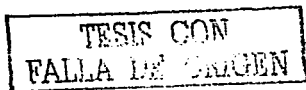
**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CAPITULO 3: LA PROMOCIÓN AL EXTRANJERO: LOS EVENTOS INTERNACIONALES EN LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN MEXICANA EN ESTADOS UNIDOS

Es importante conocer las herramientas que actualmente posee nuestra Industria del vestido para acceder al mercado de Estados Unidos. Las herramientas son los instrumentos que nos van a ayudar a integrarnos a un mercado, son de cierta manera las cualidades que tenemos para poder ingresar y poder mantenernos en un espacio. Existen distintas herramientas, en primera instancia contamos con herramientas propias que nos ha proporcionado la naturaleza, por ejemplo, la gran variedad de materias primas o recursos naturales que ayudan a complementar nuestra industria, como pueden ser hilos y telas; otra herramienta propia y muy importante es la cercanía geográfica con nuestro vecino que nos permite tener una respuesta rápida a los pedidos. Hay ciertas herramientas que se van trabajando con el tiempo como podría ser el Tratado de Libre Comercio, permitiéndonos tener mayor libertad de intercambio de productos entre ambos países; y como podría ser también la promoción al extranjero en su conjunto, resaltando los eventos Internacionales como apoyo a la industria, para dar a conocer nuestras prendas y tener mayor facilidad para venderlas en el extranjero, en nuestro caso, en Estados Unidos.

Los eventos Internacionales, por su parte, son uno de los instrumentos más efectivos para promocionar un producto, y más aún la modalidad de las ferias, ya que es aquí en donde se dan a conocer los productos directamente, dándose a conocer la mercancía al público. Es en esta modalidad es en donde se logran obtener resultados tanto a corto como a largo plazo, dejando un claro impacto y efectividad de la empresa y de los productos en los consumidores.

Las ferias, por su parte, ya desde la Edad Media (antes llamadas: grandes mercados), se realizaban en provincias donde reunían a los comerciantes con el pretexto de celebrar fiestas religiosas, se aprovechaba la llegada de peregrinos que por ello iban. Las ferias y exposiciones poco a poco se fueron desarrollando, para el



siglo XIX ya se realizaban en las grandes ciudades con diversas características, con carácter nacional e internacional.

3.1 LAS HERRAMIENTAS DE PENETRACIÓN PARA COMPETIR EN ESTADOS UNIDOS.

Una herramienta para penetrar de manera directa en el mercado estadounidense ha sido el Tratado de Libre Comercio de América del norte (TLCAN), en el sentido de que aunque ya no contemos con las mismas ventajas, seguimos contando con la libertad de que nuestras mercancías se introduzcan a ese mercado dentro del marco de una paulatina eliminación de los aranceles en los productos.

La desgravación arancelaria para las prendas de vestir, de acuerdo a la guía de exportación sectorial, ha sido la siguiente:

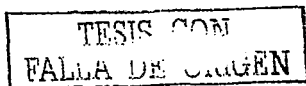
"(...) De las 111 categorías de cuotas existentes antes del inicio del TLCAN, 97 de ellas se eliminaron, 10 categorías se eliminaron en 7 años (año 2000) y 4 categorías en 10 años (año 2003). Esto significa que el 87% de las cuotas fueron eliminadas"⁶⁷

El TLCAN generó nuevas oportunidades en varios sectores, un ejemplo fue en el sector textil; en particular en la industria de la confección es en donde se notaban mayores ventajas, por ello es que se apreciaba un impulso exportador en numerosos productos de esta industria, así como también facilito que se duplicara el empleo pasando de 330 mil empleos en 1994 a 725 mil plazas al mes de abril del 2000.⁶⁸

El TLCAN como herramienta para competir en Estados Unidos, jugo un papel muy importante, ya que de acuerdo a la fuente de México, transición Económica y Comercio Exterior

⁶⁷ Textil y Prendas de Vestir, Op. Cit p 15

⁶⁸ Revista de la Industria de la Confección y el Vestido. Año 5, No 20, Febrero-Abnl del 2001.
www.mexcostura.com.mx



*"(...) la eliminación de los límites en las cuotas que Estados Unidos impone a las prendas de vestir mexicanas estimuló tasas de crecimiento de las exportaciones mexicanas de más de 100% en ciertos productos, como los suéteres, las faldas y los vestidos de mujer."*⁶⁹

Además de que este acuerdo se ha mostrado como instrumento para que se nos permitiera el acceso a diferentes mercados mundiales muy dinámicos e importantes, como es la Unión Europea.

Por otro lado la vecindad con uno de los mayores mercados mundiales de ropa, es la principal herramienta que tenemos para penetrar en su mercado y poder competir eficazmente con otros países. La cercanía nos ayuda en el sentido de que las mercancías respondan a los requerimientos, llenando las expectativas de nuestros clientes estadounidenses, como Justo-a-tiempo y Respuesta Rápida.

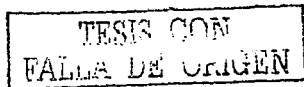
El reto que tenemos es desarrollar oferta exportable directa e indirecta a través del aumento, fortalecimiento y modernización de la planta productiva con el fin de que compitan y se incorporen con éxito las empresas mexicanas exportadoras hacia Estados Unidos.

También, debemos tomar en cuenta otras herramientas que conservamos, para aprovecharlas con el fin de que podamos competir eficazmente en Estados Unidos, por ejemplo:

- 1) En términos de costos - Tenemos bajos costos⁷⁰ en insumos de la cadena textil, como son fibras y tejidos.
- 2) Como factor de productividad - Sobre todo este factor lo encontramos en actividades como es el diseño, corte y confección, la prueba es la calidad media-alta que se obtiene de las prendas de vestir manufacturadas en México.

⁶⁹ México, *Transición Económica y Comercio Exterior*, Op. Cit. p. 367

⁷⁰ He percibido que en años pasados se hubiera podido afirmar que también disponíamos del desempeño de nuestra fuerza laboral, es decir, mano de obra barata y competente. En cuestión de costos, pero ahora ya no tenemos esa herramienta, ya que otros países se han vuelto más competentes y nos han superado.



3) Variedad de materias primas - Contamos con una amplia gama de materias primas como son fibras textiles naturales: hilazas de fibras naturales, como el algodón. Y fibras hechas por el hombre: como el nylon, acrílicas, rayón, acetato, etc., además disponemos de telas tejidas de fibras naturales, de punto y no tejidas de fibras naturales y sintéticas.

La confección mexicana se reconoce a nivel mundial, principalmente por que cuenta con una industria textil y de fibras a la altura del confeccionista más exigente a nivel mundial. México tiene recursos naturales para la producción de algodón así como de la petroquímica los cuales permiten tener acceso a fibras, hilos y telas de alta calidad.

El TLCAN y otros acuerdos con países latinoamericanos nos ofrecen la oportunidad de suministrarnos materiales para integrarlos y complementar nuestra industria de confección con un alto nivel de calidad, con el fin de exportación. Esta es una ventaja que se ofrece a los fabricantes, para que tengan la facilidad de encontrar diversos proveedores.

A pesar de que contamos con varias herramientas para penetrar en el extranjero, se debería de implementar un buen programa de productividad y de calidad que estuviera respaldado de una buena administración en donde se incitara a los trabajadores al cambio, con el fin de provocar un mejoramiento y una sólida base para exportar.

Al mencionar programa de calidad, no solo me refiero a la calidad del producto terminado, sino a la calidad de todo un proceso, ya sea en la compra de los insumos, en el diseño, en la producción, en el empaque, en su distribución etc. Para implementar un programa de calidad, es necesario una buena capacitación, ya que para que las tareas se hagan bien, cumpliendo con las características de calidad, hay que enseñar a las personas que operan estos procesos a desempeñarse adecuadamente y asegurarse de que así se hagan.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Según Jean Flouret, Consultor en la CNIV: "Trabajar con calidad no es más que respetar las reglas del juego con el cliente, es, entonces, no hacer trampa y jugar limpio." ⁷¹

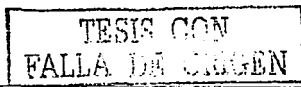
Por otro lado, si existe el diseño en nuestro país⁷², ya se hacía notar desde tiempos prehispánicos y hasta la fecha, pero el malinchismo, el deseo de copiar las marcas de calidad extranjeras, debido a que son más seguras a la hora de vender, es decir, vender lo que ya fue vendido, hacer lo que ya está hecho, con un costo más barato para evitar invertir; es por eso que el diseño mexicano pasó a manos de importantes diseñadores de alta costura que han elaborado propuestas con intenciones nacionalistas e internacionales y han sido reconocidos por su oficio y por su estilo.

El diseño, ahora es muy importante, se tienen que crear prendas con toques vanguardistas que se anticipen a la temporada, que sean oportunas, con el fin de crear prendas de vestir con estilo, identificación de marca, calidad y propuesta de moda. El diseño debe ser el motor para el cambio; con la creación de una línea con buen diseño, representando una marca con estilo podría entrar a otros mercados.

Por lo que respecta a la promoción del extranjero, en específico los eventos Internacionales, se supone que estos han sido muy importantes para vender nuestros productos, pero esto lo podremos comprobar en los siguientes puntos, si verdaderamente contamos con esta herramienta, en que grado nuestros productores la llegan a utilizar y se apoyan en ella para exportar, que efectividad tiene este instrumento para nuestros resultados, y en general, si de verdad esta herramienta se utiliza como medio para penetrar en nuestro mercado vecino en esta industria.

⁷¹ Flouret, Jean. "La Cultura de la calidad y alguna perla de la sabiduría popular" vista actual, editada por la CNIV, mayo-junio 2002, p. 6

⁷² Lavín, Lydia. "Que si hay diseño en México" vista actual, editada por la CNIV, No.248 julio-agosto, 2002, pp. 18-19



3.2 **BANCOMEXT Y LA CNIV COMO INSTITUCIONES DE APOYO A LA INDUSTRIA DEL VESTIDO.**

En conjunto con las herramientas que se tienen para poder penetrar otros mercados, es imprescindible mencionar Instituciones que juegan un papel importante para la industria del vestido como es el caso de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV), que es un organismo de representación empresarial, independiente, del sector privado, en donde sus principales socios (cuenta con aproximadamente 1871 socios de todo el país) son los fabricantes, maquiladoras de prendas de vestir en México, líderes en el mercado nacional.

Esta Cámara ofrece los siguientes servicios⁷³:

- *Capacitación Especializada* en la industria (como por ejemplo cursos de calidad, diseño por computadora, trazo, corte, producción, entre otros).
- *Proyectos de competitividad*
- *Asesoría y Consultoría.*
- *Cursos* (como de paquete completo, inteligencia comercial para exportar etc).
- *Promoción de programas.* Programas a nivel interno, que tienen el fin de hacer más competitivas, más productivas a las empresas, para crearles una cultura de calidad.

Las principales finalidades de la CNIV⁷⁴, en cuestión del Comercio Exterior son:

- Promoción y elaboración de cursos y seminarios;
- Preparación de empresas sujetas a créditos y financiamientos BANCOMEXT;
- Promocionar el PAT (Programa de Asistencia Técnica) ;
- El proyecto de Marca vinculándose con otras Instituciones;

La intención del proyecto es que compren lo hecho en México, anteponiendo que lo hecho en México esta bien hecho. El proyecto tiende a la creación de una Marca para la industria del Vestido, la cual sea otorgada a empresarios mexicanos de la

⁷³ Información obtenida directamente de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV), así como de la página web oficial de la cámara. www.cniv.org.mx.

⁷⁴ Ibid

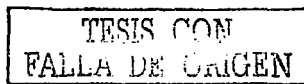
confección, que cuenten con: sistemas de producción de calidad, manejen un esquema de tallas verificable, cumplan con el proyecto de responsabilidad social.

- Generar oportunidades comerciales en el extranjero a los socios por parte de las Consejerías comerciales;
- Preparación de directorios de exportadores del vestido y de la confección que servirá como medio de promoción en el extranjero;
- Vinculación de fabricantes mexicanos con demandantes en el exterior, por medio de la CNIV;
- Desarrollo de paquetes completo, por medio de seminarios y cursos de capacitación que incentiven la integración de ellos;
- Participación y organización de ferias y misiones internacionales; y promoción de la inversión extranjera;
- Agendas de negocios. Dentro de una misión de negocios tiene que haber una agenda de negocios (calendario de citas).

El PAT por su parte es un programa de Bancomext, pero que la cámara lo promueve; el cual ha tenido muchas modificaciones y debido a ello, en la CNIV, a partir del año 2002, ya no hubo la misma demanda que había en años pasados.

Por otra parte, es necesario mencionar que una de las partes más fuertes en donde se enfoca la CNIV, es en aspectos jurídicos, correspondientes a la ley aduanera (ya que cualquier equivocación es motivo de sanción con la SHCP), un ejemplo es cuando se modifican los decretos, las empresas se pueden meter en problemas: es por ello que estos asuntos se manejan con mucho cuidado.

En general la CNIV, en cuestión del Comercio Exterior, se especializa en asesorías relacionadas a la importación, exportación, creación de agendas de negocios con empresas nacionales y extranjeras, organización de cursos y seminarios sobre distintos temas de interés para la comunidad exportadora y para el público en general, son el enlace entre proveedores internacionales y nacionales de distintas



ramas, productos y servicios a través de su Membresía Internacional, detectan oportunidades comerciales tanto nacionales como internacionales y canalizan empresas para el aprovechamiento de las mismas, expiden Certificados de Origen de Artículos Mexicanos.

La CNIV, por medio de la Gerencia de Comercio Exterior, tiene la misión de brindar estrategias para el desarrollo de empresas exportadoras, incrementando su competitividad e integrándolas a la actividad de exportación a través de los apoyos e instrumentos de fomento a las exportaciones que brinda el gobierno mexicano por medio de los esquemas de apoyo del Banco Nacional de Comercio Exterior.

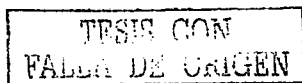
En cuanto a la participación de las empresas en los eventos internacionales se refiere, la CNIV juega un papel de intermediario cuando los socios desean ir a cualquier feria, van con la cámara y está crea el enlace entre los socios y el gobierno, ya que por medio de ella reciben financiamiento o apoyo económico de Bancomext o directamente los manda al Banco.

En cuestión de financiamiento, la CNIV no lo brinda, sino que únicamente da una orientación y realiza una evaluación previa a las empresas, para ayudar a que se les proporcione, posteriormente los conecta con BANCOMEXT con el fin de que se tome la decisión de proporcionarles el apoyo o no.

Entre algunos de los logros alcanzados⁷⁵ por la CNIV en cumplimiento de su misión son:

- A través del programa de control aduanero, contribuyeron a defender el mercado interno de importaciones desleales e ilegales.
- Determinación de una cuota compensatoria del 557% a la ropa originaria de China
- Firma del programa de promoción de la cadena textil-confección.

⁷⁵ Pagina web oficial de la Cámara www.cniv.org.mx



- Prohibición a la importación de ropa usada.
- Arancel de Nación más favorecida del 35% (tope máximo de acuerdo a la Organización Mundial del Comercio).

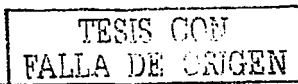
Para mencionar a Bancomext, es necesario tener en cuenta que algunas tareas llevadas a cabo por la CNIV, no serían posibles sin la importante colaboración del gobierno. Es por ello que los dos organismos, uno privado y otro del gobierno, suscribieron un convenio de colaboración en Febrero de 1999 (Centro de desarrollo de exportadores CENDEX), a través del cual Bancomext les permite ofrecer una gama de servicios a la comunidad exportadora o compañías que deseen iniciarse en la exportación, entre los que destacan:

- Venta de publicaciones especializadas en la industria del vestido
- Programa de Asistencia Técnica (PAT) donde se canaliza a la empresa con asesores especializados y en el cual Bancomext se compromete a financiar el 50% del costo total de la asesoría
- Apoyo para la participación en Ferias y Eventos Internacionales
- Apoyo para la creación de catálogos electrónicos⁷⁶

Bancomext, por su parte se propone seguir desempeñando un papel relevante como instrumento del gobierno federal para incrementar la competitividad de las empresas mexicanas, principalmente pequeñas y medianas, vinculadas directa o indirectamente a la exportación y/o sustitución de importaciones, otorgando un apoyo integral a través de servicios de calidad en la promoción del sector exportador.

Se atienden a los clientes con una gama integral de productos y servicios adecuados a las necesidades particulares y cambiantes de cada empresa, entre los servicios que ofrece, Bancomext, se encuentran:

⁷⁶ Página web oficial de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido www.cniv.org.mx



- Productos y Servicios Financieros y
- Servicios no Financieros o de Promoción Comercial.

Estos últimos a la vez se dividen en:

❖ **Servicios de Promoción en México**⁷⁷- Son en general información, servicios de asesoría, asistencia técnica, de capacitación y publicaciones.

➤ **Información** (Especializada en comercio exterior)

Centros Bancomext

- ✓ Publicaciones
- ✓ Estadísticas
- ✓ Estudios sobre oportunidades de exportación
- ✓ Portal Bancomext
- ✓ Exportanet (Consulta de demanda internacional captada por Consejerías en el mundo)
- ✓ Telemarketing

➤ **Publicaciones**

- ✓ Estudios, documentos y folletos relativos a temas sobre comercio exterior e inversión extranjera
- ✓ Catalogo de publicaciones
- ✓ Perfiles y estudios de mercado
- ✓ Bancomext Trade Directory of Mexico
- ✓ Revista Negocios Internacionales
- ✓ Revista Comercio Exterior

➤ **Capacitación**

- ✓ Guía básica para exportar cursos de cultura exportadora: competitividad, mercadotecnia, precios de exportación, planes de negocios, formas de pago, etc.
- ✓ Reclamación, procedimientos y apoyos a la exportación
- ✓ Asesoría sectoriales
- ✓ Jornadas para la competitividad internacional
- ✓ Seminarios de mercado sobre comercialización
- ✓ Diplomados en comercio exterior.

➤ **Asistencia Técnica**

⁷⁷ Cuadro sinóptico propio, creado en base a distintas fuentes, principalmente al portal del Banco de Comercio Exterior.



- ✓ Apoyar a través del programa, a empresas pequeñas y medianas para contar con recursos técnicos y económicos para mejorar producción y comercialización
 - ✓ Vincula organismos y expertos con necesidades empresariales
 - ✓ Propicia diagnóstico de asistencia para atender a las empresas demandantes
 - ✓ Adecuaciones y certificaciones
- **Asesorías generales/ especializadas/ sectoriales**
- ✓ Iniciación a la actividad exportadora
 - ✓ Documentos, trámites y dependencias que participan en las operaciones de exportación
 - ✓ Régimen legal y arancelario de exportación e importación en México y en el país de destino
 - ✓ Asesoría legal sobre contratos de compra venta internacional y otros aspectos jurídicos de comercio exterior
 - ✓ Normas técnicas
 - ✓ Acuerdos y tratados comerciales
 - ✓ Fracciones arancelarias y regulaciones arancelarias y no arancelarias por sector producto y mercado
 - ✓ Asesoría de mercado y sectorial (estrategia de penetración en el mercado de exportación, estadísticas de comercio exterior).
- ❖ **Servicios de Promoción Internacional**²⁵- incluyen información sobre oportunidades de negocios internacionales; asesoría personalizada sobre mercados y estrategias de comercialización; agendas de trabajo entre empresas mexicanas y extranjeras; apoyo a empresas que participan en eventos internacionales; y por último promoción de inversión extranjera.

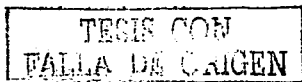
➤ **Información** -

- ✓ Investigación de mercados (información básica sobre el mercado de destino)
- ✓ Investigación de canales de distribución Producto-País

➤ **Agendas de Negocios**- Para Empresas Mexicanas/ Extranjeras.

- ✓ Agendas individuales de negocios en el exterior; organización en el exterior de entrevistas confirmadas con importadores establecidos o potenciales desarrolladas en ocasión de los viajes al exterior de empresas mexicanas de forma individual o dentro de una misión.

²⁵ Cuadro sinóptico propio, creado en base a distintas fuentes, principalmente al portal del Banco de Comercio Exterior



➤ **Apoyo de oficinas en el exterior -**

- ✓ Solicitudes de información a través de las Consejerías Comerciales-De productos mexicanos por empresas extranjeras.
- ✓ Promoción de oferta exportable (promoción de posibles importadores a través de sus catálogos, muestras, un informe detallado así como recomendaciones)

➤ **Promoción en el extranjero o Eventos Internacionales-**

- ✓ Participación en ferias y exposiciones en el extranjero
 - **Feria tipo "A"**. Es en donde BANCOMEXT organiza y apoya la participación de empresas mexicanas dentro de un Pabellón Nacional.
 - **Feria tipo "B"**. Es donde las empresas o entidades elegibles organizan la participación de empresas mexicanas dentro de un Pabellón Nacional con el apoyo de BANCOMEXT.
 - **Feria tipo "C"**. Es en las cuales una o varias empresas mexicanas participan en forma individual. BANCOMEXT, generalmente no participa con un Pabellón Nacional.
 - **Feria tipo "D"**. Es en donde BANCOMEXT organiza y apoya la participación de empresas y entidades elegibles para la promoción de inversiones, dentro de un Pabellón Nacional.
- ✓ Programas de trabajo para empresas participantes
- ✓ Misiones de exportadores
- ✓ Misiones de compradores
- ✓ Misiones de inversionistas
- ✓ Foros, Seminarios y encuentros
- ✓ Muestras de productos sectoriales

➤ **Promoción de Inversión Extranjera**

Los servicios de promoción en México, de información, asesoría y capacitación, son los que están enfocados a fomentar una cultura exportadora, pero en sí todos se dan con el fin de apoyar a las empresas para que participen de manera competitiva en los mercados internacionales.

El reto para BANCOMEXT como Instrumento de Promoción es ofrecer a las empresas que se acercan al organismo, los elementos o herramientas para que aprovechen mejor las oportunidades que tienen los productos mexicanos en Estados

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Unidos, las herramientas podrían ser las condiciones y perspectivas del mercado de confección y los productos específicos en zonas particulares de Estados Unidos; los requerimientos que se demandan en este mercado.

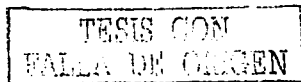
Como dato importante tenemos que a partir de 1994, Bancomext contó con el proyecto del Programa de México Exporta, que asumía un enfoque sectorial, (un ejercicio temporal de prioridades) donde oriento todos sus instrumentos de promoción tanto financieros como no financieros a los sectores que tenían mayores posibilidades en el mercado extranjero, esto quiere decir, que contaban con mejores oportunidades, con una demanda en el exterior, ventajas comparativas, capacidad para competir, y en sí, que tuvieran las mejores condiciones para un mayor crecimiento de exportaciones; todo ello con la finalidad de dar un trato especial a los sectores que salieran elegidos.

Entre los sectores que fueron elegidos, tuvo prioridad el sector a estudio que es el sector textil y de la confección ocupando un cuarto lugar debido a las siguientes razones: por la participación del PIB en el empleo, y el número de empresas medianas y pequeñas; a la participación en exportaciones de manufacturas no maquiladoras; entre otras razones.

El Programa México Exporta Textil y Confección, entre otros fines particulares, como el fortalecer la integración de la cadena productiva para con ello incrementar el valor agregado de los productos confeccionados, bajo la subcontratación y el paquete completo; tiene el claro objetivo o propone incorporar más empresas al proceso exportador, así como fortalecer su presencia y permanencia en el extranjero.

Su estrategia de promoción y financiamiento es encaminada en 4 direcciones:

- **SECTORIAL** —Esta dirección corresponde al enfoque de actividades que presenten mayores ventajas competitivas (como es el caso de sector textil y prendas de vestir, que es uno de los más importantes).
- **REGIONAL** —El fin de este punto es aprovechar el potencial de las entidades federativas; se cuenta con 37 oficinas distribuidas en las 32 entidades del país.



- **EMPRESARIAL** –Se refiere a los productos y servicios que son dirigidos principalmente a las PYMES, con el objetivo de transformarlas en grandes empresas, cumpliendo con la misión de integrar a más empresas a las exportaciones.
- **DE MERCADO** –Comprende a la promoción y publicidad que se le da a los productos mexicanos en el extranjero para facilitar su penetración y contribuir a consolidar la presencia de las empresas; cuenta con 38 oficinas en el exterior, en países que representan mayor potencial para nuestro país.⁷⁹

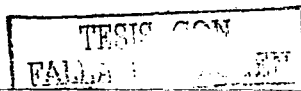
Actualmente, entre los servicios promocionales que ofrece BANCOMEXT, como lo vimos anteriormente, tenemos el Programa Nacional de Eventos Internacionales que ofrece el respaldo y la experiencia para que las empresas de la Industria de la Confección puedan asistir a las ferias y a eventos Internacionales especializadas en prendas de vestir o del sector más importantes en este caso de los Estados Unidos de forma individual o a través de representaciones.

3.3 LOS EVENTOS INTERNACIONALES EN LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN MEXICANA.

Es trascendental promover las ventas hacia el exterior, y más aún si se quiere aprovechar un mercado tan cercano y primordial como lo es Estados Unidos. En mi opinión, al promover las exportaciones, dando prioridad al sector del vestido, tendríamos beneficios tales como el aumento de ventas, tanto en esta rama como en todo el sector textil en general.

Para comenzar es importante mencionar ciertos términos:

⁷⁹ Vilatela Riba. Ennque. Director General de BANCOMEXT. "La estrategia Comercial de México". 1998, p.4



EVENTOS INTERNACIONALES

Un evento internacional es un instrumento promocional cuyo objetivo es el de acceder y desarrollar mercados, así como crear y mantener la imagen de un país y sus productos en lo general, en el ámbito internacional, y de una empresa en lo particular. La participación de las empresas en eventos internacionales constituye un medio de gran utilidad para la promoción de sus productos ya que genera la oportunidad de incursionar en el comercio internacional, consolidar su participación de mercado o diversificar sus exportaciones.

El Programa Nacional de Eventos Internacionales (PNEI) instrumentado en concertación con las autoridades y el sector privado, ha sido diseñado como parte de la estrategia para promover las exportaciones de bienes y servicios no petroleros de nuestro país, tiene el objetivo de apoyar la presencia de las empresas mexicanas en los mercados externos, así como apoyar a los compradores extranjeros para concretar operaciones con empresarios mexicanos e impulsar la atracción de inversión extranjera. Los eventos son promovidos por iniciativa de Bancomext, garantizando al empresario la seriedad e importancia del evento a nivel internacional.

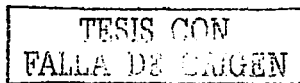
TIPOS DE EVENTOS⁸⁰

FERIAS Y EXPOSICIONES

Son los eventos más comunes de promoción a las exportaciones. Representan un foro en el que vendedores de distintos países ofrecen bienes y/o servicios a compradores internacionales.

En los últimos años, dentro del comercio internacional, las Ferias y Exposiciones han llegado a ser uno de los instrumentos más eficaces para iniciar o consolidar el proceso de penetración a mercados con mayores probabilidades de éxito, ya que participan compradores, proveedores del país y del extranjero y en sí vendedores de

⁸⁰ Programa Nacional de Eventos Internacionales. Bancomext, México, Edición 2003, pp.1-6; e Informes anuales de Bancomext 1994- 2001.



todas partes del mundo. Si se busca canales de distribución se encontrarán intermediarios. Su función es comercial pero también son fuente de información en cuanto a normatividad internacional, tendencias de la moda, hábitos de consumo, entre otros, además es lugar propicio para reunirse con los clientes habituales, como para establecer nuevos contactos.

Más adelante se presentaran los tipos de ferias que existen.

MISIONES DE COMPRADORES:

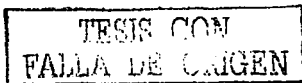
A través de las Consejerías Comerciales de Bancomext en el extranjero, se selecciona a un grupo de empresas interesadas en comercializar productos mexicanos al exterior, con el objeto de establecer contacto con nuestros exportadores, ya sea al amparo de una Feria Mexicana (FEMEX) y/o mediante la elaboración previa de un programa de entrevistas de trabajo. Por ello este Programa considera el apoyo mediante la visita de compradores a nuestro país.

MISIONES DE EXPORTADORES:

A través de los centros Bancomext en el interior del país y de las Direcciones Sectoriales, se selecciona a un grupo de empresarios Mexicanos interesados en exportar sus productos a uno o más países de una región, con el fin de visitar estos mercados y establecer contacto con importadores previamente seleccionados por las Consejerías Comerciales en el extranjero, mediante un programa de entrevistas de trabajo concertadas con antelación.

MISIONES DE INVERSIONISTAS:

A través de las Consejerías Comerciales de Bancomext en el extranjero se selecciona a un grupo de inversionistas interesados en invertir en México, a quienes se les invita a visitar el país con el objeto de establecer contacto con empresarios Mexicanos que hayan desarrollado proyectos de inversión. Se desarrollan en un foro o evento nacional, en el que se establecen conferencias y entrevistas de trabajo en los que se presentan los proyectos y las facilidades que otorga el país para la recepción de inversión extranjera, se puede contar con la participación de los Gobiernos de los



Estados interesados en promover la inversión extranjera de determinados sectores en su territorio.

FOROS DE NEGOCIOS:

Son eventos que se realizan en México, se conforman con una exposición de productos mexicanos, Seminarios y la realización de entrevistas de Negocios de empresas extranjeras con mexicanas, previo un análisis y cruzamiento del producto demandado y la oferta nacional disponible. Los Foros pueden ser de Comercio, de inversión o combinar ambos intereses.

ENCUENTROS DE NEGOCIOS:

Son una derivación de los foros, son eventos que se realizan en el exterior por lo general, como seguimiento a los resultados de un Foro de Negocios que se llevó a cabo en México, ya sea comercial o de inversión.

PABELLONES INSTITUCIONALES:

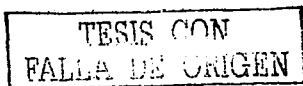
Tienen el objeto de analizar la reacción de un determinado mercado a los productos mexicanos, además de la promoción de oferta exportable y exhibición de productos en pabellones atendidos por las Consejerías Comerciales, quienes se encargan de distribuir la información y características de los productos mediante documentación y folleteria proporcionada por las empresas Mexicanas.

SEMINARIOS Y CONFERENCIAS DE PROMOCIÓN:

Los Seminarios y Conferencias resultan una herramienta de gran utilidad en el acercamiento de las empresas mexicanas, pequeñas y medianas para difundir directamente oportunidades de negocios, características de los diversos mercados internacionales, condiciones de acceso y otros requerimientos, abriendo posibilidades reales de negocios

MUESTRAS DE PRODUCTOS:

El objetivo de estas muestras es permitir al exterior, conocer los productos mexicanos, para así poder avanzar e ingresar con exportaciones.



Es un hecho que para crear una imagen sólida de un producto en los mercados internacionales, se tienen que efectuar campañas de promoción, se destaca lo que nos afirma Salvador Mercado:

*"Uno de los mejores métodos para promover los productos son las ferias y exposiciones por la oportunidad del contacto directo con el consumidor."*⁸¹

Actualmente las ferias se presentan en 4 distintas modalidades⁸²:

Feria tipo "A" – Las ferias tipo "A" son aquellos eventos en el extranjero en donde Bancomext organiza y apoya la participación de empresas mexicanas dentro de un pabellón nacional. Estas Ferias son de carácter especializado, en las que se promueve principalmente un sector y líneas de productos afines.

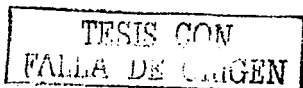
Feria tipo "B" – Los eventos tipo "B" son aquellas ferias internacionales de reconocido prestigio en donde los Gobiernos de los Estados, las Cámaras, Asociaciones Empresariales, Organismos de Promoción y/o Empresas, organizan la participación de un grupo de empresas mexicanas dentro de un Pabellón Nacional con el apoyo de Bancomext. Pueden ser eventos de carácter plurisectorial, en donde se promueven diversos sectores y líneas de productos.

En este tipo de Feria, se requiere de la firma de un convenio de colaboración entre Bancomext y el Organizador. El apoyo que otorga Bancomext, en este tipo de feria, como en el tipo "C", es vía reembolso; y el monto máximo de apoyo por empresa, para cada evento será de hasta \$4,000 US Dólares, IVA incluido.

Feria tipo "C" – Las ferias tipo "C" son aquellos eventos internacionales de reconocido prestigio en los que Bancomext no participa con un Pabellón Nacional y en los cuales una o varias empresas mexicanas participan de forma individual. Incluyen también aquellas ferias en las que se cuenta con un Pabellón Nacional pero el número de empresas mexicanas interesadas en participar excede el cupo del

⁸¹ Mercado H. Salvador, Comercio Internacional, Centro de Investigaciones para el Desarrollo de México, Impresiones Anís, México, 1976 p 76

⁸² Esquema de apoyo a ferias, CNIV, Comercio Exterior, México 2002



mismo; o aquellas empresas que por así convenir a sus intereses, participan en el evento por su parte.

A partir de enero de 2002, Bancomext cobra la cantidad de \$1,500.00 pesos más el IVA correspondiente, por cada solicitud de apoyo que presenten las empresas, como gastos administrativos para tramitar el apoyo correspondiente. El participante deberá estar registrado en el Directorio de exportadores de Bancomext (DIEX) e inscrito al Sistema Mexicano de Promoción de Exportadores (EXPORT@NET). Bancomext otorga un máximo de tres apoyos anuales, por empresa, en este tipo de evento, así como no se otorga apoyo a las empresas que coticen en la Bolsa Mexicana de Valores.

Feria tipo "D" – Son aquellos eventos en el extranjero en donde Bancomext organiza y apoya la participación de Gobiernos de los Estados, Empresas, Parques Industriales, Despachos de Abogados y Consultores, Organismos Y Entidades para la Promoción de Inversiones, dentro de un Pabellón Nacional y cuyo principal objetivo es el de captar iniciativas de empresas extranjeras interesadas en invertir en México.

Estas exposiciones son especializadas en la promoción de la inversión extranjera y desarrollo de proveedores; se propicia una promoción más directa y adecuada para la atracción de inversión extranjera a nuestro país, así como el establecimiento de vínculos que permitan el desarrollo de proveedores nacionales de un sector determinado.

Los servicios que Bancomext, proporciona son:

- ✓ Renta de espacio.
- ✓ Envío de muestras: Límites máximos: hasta 250 Kg. ó 1.5 M³ por empresa. Solo se cubrirá el flete de un embarque de México al país sede del evento para cada uno de los stands.
- ✓ Gastos de operación: Se cubren solamente los rubros de limpieza, vigilancia y electricidad.

TESIS CON
FALLA DE CARGEN

- ✓ **Construcción:** se cubren solamente gastos de mano de obra en el lugar del evento por concepto de montaje y desmontaje, decoración e instalación eléctrica, renta de exhibidores, muebles, accesorios y letreros.

El apoyo que otorga Bancomext cubre los anteriores conceptos, de conformidad con los siguientes porcentajes:

- En Estados Unidos: el 50%
- En otros mercados: el 75%

*La empresa deberá efectuar el pago del costo de su participación en forma anticipada.

Las empresas y entidades elegibles son:

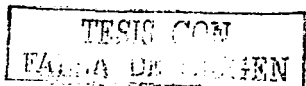
- Mexicanos y estar constituida y operando en México.
- Cámaras, asociaciones, gobiernos estatales y organismos estatales o empresariales de promoción, apoyando la participación de sus empresas.

*Las empresas públicas y sus subsidiarias no son susceptibles de recibir este apoyo, por lo que si desean participar en estos eventos deberán cubrir el 100% del importe del Stand.

Tanto en la feria de tipo "A", "C" y "D" entre los requisitos que se piden para llevar acabo el apoyo, es entregar la copia del formato de registro DÍEX.

Por lo que respecta a las cifras de eventos, en el Programa Nacional de Eventos Internacionales *PNEI*, se encuentra el número de estos que fueron programados en los diversos sectores (**Ver anexo 9**). La industria de la confección, en su caso, no ha contado con variedad de eventos, ya que la mayoría se refiere a ferias, dejando a un lado las demás modalidades como son las muestras de productos por ejemplo, además de que no todos los eventos programados se llevan acabo.

Dentro de mi investigación, pude darme cuenta de que las empresas del sector textil en general, casi no demandan este tipo de apoyos a comparación de otros sectores,



ya que la mayoría de empresas exportan por medio de subcontratación (maquila), exportan productos básicos con mucha mano de obra, en donde ya tienen un claro destino, y la mayoría de empresas exportadoras son empresas grandes que no buscan estos apoyos o a veces sin ser tan grandes, por falta de información, por evitar requisitos, o por distintos motivos van por sus propios medios, con su financiamiento.

En general, a partir de 1994, los eventos internacionales empezaron a tener mayor demanda, en 1997, por ejemplo, se registró un incremento en el número de empresas mexicanas que participaron en estos eventos. El sector textil y de confección el número de empresas participantes en eventos internacionales fueron de 937, solamente estando por encima el sector de muebles y artículos de decoración con 1,196; pero como vemos en la siguiente tabla (no.13) se nota una baja a partir de 1999.

Tabla no.13. Resumen de los eventos Internacionales que se llevaron acabo en el extranjero 1994-2001.

Año	No. de eventos	Empresas Participantes	Ventas Exportaciones reportadas	Sector textil y confección
1994	83	1821	160 millones de dólares	NO SE TIENEN DATOS PRECISOS.
1995	92	1945	183,424 miles de dólares	NO SE TIENEN DATOS PRECISOS.
1996	141	1,146	ventas inmediatas 25,251.9 miles de dólares ventas a corto plazo 159,375.2 miles de dólares ventas a mediano plazo de 351,387.3 miles de dólares	Debido a su activa participación en las actividades, así como al potencial que representa este sector fue destinatario de parte importante de los apoyos ofrecidos por el Banco
1997	288	2,036	participación de 937 empresas en el evento. participación de 937 empresas en el primer año posterior al evento.	937 empresas participaron en eventos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1998	2,373	1,023 millones de dólares	233 empresas Ventas generadas 128 millones de dólares
1999	192	2,265	1,422 millones de dólares.	
2000	206	2,988	1,022 millones de dólares	
2001	193	2,458	1,077 millones de dólares	

FUENTE: Cuadro propio creado en base a los informes anuales de Bancomext de 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000 y 2001.

En el **anexo 10** podemos encontrar datos completos y más específicos por año, en cuanto a eventos se refiere.

Específicamente el Grupo Coordinador de Eventos Internacionales, que esta compuesto por diversas organizaciones públicas y privadas, selecciona cada año los eventos internacionales especializados más importantes en donde nuestros productos puedan tener éxito. **BANCOMEXT** también cede, a los empresarios o interesados que estén fuera del programa, apoyos individuales para presentarse en eventos de nivel internacional.

Al investigar sobre los eventos de la Industria del Vestido, en específico, se pudo comprobar que se tiene un bajo control de dichos datos, ya que únicamente se obtuvo información del año 2001 y el 2002.

Los eventos que hubo en la Industria de la confección dirigida hacia EE.UU. en el 2001⁸³ fueron los siguientes:

⁸³ Encuentre que en el 2001 por ejemplo, los sectores que mayores eventos tuvieron fueron el sector de alimentos, el sector de artículos de regalo y el sector Editorial. Para mayor información consultar los informes anuales de Bancomext por año

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

FERIAS TIPO "A"

□ WWD MAGIC SHOW- Las Vegas Nevada (Feb 13-16)-

Apoyo	9 empresas
inversión neta (USD)	35,708
ventas inmediatas	45,500
ventas a corto plazo	642,000
ventas a mediano plazo	830,000
ventas totales (USD)	1,517,500

FUENTE: Elaboración propia en base a el documento Resultados de Eventos Internacionales por sector Ene-Dic 2001 proporcionado por Bancomext

□ BOBBIN WORLD- Orlando Florida(Ago 15-17)-

Apoyo	19 empresas
inversión neta (USD)	50,032
ventas inmediatas	10,000
ventas a corto plazo	338,000
ventas a mediano plazo	1,100,000
ventas totales (USD)	1,448,000

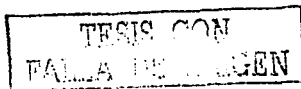
FUENTE: Elaboración propia en base a el documento Resultados de Eventos Internacionales por sector Ene-Dic 2001 proporcionado por Bancomext.

FERIAS TIPO "C"

Desgraciadamente en esta modalidad encontramos al sector textil en general, sin separar a las empresas de la industria de la confección a las que se les brindo el apoyo y que asistieron a eventos.

□ SECTOR TEXTIL

Apoyo	74 empresas
inversión neta (USD)	213,223



ventas inmediatas	1,387,350
ventas a corto plazo	5,778,000
ventas a mediano plazo	17,923,600
ventas totales (USD)	25,088,950

FUENTE: Elaboración propia en base a el documento "Resultados de Eventos Internacionales por sector Ene-Dic 2001 proporcionado por Bancomext."

Por lo que corresponde a los eventos del año 2002, únicamente pude obtener información de apoyos individuales, es decir ferias tipo "c", en los que algunos casos en particular me llamaron la atención por sus resultados favorables, como por ejemplo fueron:

- La empresa o **Fabrica de Ropa Zarpas's, S.A. de C.V.**⁸⁴

Obtuvo el apoyo en la Feria- Magic International 2002

Su inversión Bruta fue de \$3,478.26

Ventas Inmediatas \$11,000.00

Ventas a Corto Plazo \$11,000.00

Ventas a Mediano Plazo \$30,000.00

Ventas totales \$52,000.00

En este caso se presentan buenos resultados, a diferencia de otros como por ejemplo:

- La empresa **LYSSETE, S.A. de C.V.**⁸⁵

Obtuvo el apoyo en la Feria-INTIMA AMÉRICA

Su inversión Bruta fue de \$1,475.89

Ventas inmediatas \$0.00

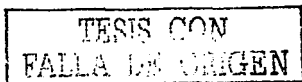
Ventas a Corto Plazo \$0.00

Ventas a Mediano Plazo \$200.00

Ventas totales \$200.00

⁸⁴ Información basada de acuerdo al documento de Eventos Internacionales. Reporte de Eventos. Bancomext. México, Enero-Octubre 2002.

⁸⁵ Ibid.



Pero a pesar de ello, se pudo comprobar que existen resultados claros de estos eventos, presentándose exportaciones o ventas inmediatas, a corto y mediano plazo y es ahí básicamente, en donde radica la importancia de esta promoción al extranjero- los eventos internacionales.

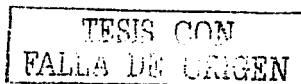
En el marco de este nuevo sistema, la globalización, el participar en eventos garantiza mantenerse adentro del mercado y conquistar a clientes importantes, lo que es indispensable para el desarrollo y crecimiento de las empresas; siendo las ferias y exposiciones, los instrumentos más comunes para promocionar las exportaciones, con el fin de penetrar en los mercados externos.

También se han apoyado a las empresas de confección para que asistan y participen en las misiones comerciales o de negocios que son organizadas mediante las consejerías comerciales⁹⁶ en todo el mundo; y más específicamente en las 10 Consejerías Comerciales que se encuentran en Estados Unidos, que son primordiales para que conozcamos las oportunidades de negocios que tenemos en este país, para que tengamos conocimiento de los eventos que se van a llevar a cabo, son importantes porque promocionan la oferta exportable al igual que los proyectos de inversión (**Ver anexo 11**). Pero desgraciadamente no se pudo obtener información precisa sobre resultados de esta modalidad en la industria del vestido.

3.4 PROPUESTA DE PROMOCIÓN A LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN MEXICANA EN ESTADOS UNIDOS.

Primero que nada, me gustaria dar un breve repaso de la situación que vive actualmente la Industria del vestido en nuestro país, y mencionar algunas limitaciones o cambios que se perciben debido a las transformaciones internacionales. Es importante mencionar la realidad que a que con base a ella, se planteen algunas

⁹⁶ De acuerdo a diversas fuentes, BANCOMEXT junto con las Consejerías Comerciales en Estados Unidos, han ido perfeccionando los mecanismos de promoción, apoyando a las empresas que ya exportan mediante la incorporación de variables de comercialización y distribución, así como también un objetivo es lograr que nuevos fabricantes, empresas ingresen al mercado externo, principalmente a esta región



soluciones de lo que se puede hacer para contrarrestar la problemática del sector y posteriormente como se puede apoyar la situación por medio de la promoción internacional, específicamente de los eventos internacionales.

Por una lado, a nivel interno, en nuestro país, podemos mencionar diversas limitaciones de la industria del vestido:

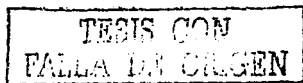
- ✓ Las empresas en sí, tienen bajos niveles de especialización,
- ✓ Recursos humanos con baja capacitación,
- ✓ Falta de tecnología,
- ✓ Falta de diseño y moda propios entre otras.

Dejando a un lado las cuestiones internas, la situación que vive la industria a nivel externo también es preocupante, debido a distintas razones, a cambios y más que nada a limitaciones que se convierten en obstáculos para poder competir y tener un lugar seguro en el mercado estadounidense.

Entre las características más sobresalientes están que:

1. La mayoría de las empresas son micros y pequeñas empresas, un bajo porcentaje recae en medianas y grandes, quienes son generalmente las únicas que exportan.
2. Por otro lado, una de las principales limitaciones que enfrenta la industria del vestido, es la maquila, ya que esta, se ha extendido en todo el país y trae como consecuencia que un gran porcentaje de productos confeccionados que exportamos sean por esta vía.

De este punto se desprenden dos problemas: el primero, la maquila no nos conviene porque nuestra mano de obra realmente es la que se exporta y a muy bajo precio; y en segundo lugar, actualmente abunda en muchas regiones, y ya comenzó a hacer



menos competitiva la nacional frente a los países del Caribe, Centroamérica y países asiáticos.

Existe una disminución en el precio mundial de prendas básicas, debido a que estos productos siempre van a buscar costos mínimos y México ya no es tan barato, las preferencias de comercio solo dan una ventaja temporal y otros países ya tienen nuestras ventajas preferenciales. Nuestro país ahora tiene que evolucionar hacia una mayor estabilidad, un mayor valor agregado, productos que cubran las necesidades de los compradores y los consumidores finales, ya que no podemos competir con las mismas estrategias ni con las mismas ventajas como lo es nuestra posición geográfica, ya que no es suficiente para definir un futuro favorable.

Otros de los cambios son:

3. Proliferación de tratados de libre comercio y la eliminación de barreras comerciales en todo el mundo.⁸⁷
4. Otorgamiento de mejores condiciones a países con mano de obra barata.⁸⁸

Con esta situación se están nulificando las grandes ventajas competitivas que tuvimos al iniciar el Tratado de libre Comercio.

5. La desaceleración de la economía de Estados Unidos en el 2001.

A consecuencia de la desaceleración económica, las ventas en las tiendas cayeron dramáticamente (hubo gran presión por bajar precios), lo que significó la baja de importaciones de ropa, es decir, se redujo la demanda por parte de los consumidores, lo cual afectó en los pedidos a México. Es ahora cuando la tiendas necesitan

⁸⁷ La eliminación de barreras comerciales en todo el mundo se refieren principalmente al desmantelamiento de las cuotas textiles a nivel mundial por Acuerdo de Libre Comercio firmado en 1990, va a eliminar el 50% de las cuotas para el año 2002, el 20% para el año 2003 y el 10% para el año 2004.

⁸⁸ Consultar en la página web oficial de Bancomext, sector completo del sector www.bancomext.gob.mx

⁸⁹ Me apreciado que las condiciones ya concedidas a los países miembros de la ICC por parte de Estados Unidos a partir de octubre del 2000, ha significado la migración de maquiladoras extranjeras establecidas en México hacia Guatemala, Nicaragua, El Salvador y Honduras, así como la cancelación de un gran número de pedidos a las maquiladoras mexicanas.

mercancías que llamen la atención, productos de moda con entregas rápidas, ya que el consumidor no está comprando productos básicos.

6. El ingreso de China a la OMC⁸⁹ y el otorgamiento del status de relaciones comerciales normales a este país por parte de EE.UU.

Esta situación afecta a las exportaciones mexicanas de confección a EE.UU. (maquila y no maquila), ya que en cuestión de costos de producción, México queda fuera de la competencia ante este país y ante otros países como Vietnam y Tailandia.

Estos puntos nos hacen reflexionar ante la problemática que existe hoy en día en esta industria y debido a ello es conveniente que atendamos a ciertos requerimientos que exigen los mercados, como por ejemplo, lo que nos dice la revista Mexcostura:

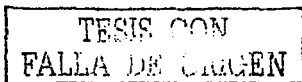
"(...) nuevos y mejores productos, ágil y pronta atención a sus solicitudes de servicio, garantía de que los sistemas de producción y los productos o servicios están certificados, menores tiempos de entrega, etcétera. A las empresas que quieren mantenerse no les queda otra más que proporcionar todo lo anterior so pena de quedarse fuera del mercado."⁹⁰

Como se mencionó en la cita anterior, sería conveniente elaborar un mejor producto de alta calidad, incluyendo diseño propio, moda y servicio, considerando la participación y disposición del consumidor a remunerar adecuadamente las mercancías. El diseño es muy importante, ya que es un valor agregado que forma parte estratégica de las empresas.

En conclusión, debemos vender moda y diseño en lugar de vender volumen de tela o minutos de maquila, ya que se considera que los exportadores mexicanos tienen mayores oportunidades, en Estados Unidos, en segmentos de mercado de nivel medio-medio y medio-alto con productos a través del esquema del paquete completo

⁸⁹ Se espera que la participación de China, a raíz del ingreso a la OMC, crezca de 59.2 mmd en 1999 a 127.5 mmd en el año 2005 en cuanto a importaciones de textiles y productos confeccionados realizadas por los EE.UU. se refiere, lo que significa que la participación de China pasaría de 12% a 30% en esos años. Página web oficial del Banco de Comercio Exterior: www.bancomext.gob.mx

⁹⁰ Página web oficial de la revista Mexcostura: www.mexcostura.com/15indexcontenido.html



y con la marca propia del cliente, porque aunque no se vendan grandes volúmenes como con el sistema de maquila, se pueden obtener ventajas como: relaciones a largo plazo con los clientes, mejores precios por los productos, estándares de calidad globales y la posesión como proveedores de productos de moda en estos segmentos. La estrategia a seguir, tanto para las empresas que desean entrar como las que quieren mantenerse en el mercado, tomando en cuenta los cambios que han surgido, las principales tendencias y oportunidades de negocios que existen para las empresas, y la mayor competencia internacional, es: integrar la cadena productiva, es decir, una mayor integración de los productores de fibras y telas con el sector confección; entregar en el menor tiempo posible prendas de moda (invirtiendo en diseño) de primera calidad en paquete completo, fabricadas con los mejores materiales y en instalaciones que cumplan con los requerimientos de Derechos Humanos.

Además ha sido comprobado que Estados Unidos tiene cierta preferencia o mayor aceptación por que la exportaciones de productos confeccionados incluyan todo, sean lo más sencillo y fácil posible, según la publicación de Oportunidades de Negocios:

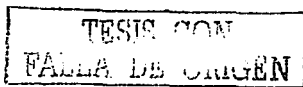
"Por comodidad, las cadenas comerciales y dueños de marcas estadounidenses prefieren cada día mas el concepto "full package."²¹

La importancia de pasar de la maquila-ensamble, al paquete completo, a vender marca, es que ello significa el poder competir en el mercado extranjero y mas que nada nuestra permanencia en la industria; si se aprovechan las ventajas como la cercanía geográfica (rápida entrega) y la variedad y calidad de insumos, el resultado será volvernos a posesionar en el mercado estadounidense.

La empresa estadounidense no quiere:

- Inventarios
- Conseguir y rastrear transporte.

²¹ Oportunidades de Negocios para la Industria Textil y de la Confección. Op.Cit. p.11



- Enviar tela a cortar para después reenviar y reempacarlos para la costura.
- Contratar seguro en México.⁹²

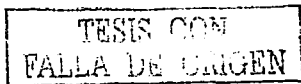
Antes que nada deberíamos empezar a recuperar nuestro mercado interno ya que existe la necesidad de modernizar la planta productiva, de adquirir equipo con alta tecnología; ello agilizaría la producción y se obtendrían productos de mayor calidad. Otro aspecto importante, es que se debería de invertir más en capacitación de personal, un ejemplo que resalta es que todas las empresas exitosas cuentan con capacitación constante, y es muchas veces a la que no se le da el debido interés, ya que retarda la obtención de resultados y no se esta dispuesto a esperar.

Por su parte, la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV) cuenta con el proyecto de Marca⁹³: *MÉXICO ESTA DE MODA*, con el cual busca reposicionar la ropa mexicana, mediante un certificado duro que abarca calidad y responsabilidad social, con la finalidad de que las empresas incursionen y compitan en el mercado internacional. La CNIV pretende lograr este proyecto, con el fin de recuperar el mercado nacional, a través de una campaña en medios de comunicación, que cambie la impresión que el consumidor tiene acerca de las prendas de vestir HECHAS EN MÉXICO, basado en la calidad y el precio, dando una certificación a las empresas que tengan implementados sistemas de calidad, respeten las legislaciones y las normas usando la marca "*México esta de moda*".

Desde mi punto de vista, esta campaña podría tener logros muy importantes, ya que al recuperar al mercado interno, provocaría el interés, la confianza en la calidad de los productos en el exterior y a su vez la recuperación de este mercado también. Por ello, sería factible la promoción de esta campaña en el exterior, específicamente en Estados Unidos, para que de una forma u otra también los mexicanos que viven en el

⁹² Romo, Javier, "Proveedores de maquila y paquete completo al Mercado de Estados Unidos", diapositiva 3 www.bancomext.gob.mx

⁹³ García Tabía, Raul, "Proyecto Marca" *revista VISTA actual*. Op cit pp 4-5



país vecino se identificaran y demandaran nuestros productos, cambiando los hábitos de consumo.

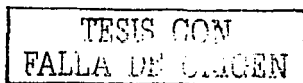
Sin lugar a duda, para poder introducir nuestros productos con mayor facilidad y aceptación en el extranjero, es primordial fortalecer nuestro mercado interno que se ha ido debilitando principalmente por el comercio ilegal y por el mayor consumo de prendas importadas, la mayoría provenientes de países con bajos costos.

El proyecto "*México está de moda*" no es la única opción para retomar la vía del desarrollo, también existen otras alternativas, por ejemplo, a pesar de que las exportaciones de prendas de vestir están concentradas hacia el mercado de EE.UU., aún existen diversos nichos de mercado sin atender suficientemente o que no han sido explorado todavía, como es el caso de productos de confección de materiales como lana o incluso algodón, que son de alto valor agregado.

Otra de las opciones más eficaces que se pueden presentar es: detectar y atender los *mercados olvidados*.⁹⁴ debido que al descubrir un segmento olvidado, existe poca competencia y hay altas posibilidades de tener gran éxito. Por ejemplo, en Estados Unidos se ha detectado el mercado de las tallas extras, que ha sido olvidado y fue la única categoría que reportó ganancias en el 2001, a consecuencia de que la cadena de tiendas Chico, le puso suficiente atención.

Sería conveniente mostrar interés y considerar a este nicho (tallas extras), con el fin de incursionar en él con moda y calidad, ya que ha sido ignorado por todos, enfocándose solamente en el mercado juvenil con tallas pequeñas, orillando a que las personas de tallas extras adquirieran sus prendas únicamente en tiendas especializadas. Habría grandes probabilidades de obtener resultados en este mercado, ya que un tercio de la población femenina de aquel país padece sobrepeso u obesidad y el segmento de mujeres de más de 45 años está por llegar al 40% del total.

⁹⁴ Muñoz, Claudia, "La realidad de los Mercados Olvidados", *Vista actual*, editada por la CNIV, mayo-junio 2002, pp. 10-11.



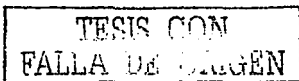
Las posibilidades de incursionar a este segmento y tener éxito se amplían al conocer el estilo de vida atractivo que se tiene, es decir, el importante poder adquisitivo (mayor que el de adolescentes) que disfrutan las personas de este nicho, en donde se gasta lo mismo que en el mercado de adolescentes pero con la diferencia de que en este mercado olvidado son más estables en gustos y tienden a la fidelidad, aunque cuenten con menores alternativas para elegir.

Por otro lado, no restándole importancia a la relación con Estados Unidos y resaltando que es el principal mercado debido a nuestra cercanía; también estamos obligados a evolucionar hacia otros mercados, es decir, el diversificar destinos nos ampliaría la visión, nos abriría distintas rutas para no depender completamente de lo que suceda con nuestro vecino, ya que estamos en una posición muy vulnerable respecto a los cambios de su economía. El ejemplo más claro es que México ha sido de los países más sensibles a la recesión de Estados Unidos (y en general a la recesión mundial), ya que nuestra venta hacia este país consistía en casi el 90% de la producción exportable.

Lo único que hay que agregar, después de las posibles soluciones que se mencionaron, es el llamado que hizo a los empresarios, Salomón Presburger, Presidente de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, expresando, que a pesar de las circunstancias que se viven en el sector, de que no se tienen condiciones para competir: "hay que mantenerse en el esfuerzo y no cerrar las industrias para dedicarse a importar en lugar de producir." ⁹⁵

En cuestión de la promoción al exterior tenemos la ventaja de contar con el apoyo de una banca de desarrollo como lo es el Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT), que nos ayuda a promocionar nuestros productos por medio de los eventos internacionales, apoyando en la introducción de mercancías en el exterior. Este tipo de apoyo no tiene el mismo impacto en los productos de la industria del vestido, debido a que la mayoría de sus exportaciones son productos básicos y a que la

⁹⁵ Hernández, Marcela, "Inter moda, un evento de moda", Vista actual, editada por la CNIV, No. 248, julio-agosto 2002, p. 29



mayoría de empresas van por cuenta propia a los eventos, por falta de información principalmente.

Sería factible que BANCOMEXT, por su parte, llevara acabo una campaña publicitaria, en donde diera a conocer abiertamente las ventajas que se tienen al asistir a eventos internacionales, obviamente primero que nada se necesitaría que este Banco apoyara a un mayor número de eventos en la industria, ya que muchas empresas de todos los sectores van por su cuenta, como se dijo anteriormente por falta de información o para evitar requisitos, y otras más piden el apoyo para asistir a eventos que no esta promocionando el Banco.

Por otro lado, la desaceleración económica de EE.UU. también afecto para que Bancomext dejara de apoyar algunos eventos como en años pasados, ya que al ver las estadísticas de los eventos programados en general, en todos los sectores, tuvieron una baja a partir del año 2001, siendo menos que en años anteriores. Bancomext en este sentido, también necesita una reestructuración que permita promocionar mayor cantidad de eventos, así como apoyarlos para intensificar el número de empresas que participen en ellos.

Considero que invertir en este tipo de promoción internacional (si se va por cuenta propia o con el apoyo del banco), es importante y conveniente, porque el participar en eventos internacionales conduce a beneficios inmediatos, a corto y mediano plazo, siendo una de las formas más eficaces de dar a conocer un producto, ya sea para entrar por primera vez al mercado externo o para permanecer en él, integrando nuevos artículos.

Es fundamental que se promuevan las exportaciones de prendas hechas en México, ya que se supone, de acuerdo con BANCOMEXT, que las actuales oportunidades de negocios para las empresas mexicanas y la demanda que existe actualmente por prendas hechas en México, van a durar a lo mucho hasta fines del 2003.⁹⁵

⁹⁵ Oportunidades de negocios para la Industria Textil y de la Confección, Op.Cit. p.11

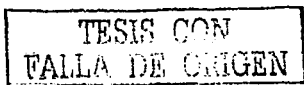
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CONCLUSIONES

La información de la tesis se ve analizada dentro del contexto de la teoría de la globalización, ya que al determinarse una nueva etapa en el mundo entero, desde antes de los años ochenta, surgirían distintos cambios en todos los aspectos, principalmente en la economía, en donde nuestro país se adaptaría y respondería a esta nueva etapa con la apertura comercial al mundo exterior, y con la aparición de diferentes bloques económicos regionales, haría destacar la relación con nuestro vecino Estados Unidos. En este nuevo entorno se buscarían diferentes formas para dirigirse e insertarnos en el mercado extranjero, en el mercado estadounidense.

Respecto al primer objetivo que se señaló, que fue conocer la dinámica comercial de la industria del vestido a partir de la inserción de México al nuevo sistema, de lo que se obtuvo fue que este subsector en general, a nivel mundial, es uno de los que más se ha globalizado, influyendo ampliamente los cambios en las comunicaciones y transportes, es decir, una etapa del proceso se puede realizar en un lugar y el siguiente en otro distinto y así sucesivamente, nos podemos conectar con cualquier parte del mundo con el fin de obtener cualquier materia prima que nos ayude a complementar nuestra industria. Se han intensificado las exportaciones e importaciones en todo el mundo, destacando la presencia de las empresas transnacionales de ropa, se han incrementado las maquiladoras debido a la respuesta que estas han tenido en cuestión de su abundancia de mano de obra y barata además, principalmente en los países en desarrollo.

En cuestión de México, a partir de la apertura comercial, la industria tuvo un nuevo papel que antes no tenía, surgió como una de las prioridades en exportaciones al tomar la economía y el país un nuevo camino y poner más atención en las manufacturas, aunque tuvo tropiezos, también se distinguían sus beneficios, al ser uno de los subsectores más importantes para exportar al extranjero ya que era en donde se tenían mayores ganancias al permitirnos explotar la variedad de materias primas con las que cuenta todo el sector textil, era donde se notaba mayor generación de empleos. La mayoría de empresas que se dedican a la confección



recae en pequeñas y microempresas, mayoría de las cuales trabajan con un crecimiento constante de competencia desleal (contrabando, piratería, venta de mercancía robada, ropa usada), muy pocas son medianas y menos grandes, y son generalmente estas últimas, las únicas en donde se concentran las exportaciones, enfocándose generalmente en la venta de productos básicos. La mayoría de importaciones proviene de Estados Unidos, y en cuestión de las exportaciones, cada día se va especializando más en la venta de confecciones, en cuestión de toda la cadena textil, (siendo la mayoría por vía maquila), concentrándose solo en algunos artículos: lo contrario que sucede en los textiles, al irse incrementando la importación de estos. Como se pudo apreciar anteriormente, la mayoría de exportaciones son realizadas por empresas grandes, lo cual quiere decir que se tiene una incapacidad de la mayoría de empresas para entrar al comercio, es un aspecto que describe al subsector, y en sí a nuestra economía, no existe una verdadera cultura para exportar, por falta de información, financiamiento, o por conformismo; se necesitaría un mayor esfuerzo para fomentar, por parte del gobierno, en especial por parte de Bancomext para que los productores se interesarán en ello al saber los beneficios que les podría traer al abrirse al exterior. Sería viable ampliar los programas ya existentes con la verdadera decisión de llevarlos acabo, así como extender los centros de Investigación por parte del Banco para que se encontrara la información más al alcance de todos, con una mayo: accesibilidad en todas las actividades que promueve, con el fin de que se promoviera una verdadera educación, una verdadera formación e iniciativa.

Al considerarse el segundo objetivo, de analizar la problemática actual del intercambio de productos confeccionados entre México-Estados Unidos tenemos que a partir de la apertura comercial, fuimos productivos a pesar de la competencia internacional que existía, ya que se incrementaron nuestras exportaciones en estos productos hacia Estados Unidos, y más claramente a partir de 1994, ya que se abrían diversas oportunidades a raíz de que México ingresará al Tratado de libre comercio con América del Norte (TLCAN), puesto que se disfrutaron preferencias arancelarias, dando como consecuencia resultados al incrementar nuestras exportaciones, aumento de establecimientos, personal ocupado. El mercado norteamericano fue considerado el mercado natural tanto de productos

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

confeccionados como de productos textiles, fuimos su principal destino como su principal proveedor hasta el 2001, destaca la mezcilla como uno de los principales productos a exportar. Este panorama indicaba que contábamos con un lugar seguro a efecto de la paulatina eliminación de los aranceles en las prendas confeccionadas para ingresar a este país.

Actualmente, a partir de la desaceleración de la economía de Estados Unidos en el 2001, la situación de nuestro país respecto a la industria del vestido presentó efectos negativos ya que las importaciones se incrementaron, así como las exportaciones cayeron y es en donde se ve claramente que nuestro subsector sufrió pérdidas al depender de lo que pasaba en otro lugar, en este caso de nuestro país vecino. Personal de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido afirman que la recuperación de este subsector será lenta.

Desafortunadamente todo tiene un tiempo, y este comenzó agotarse, desapareciendo las ventajas que disfrutábamos, en especial a consecuencia del despegue de otros países de Asia, específicamente de China, debido a la mano de obra tan barata y a que cuenta con ciertas preferencias a consecuencia de que este país ingreso a la OMC. Además de este país asiático se encuentran otros países gozando de ventajas, de oportunidades, dejándonos a un lado, al ser sus productos más competitivos que los nuestros.

La competencia es muy grande con los países asiáticos, porque aunque México tenga ventaja en la proximidad geográfica y en costos de manos de obra, también en estos países existen bajos salarios y además se cuenta con una alta eficiencia tecnológica y organizativa, así como gran experiencia en el mercado internacional.

En cuanto a maquiladoras se refiere, nuestro vecino esta utilizando otros lugares para producir o armar la ropa con componentes de origen asiático para evitar controles de cuotas, salarios mas altos y la apreciación de monedas. La industria del vestido mexicana ha tenido que dirigirse hacia otros mercados, debido a que Estados Unidos

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ha diversificado a sus proveedores poniendo gran atención hacia países de la cuenca del caribe, China, Hong Kong, Taiwán, la India entre otros.

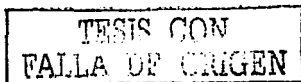
Distinguiendo los instrumentos con los que cuenta la industria de la Confección Mexicana para competir en Estados Unidos, tenemos muy claro que el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) ha sido como una especie de base para adentrarnos a ese mercado, para exportar libremente, a partir de 1994 produjo resultados, en cuestión de cifras, pero desafortunadamente éste ha dejado de ser la principal herramienta, ya no es suficiente, debido a que existe una gran oferta en el mercado estadounidense de productos confeccionados de diversos países.

Las herramientas con las que contamos actualmente para penetrar ese mercado son principalmente la cercanía geográfica, que nos beneficia en el sentido que llenamos las expectativas de los clientes como Justo-a tiempo y Respuesta rápida; en cuestión de costos, los bajos costos de nuestros insumos como son fibras y tejidos y en si también la variedad de ellos; el gran diseño, corte y confección que si existe en nuestro país, pero desgraciadamente no se ha querido explotar debido al deseo de copiar las marcas extranjeras, debido al incremento en costos, en tiempo y aumento de riesgos, en el sentido que se prefiere vender algo que ya haya gustado y haya sido vendido. No tenemos una mala calidad, de los productos en esta industria, de hecho los estudios indican que contamos con una calidad Media-Alta, pero sin embargo esta podría mejorarse con un programa de productividad y de calidad completo que involucrara todo el proceso de producción, desde la materia prima, hasta la distribución del producto terminado.

Ahora pasa a ser muy importante el diseño porque los clientes piden prendas de moda que se anticipen a la temporada, que sean oportunas, con el fin de crear prendas de vestir con estilo, identificación de marca, calidad y propuesta de moda.

El diseño debe ser el motor para el cambio.

La situación que actualmente vivimos, ha hecho que el sector exportador mexicano ahora enfrente nuevos retos para poder ser competitivo y más que nada estos desafíos sean tomados como una estrategia de supervivencia y estos son:



- Tener la capacidad de producir con modalidad del servicio del paquete completo (Nueva modalidad, que actualmente están exigiendo en E.U.A. y en sí en todo el mundo que consiste en hacer llegar un producto de un país hasta la empresa de un país extranjero, involucrando la integración de todas las actividades que se llevan a cabo en exportación, tales como transporte, trámites entre otros).
- Producir volúmenes menores de ropa, pero siendo ahora prendas de moda, y no volúmenes altos de maquila.
- Poseer tiempos de entrega muy cortos (just in time), y mantener una Respuesta rápida a los pedidos, es decir, entregar en el menor periodo posible.
- Contar con una alta calidad en los productos.
- Mantener precios competitivos.
- Ofrecer más que prendas, servicio.

Tenemos que prepararnos para el futuro, no podemos depender únicamente de la geografía, de la cercanía con el vecino del norte; tenemos que evolucionar y encontrar diferentes formas de hacerle frente a la nueva etapa por la que estamos pasando, contrarrestando y compitiendo con productos de otros lugares.

La industria de la confección, a nivel mundial en general, ha cambiado, ya que ahora se buscan nuevos países productivos en donde se encuentren facilidades más baratas que las que nosotros ofrecemos, siendo los países asiáticos, de medio oriente, y del caribe, principalmente, los que ofrecen estas ventajas competitivas.

Es muy importante la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV), como apoyo a la industria del vestido porque como pudimos observar al transcurso de la investigación, ambos ofrecen un apoyo completo de servicios y productos, tanto para los fabricantes que inician sus exportaciones, así como los que quieren consolidarlas, la CNIV es un organismo de representación empresarial independiente del sector privado, que apoya a la industria, mediante diversos servicios, tanto en cuestión

nacional con capacitación especializada en la industria, proyectos de competitividad, asesoría y consultoría, cursos, promoción de programas; como en cuestión de comercio exterior, promoción y elaboración de cursos y seminarios, promoción del proyecto de marca.

Generalmente la CNIV tiene relación con las consejerías comerciales, ya que son estas las que me mantienen informada de las oportunidades comerciales en el extranjero; se especializa en asesorías relacionadas a la importación, exportación, creación de agendas de negocios con empresas nacionales y extranjeras, organización de cursos y seminarios, son el vínculo entre las empresas y BANCOMEXT, ya que la CNIV apoya para que las empresas reciban el financiamiento o el crédito del banco. En cuestión de los eventos internacionales la CNIV también juega un papel de intermediario, ya que este crea el enlace para que se reciba el apoyo.

La CNIV, por medio de la Gerencia de Comercio Exterior, tiene la misión de brindar estrategias para el desarrollo de empresas exportadoras, incrementando su competitividad e integrándolas a la actividad de exportación a través de los apoyos e instrumentos de fomento a las exportaciones que brinda el gobierno mexicano por medio de los esquemas de apoyo brindados por el Banco Nacional de Comercio Exterior.

Tareas en Comercio no serían posibles sin la importante colaboración tanto de la CNIV y como de BANCOMEXT, es por ello que los dos organismos uno privado y otro del gobierno suscribieron un convenio de colaboración desde febrero de 1999 (Centro de desarrollo de exportadores CENDEX), a través del cual Bancomext ofrece una gama de servicios a la comunidad exportadora o compañías que deseen iniciarse en la exportación entre los que destacan:

- ✓ Venta de publicaciones especializadas en la industria del vestido
- ✓ Programa de Asistencia Técnica (PAT)
- ✓ Apoyo para la participación en Ferias y Eventos Internacionales
- ✓ Apoyo para la creación de catálogos electrónicos.

TESIS CON
FALLA DE URGEN

Por su parte el Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT) también atiende a sus clientes mediante diversos servicios: Productos y Servicios Financieros y servicios no financieros o de promoción Comercial, en los que me enfoque y estos últimos se subdividen en: cuestión de promoción en México (información, publicaciones, capacitación, asistencia técnica y asesorías) como en cuestión de promoción internacional (información, agendas de negocios, apoyo de consejerías comerciales, promoción en el extranjero o eventos internacionales, y promoción de inversión extranjera). El Programa Nacional de Eventos Internacionales ofrece la experiencia para que las empresas de la industria de la confección puedan asistir a las ferias y a eventos Internacionales especializadas en prendas de vestir o del sector en general, más importantes en este caso de los Estados Unidos de forma individual o a través de representaciones, en donde el Banco apoya mediante un porcentaje de los gastos para que las empresas asistan a estos en el extranjero.

En cuestión del objetivo principal de mi trabajo, habría que evaluar la importancia de los eventos internacionales como estrategia de promoción al extranjero en la industria del vestido mexicana hacia EE.UU. por lo que en conclusión se comprueba que los eventos internacionales, como instrumento promocional, existen diferentes tipos como son: las misiones de compradores (compradores extranjeros visitan nuestro país con el fin de hacer negocios), Misiones de exportadores (Un grupo de empresarios mexicanos va a ser negocios al extranjero), misiones de inversionistas (un grupo de inversionistas interesados en invertir visitan nuestro país), foros de negocios (realizados en México, se conforman de exposición de productos, seminarios y la realización de entrevistas de negocios con empresas extranjeras con mexicanas), encuentros de negocios (surge como resultado de los toros de negocios, pero en el extranjero, como un seguimiento), pabellones Institucionales (objeto de analizar la reacción de un determinado mercado a los productos mexicanos), seminarios y conferencias de promoción/acercamientos de empresas para difundir oportunidades de negocios, características de los diversos mercados internacionales, condiciones de acceso y otros requerimientos), muestras de productos (permiten dar a conocer los productos mexicanos en el exterior) y en especial las ferias y

exposiciones en el exterior son los eventos más comunes de promoción a los productos para su futura exportación, son muy importantes, ya que representan un foro en el que vendedores de distintos países ofrecen bienes y/o servicios a compradores internacionales son instrumentos, de los más eficaces para iniciar o consolidar el proceso de penetración a mercados con mayores probabilidades de éxito que nos permiten poder penetrar tanto el mercado estadounidense, como en si otros mercados de manera diferente. Existen 4 tipos de estas tipo A- BANCOMEXT organiza y apoya dentro de un pabellón Internacional, con carácter especializado; tipo B- gobiernos, organismos, cámaras, asociaciones organizan la participación de un grupo de empresas dentro de un Pabellón Nacional con el apoyo de Bancomext; tipo C- Una o varias empresas participan de forma individual, Bancomext no participa con un pabellón; tipo D-Bancomext organiza y apoya para la promoción de inversiones. Estos efectivamente han apoyado a que nuestros productos confeccionados se vendan en EE.UU.; si comparamos la inversión que las empresas realizan para asistir a estos eventos y las ventas inmediatas, a corto y mediano plazo, nos damos cuenta que si son herramientas eficaces porque es ahí donde radica la importancia de los eventos; claro que yo me esperaba tener mayores resultados, y que en realidad fuera mayor el impacto de las cifras o exportaciones que se obtienen al asistir a eventos Internacionales en comparación de las ventas o exportaciones totales del país en este subsector.

Otra de las cuestiones que es importante resaltar es que existen mayores apoyos a eventos en otros sectores, que en la Industria del Vestido debido a que la mayoría de empresas que exportan son grandes y no necesitan a veces este apoyo, o exportan productos básicos con mucha mano de obra o por medio de maquila, en donde se tiene un claro destino sin la necesidad de dar a conocer sus productos; y otras empresas más que si asisten a los eventos lo hacen por sus propios medios sin el apoyo de Bancomext; algunos otros no asisten por falta de información, para evitar malos usos, también la mayoría de eventos previstos para la Industria por el Programa de eventos internacionales, generalmente contemplan únicamente la modalidad de Fenas Internacionales sin incluir otros tipos de eventos como son las Misiones de compradores, de exportadores, Muestras de productos entre otros. A partir de 1994,

los Eventos Internacionales empezaron a tener mayor demanda, en 1997 por ejemplo se registró un aumento en el número de empresas mexicanas que participaron en estos eventos, y sufrieron una baja a partir de 1999.

En conclusión, son importantes estos eventos en el sentido de que se ven los resultados tangibles, claros; pero no tienen gran peso en la economía, en las exportaciones de la Industria o en sí del sector como yo esperaba. Lo que se necesitaría es hacer una verdadera campaña de promoción donde se dieran a conocer las ventajas que traen este tipo de apoyos por parte de Bancomext, tratando de integrar mayores eventos en este sector al Programa Nacional de Eventos.

Y por último, es necesario mencionar que tenemos que buscar nuevas formas de insertarnos a los cambios que están surgiendo y a las tendencias que se muestran para el futuro, ya que según estudios de Bancomext, las cuotas que han regulado por casi 50 años el mercado de los textiles y de confección, están por ser eliminadas para el año 2005 y es ahí donde se espera tanto una mayor producción por parte de los países en desarrollo, como un mayor consumo por parte de los países industrializados, indicando que los Estados Unidos y la Unión Europea son los mayores consumidores a nivel mundial de estos productos y que por lo tanto se espera un incremento tanto en la demanda como en la oferta mundial debido al crecimiento demográfico como por el aumento del ingreso de los países y finalmente una mayor competencia del comercio tanto de textiles como de ropa.

Por lo que debemos de alcanzar mayores niveles de competitividad, ya que habrá muchos países beneficiados de ello debido a las limitaciones con las que contamos como son: las empresas cuentan con un bajo nivel de especialización, falta de capacitación, falta de tecnología, falta de diseño y moda propias, hay pocas empresas grandes y son las únicas que exportan, gran porcentaje de producción y producción recae en maquila esta es a muy bajo precio y ya a comenzado a abundar en muchas regiones, comenzó a nacer menos competitiva frente a otros países

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

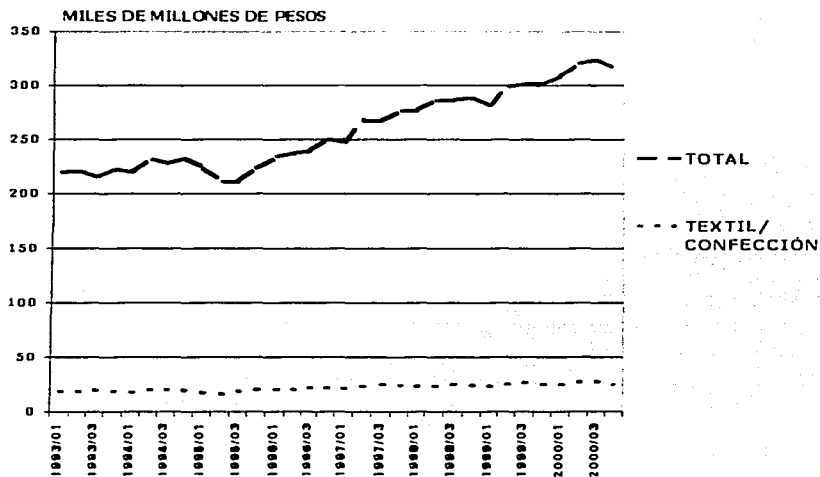
y desgraciadamente existe una disminución en el precio mundial de prendas básicas, México ya no es tan barato, tiene que dirigirse hacia un mayor valor agregado, ya no podemos competir con las mismas estrategias, ni con las mismas ventajas, Proliferación de tratados de libre comercio y la eliminación de barreras comerciales en todo el mundo, otorgamiento de mejores condiciones a países con mano de obra barata, la desaceleración de la economía de Estados Unidos en el 2001, el ingreso de China a la OMC y el otorgamiento del status de relaciones comerciales normales a este país por parte Estados Unidos pero también llegará a su fin las ventajas relativas con las que cuenta nuestra industria, a consecuencia se deben reunir el mayor número de herramientas posibles como moda y diseño en lugar de vender volumen o minutos de maquila, ya que se considera que los exportadores tienen mayores oportunidades en segmentos de mercado medio-medio y medio-alto con productos a través del paquete completo y con la marca propia del cliente, obteniendo estabilidad a largo plazo, mejores precios por los productos, posesión como proveedores de productos de moda en estos segmentos, integración de la cadena textil, entregar en el menor tiempo posible; deberíamos comenzar por recuperara nuestro mercado interno, modernizando la planta productiva, invertir en tecnología, en capacitación de personal y entre ellas resaltar los eventos Internacionales para dar a conocer nuestros nuevos productos, con mayor valor agregado, todo ello con una intensa capacitación para no salirnos del mercado y tener éxito.

Sería bueno llevar acabo el proyecto: México esta de Moda por parte de la CNIV, en el aspecto nacional, posteriormente se sembraría el interés en el ámbito internacional para reposicionar la ropa mexicana con un certificado de calidad, cambiando la impresión del consumidor respecto a nuestros propios productos hechos en México. Sería bueno dar a conocer este tipo de campañas en Estados Unidos para informar de la calidad de obtendrían las prendas de vestir. Otra opción sería atacar los mercados olvidados, los nichos que no han sido atendidos lo suficiente como el de las tallas extras en Estados Unidos, ya que deiaría muchas ganancias y no se le ha hecho el caso correspondiente y se ingresaría con éxito al ser un considerable porcentaje de personas de este mercado y al tener un importante poder adquisitivo este segmento, casi no tienen opciones.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 1

MÉXICO. PIB MANUFACTURAS TOTAL vs PIB TEXTIL Y CONFECCIÓN A Precios de 1993



NOTA: Cifras preliminares a partir del primer trimestre de 1999.

FUENTE: Datos proporcionados por el Banco de Comercio Exterior.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 2

IMPORTACIONES DE PRENDAS DE VESTIR POR PARTE DE MÉXICO.

En cuestión del **total del valor de la importación de prendas y complementos de vestir de punto** por año, a partir de 1995 al 2000 la tenemos:

1995	1996	1997	1998	1999	2000 P/
3,885,703	6,283,876	10,823,958	14,195,407	16,469,049	17,934,086

NOTA: Incluye Industria Maquiladora de Exportación.

Del total del valor importado, se desprende lo **correspondiente a Estados Unidos**:

1995	1996	1997	1998	1999	2000 P/
3,476,550	5,926,336	10,242,395	13,187,317	15,324,195	15,391,681

NOTA: Incluye Industria Maquiladora de Exportación.

Por lo que concierne a **el total del valor de la importación de prendas y complementos de vestir, excepto los de punto**, por año, a partir de 1995 al 2000 se muestra de la siguiente manera:

1995	1996	1997	1998	1999	2000
7,491,868	11,284,190	14,584,530	19,031,520	17,138,703	14,901,216

NOTA: Incluye Industria Maquiladora de Exportación.

Del total del valor importado, se desglosa lo que **exportó Estados Unidos**:

1995	1996	1997	1998	1999	2000
6,589,711	10,482,157	13,391,959	17,207,360	14,980,187	11,848,464

NOTA: Incluye Industria Maquiladora de Exportación.

* Las cifras de los cuadros anteriores son en Miles de pesos.

Elaboración propia con base en INEGI, la Industria Textil y del Vestido en México 2001, México, P. 131-134.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ANEXO 3

PRINCIPALES PRODUCTOS DE IMPORTACIÓN DE MÉXICO.

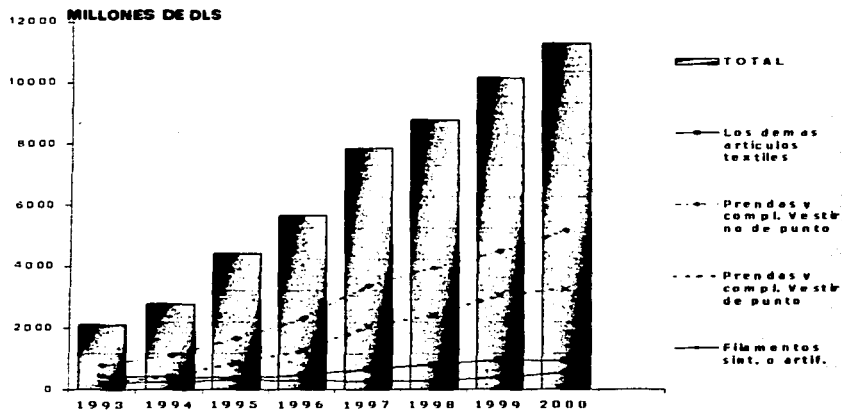
		IMPORTACIONES TOTALES					IMP. MAQUILA + TEMP.				
Descripción Principales		1998	1999	2000	%	Acum.	1998	1999	2000	Maq. + Temp. / Total	
Partida	TOTALES	\$7,835	\$8,904	\$10,041			\$5,883	\$6,996	\$7,689		
1	5209 Tejidos de algodón (mezclilla y otros)	265	635	821	8%	8%	210	569	758	92%	
2	5407 Tejidos de hilados de filam. sintéticos	429	560	696	7%	15%	271	422	577	83%	
3	5201 Algodón sin cardar ni peinar	619	384	543	5%	21%	181	68	32	6%	
4	6109 Camisetas interiores de punto	402	462	510	5%	26%	371	428	467	92%	
5	6002 Los demás géneros de punto	180	333	439	4%	30%	144	291	374	85%	
6	6204 Pantalones, part. corto, mujer/niña	564	467	408	4%	34%	495	398	329	81%	
7	6110 Suéteres, jersey, pullover	266	360	391	4%	38%	228	320	327	83%	
8	5903 Tejidos impregnados, recubiertos	223	280	344	3%	41%	177	236	301	87%	
9	6203 Pantalones, part. corto, hombre/niño	557	428	341	3%	45%	493	357	292	86%	
10	5906 Cintas	258	300	322	3%	48%	246	284	249	77%	

FUENTE: Datos proporcionados por BANCOMEXT.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

ANEXO 4

MÉXICO. EXPORTACIONES DE TEXTIL/CONFECCIÓN

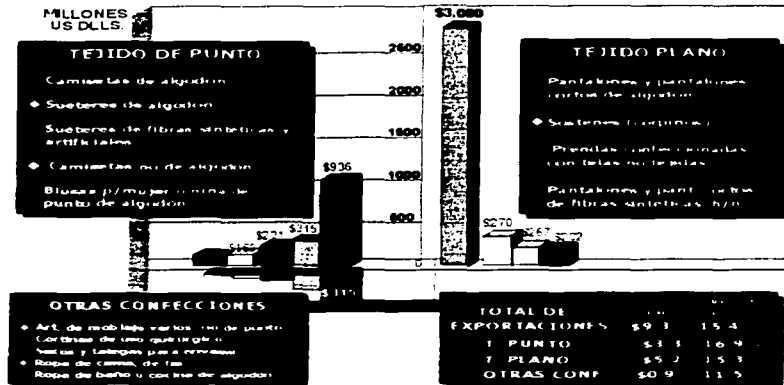


FUENTE: Datos proporcionados por el Banco de Comercio Exterior.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 5

CONFECCIÓN: PRINCIPALES EXPORTACIONES, 2000



Fuente: SE, WTA. INCLUYE MAQUILA

FUENTE: Datos proporcionados por el Banco de Comercio Exterior.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

ANEXO 6

MÉXICO. EXPORTACIONES DE TEXTIL/CONFECCIÓN													
MILLONES DE DÓLARES													
CAP	DESCRIPCIÓN	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001		VARAC % ENE 2000	
										ENERO	%		
	TOTAL	51,832.0	60,817.0	79,540.6	96,003.7	110,236.8	117,442.1	136,703.4	166,424.0	11,285.8	12,726.3	18.1	12.8
	TEXTIL/CONFECCION	2,095.3	2,787.1	4,405.4	5,670.3	7,949.5	8,787.7	10,163.5	11,287.8	740.4	802.8	27.2	9.4
50	Seda	0.1	0.1	0.1	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-8.9	0.0
51	Lana	8.5	13.6	26.2	42.4	42.3	37.9	48.6	78.6	6.6	5.3	37.3	-21.8
52	Algodón	60.6	101.6	369.0	407.8	446.1	405.1	392.8	378.1	28.1	24.8	29.9	-11.7
53	Las demás fibras text.vegetales	3.3	2.0	2.2	2.9	3.4	2.8	2.2	3.1	0.2	0.2	-0.7	4.6
54	Filamentos sint. o art.	216.3	249.4	312.4	297.5	275.1	265.0	374.0	554.1	28.3	28.6	14.4	1.1
55	Fibras sintéticas o art.	195.9	297.0	484.3	433.5	444.3	342.0	352.4	319.3	23.0	25.0	7.2	9.3
56	Guata fieltro	49.3	51.6	75.9	119.2	152.2	129.6	155.6	147.8	11.0	10.9	17.0	-1.2
57	Mantas	61.7	56.0	58.1	99.5	113.5	100.9	98.5	71.4	5.1	5.3	2.1	3.4
58	Tejidos especiales	44.3	58.4	103.2	112.6	156.6	153.6	153.4	199.5	13.8	10.9	24.0	-19.7
59	Tejidos impregnados	22.0	27.8	42.2	62.5	73.2	73.4	31.9	90.8	7.7	5.0	22.5	-35.6
60	Tejidos de punto	8.6	12.5	38.7	53.1	63.3	66.7	30.2	100.7	4.6	5.9	42.2	28.1
61	Prendas y complementos de punto	213.7	431.6	871.2	1,274.2	2,039.5	2,433.3	3,966.8	3,256.3	197.0	242.4	47.6	23.1
62	Prendas y complementos de punto	785.0	1,098.4	1,649.2	2,282.7	3,377.8	3,970.3	4,487.3	5,717.0	329.6	363.6	30.9	16.4
63	Las demás prendas textiles	476.1	407.1	362.5	467.1	362.2	807.1	949.6	917.1	86.4	54.9	11.6	-35.7

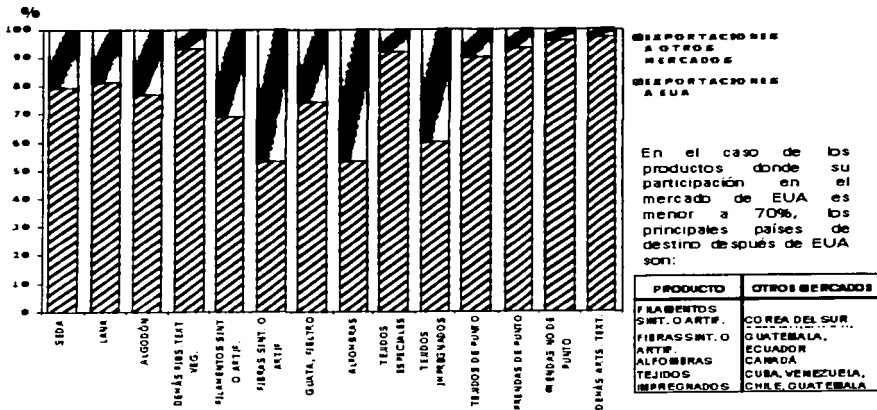
FUENTE: SECRETARÍA DE ECONOMÍA

FUENTE: Datos proporcionados por el Banco de Comercio Exterior.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ANEXO 7

MÉXICO. PRINCIPAL DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE TEXTILES Y CONFECCIÓN EN EL 2000

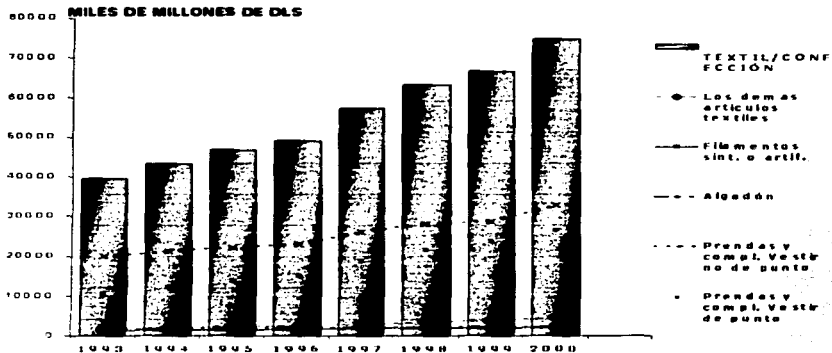


FUENTE: Datos proporcionados por el BANCOMEXT.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

ANEXO 8

EUA. IMPORTACIONES DE TEXTIL/CONFECCIÓN



FUENTE: Datos proporcionados por el Banco de Comercio Exterior.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 9

EVENTOS PREVISTOS (Programa Nacional de Eventos Internacionales) PARA EL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIÓN 1994-2002.

1994	1996
<p>Misión Empresarial a Seattle, Vancouver y Calgary . Abril 18-22 Organiza CEMAI.</p>	<p>Exposición del vestido-Bobbin Contexpo de las Americas. Miami, E.U.A. Mayo Organiza Bancomext.</p> <p>Magic Show.Feria Internacional de textiles. Las Vegas, E.U.A. Septiembre Organiza Bancomext.</p>
<p>1997</p> <p>Magic International. Las Vegas, E.U.A. Febrero 18-21 Organiza Bancomext.</p> <p>Dallas Women's Apparel & Accessories Market. Dallas, E.U.A. Marzo 13-17 Organiza Canainves con apoyo de Bancomext.</p> <p>Apparel Show of the Americas. Miami, E.U.A. Marzo 19-21 Organiza Bancomext.</p> <p>Mision de Compradores de Atlanta a Tlaxcala. Abril 2-3 Organiza Bancomext.</p>	<p>Magic International. Las Vegas, E.U.A. Agosto 25-28 Organiza Bancomext.</p> <p>Bobbin Show. Atlanta, E.U.A. Septiembre 23-26 Organiza Bancomext.</p> <p>Dallas Women's Apparel & Accessories Market. Dallas, E.U.A. Octubre 16-20 Organiza Canainves con apoyo de Bancomext.</p> <p>International Kids Fashion Show. Nueva York, E.U.A. Octubre 20-23 Organiza Canainves con apoyo de Bancomext.</p>

TESIS CON
FALLA DE CISEN

1998

Magic International.
Las Vegas, E.U.A.
Febrero 17-20
Organiza Bancomext.

Magic International.
Las Vegas, E.U.A.
Del 31 de Agosto al 3 de
Septiembre.
Organiza Bancomext.

Bobbin Show.
Atlanta, E.U.A.
Septiembre 10-13
Organiza Bancomext.

**Dallas Women's Apparel &
Accessories Market.** Dallas, E.U.A.
Octubre 15-19
Organiza Canainves con apoyo de
Bancomext.

**International Kids Fashion
Show.** Nueva York, E.U.A.
Octubre 18-21
Organiza Canainves con apoyo de
Bancomext.

2000

**Misión de Compradores a
Exhimoda. Norteamerica,
Latinoamérica, Europa y Asia.**
Enero 11-14
Organiza Bancomext.

WWD Magic.
Las Vegas, E.U.A.
Febrero 14-17
Organiza Bancomext.

1999

**Misión de Compradores a
Exhimoda. Norteamérica (2 estados o
provincias).**
Enero- Agosto.
Organiza Bancomext.

Magic International.
Las Vegas, E.U.A.
Marzo 1-4
Organiza Bancomext.

**Misiones de Compradores a
Expo Fashion. Norteamérica (2
estados o provincias).**
Mayo.
Organiza Bancomext.

Magic International.
Las Vegas, E.U.A.
Del 30 de Agosto al 2 de
Septiembre.
Organiza Bancomext.

Bobbin Show.
Atlanta, E.U.A.
Del 30 de Septiembre al 3 de
Octubre.
Organiza Bancomext.

2001

**Misión de Compradores a
Intermoda. Primavera-verano.
Guadalajara, Jal., México.**
Enero 16-19
Organiza Bancomext en apoyo a
Intermoda.

WWD Magic Show.
Las Vegas, NY., E.U.A.
Febrero 13-16
Organiza Bancomext

TESIS CON
FALLA DE CUBIEN

Heimtextil Americas 2000.
Miami, E.U.A.

Mayo 26-28
Organiza Bancomext.

Misión de compradores.
Bobbin Show, Mexico.

Mayo 26-28
Organiza Bancomext.

Misión de Compradores a
Exhimoda. Norteamérica,
Latinoamérica, Europa y Asia.

Julio 18-21
Organiza Bancomext.

WWD Magic.
Las Vegas, E.U.A.

Agosto 28-31
Organiza Bancomext.

Bobbin Show.
Atlanta, E.U.A.

Septiembre 14-16
Organiza Bancomext.

Misión de Compradores a
Exintex. Norteamérica, Latinoamérica,
Europa y Asia.

Noviembre
Organiza Bancomext.

Misión de Compradores a
Intermoda. Otoño-Invierno.
Guadalajara, Jal., México.

Julio 17-20
Organiza Bancomext en apoyo a
Intermoda.

Misión de Compradores a la
Feria Internacional textil. CD.
México.

Septiembre 18-22
Organiza Bancomext en apoyo a
Canaintex.

Misión de Compradores a
Laguna 807 and private label.
Torreón, Coah., México.

Octubre 16-18
Organiza Bancomext en apoyo a
Canainves.

Misión de Compradores a
Exintex. Puebla, Pue., México.

Noviembre 13-16
Organiza Bancomext en apoyo a
Exintex.

2002

Misión de Compradores a
Intermoda. Guadalajara, Jal., México.

Enero / Julio
Organiza Bancomext y el Centro de
atención al exportador

Misión de Compradores a
Laguna 807. Torreón, Coah., México.

Octubre
Organiza Bancomext y el Centro de
atención al exportador.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**Misión de Compradores a Feria
Internacional Textil. México, D.F.**

Septiembre

**Organiza Bancomext y el Centro de
atención al exportador.**

**Misión de Compradores a
Exintex. Puebla, Pue., México.**

Noviembre

**Organiza Bancomext y el Centro de
atención al exportador.**

*NOTA: Los eventos de 1995 no se pudieron citar debido a que el Programa de Eventos Internacionales de ese año no se encuentra.

Elaboración propia con base en los programas de eventos Internacionales de 1994, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001 y 2002.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ANEXO 10

RESULTADOS DE EVENTOS INTERNACIONALES EN TODOS LOS SECTORES 1994-2001.

Tipo de Evento	1994	1995		1996				
	83 eventos	92 eventos		141 eventos				
	No. Empresas	No. Empresas	Ventas reportadas (Miles de dólares)	No. eventos	No. Empresas	Ventas inmediatas (Miles de dólares)	Ventas a corto plazo (6 meses)	Ventas a MED. plazo (1 año)
Ferias y Exposiciones	485	549	113,441	56	784	31,734.4	117,397.3	247,307.1
Participaciones individuales	57	83	8,023.3	31,396.2	75,338.0
Misiones de Compradores	64	99	3,984	14	177	913.6	4,987.7	29,684.2
Misiones de Exportadores	113	87	65,439	9	97	636.3	6,094.0	9,058.0
Misiones de Inversionistas	202
Misiones de vendedores (*)	19
Muestras de productos	1	67	560	5	4,283.7
Seminarios de promoción	937	1,143
Total	1,821	1,945	183,424	141	1,146	45,591.9	159,875.2	361,387.3

(*) de Centroamérica a México

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

1997

Tipo de Evento	Eventos realizados	Numero de Empresas	Exportación* miles de dls.
Total	289	2,035	917,128
Ferias tipo "A" (a)	48	782	393,367
Ferias tipo "B" (b)	23	298	164,798
Participantes individuales	125	259	193,253
Misiones de Compradores	37	547	140,171
Misiones de Exportadores	10	88	21,056
Muestras de productos mexicanos	15	35	4,483
Atención a grupos de inversionistas	31	26	0

*Información estimada por empresarios sobre las ventas que realizarán en el periodo de un año.

(a) Eventos coordinados por Bancomext.

(b) Eventos coordinados por Cámaras o Asociaciones con apoyo financiero de Bancomext.

VENTAS TOTALES GENERADAS EN EVENTOS INTERNACIONALES, 1998.

Sectores	VENTAS MILLONES DE DÓLARES	EMPRESAS PARTICIPANTES
Plurisectorial	218	537
Alimentos y bebidas	187	307
Muebles y accesorios	162	246
Textil y confección	128	233
Metalmecánico	90	53
Regalo y decoración	66	309
Construcción y ferreteria	54	139
Cuero y calzado	44	185
Otros	39	279
Automotriz y autopartes	18	54
Electrico Electronico	13	22
Químico farmacéutico	5	9

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1999 Tipo de Evento	Eventos programados	Eventos Realizados	Eventos realizados fuera del Programa
Ferias Tipo "A" (1)	41	38	6
Ferias Tipo "B" (2)	22	15	3
Misiones de Compradores	21	18	28
Misiones de Exportadores	7	0	8
Muestras de productos mexicanos	4	0	3
Foros	2	1	0
Misiones de Inversionistas	0	0	15
Apoyo para oficinas en el exterior	0	0	21
Promoción de inversión extranjera	0	0	9
Seminarios y stands institucionales	0	0	27
Total	97	72	120

1. Ferias Tipo "A", coordinadas por BANCOMEXT.

2. Ferias Tipo "B", coordinadas por cámaras o asociaciones con apoyo financiero de BANCOMEXT

2000

Tipo de Evento	Eventos Realizados	Empresas Asistentes	Exportaciones (millones de dólares)
Ferias Tipo "A" (1)	41	610	272
Ferias Tipo "B" (2)	21	406	72
Ferias Tipo "C" (3)	n.a.	629	477
Misiones de Compradores	35	555	175
Misiones de Exportadores	4	22	2
Apoyo para oficinas en el exterior (4)	20	34	20
Promoción de inversión extranjera (5)	7	48	n.a.
Encuentros de Negocios	3	27	4
Otros (6)	15	357	n.a.
Total	206	2,988	1,022

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Coordinadas por Bancomest.

Coordinadas por cámaras o asociaciones con apoyo financiero de Bancomest.

Empresas apoyadas financieramente que participaron en eventos no promovidos por Bancomest.

Apoyos a empresas mexicanas para la instalación de centros de distribución y para su participación en salones permanentes.

El Banco ofrece apoyo a los gobiernos de los estados para su participación en eventos para promover la inversión extranjera.

Incluye muestras de productos mexicanos y degustaciones (en los que no necesariamente participan las empresas); foros, misiones de inversionistas, seminarios y stands institucionales.

n.a. No aplica.

2001

Tipo de Evento	Eventos Realizados	Empresas Asistentes	Exportaciones (millones de dólares)
Ferias Tipo "A" (1)	43	676	315
Ferias Tipo "B" (2)	14	455	113
Ferias Tipo "C" (3)	n.a.	650	493
Misiones de Compradores	38	437	116
Misiones de Exportadores	2	6	---
Apoyo para oficinas en el exterior (4)	13	28	13
Promoción de inversión extranjera(5)	6	40	10
Encuentros de Negocios	3	26	2
Otros (6)	74	140	15
Total	193	2,458	1,077

Coordinadas por Bancomest.

Coordinadas por cámaras o asociaciones con apoyo financiero de Bancomest.

Empresas apoyadas financieramente que participaron en eventos no promovidos por Bancomest.

Apoyos a empresas mexicanas para la instalación de centros de distribución y para su participación en salones permanentes.

El Banco ofrece apoyo a los gobiernos de los estados para su participación en eventos para promover la inversión extranjera.

Incluye muestras de productos mexicanos y degustaciones (en los que no necesariamente participan las empresas); foros, misiones de inversionistas, seminarios y stands institucionales.

n.a. No aplica.

Los datos elaborados en base a los informes anuales de 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000 y 2001 del Banco de Comercio Exterior.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 11

CONSEJERÍAS COMERCIALES DE MÉXICO EN ESTADOS UNIDOS

CONSEJERÍA UBICADA EN:	ÁREA DE INFLUENCIA
Atlanta	Kentucky, Virginia, Georgia, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Tennessee, Alabama.
Chicago	Illinois, Indiana, Iowa, Minnesota, Nebraska, Dakota del Sur, Dakota del Norte, Wisconsin.
Dallas	Arkansas, Missouri, Kansas, Norte de Texas, Oklahoma, Colorado, Montana, Wyoming.
Detroit	Michigan, Ohio.
Houston	Houston
Los Angeles	Utah, Arizona, California, Hawaii, Nevada, Idaho.
Miami	Florida, Haití, Louisiana, Mississippi, Puerto Rico, República Dominicana
Nueva York	Connecticut, Delaware, Distrito de Columbia, Maine, Maryland, Massachusetts, Nueva York, Nueva Jersey, Nuevo Hampshire, Pennsylvania, Vermont, Virginia del Oeste.
San Antonio	Nuevo México, Sur de Texas.
Seattle	Seattle

Cuadro propio elaborado en base al Programa Nacional de Eventos Internacionales, Edición 2003 y al Directorio Comercial de Bancomext, de México 2000.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

BIBLIOGRAFÍA

Codera Martín, José María, *Diccionario de Comercio exterior*, Ediciones pirámide, España, 1986.

E. Dougherty, James et al., *Teorías en pugna en las Relaciones Internacionales*, Grupo editor latinoamericano, New York, EE.UU., 1990.

Fausto Alzati, coordinador, *Ensayos sobre la Modernidad Nacional. México en la Economía Internacional*, Diana, México, 1990.

García Córdoba, Fernando, *La Tesis y el Trabajo de Tesis*, Spanta, México, 1998.

Hochman, Elena et al., *Técnicas de Investigación Documental*, Trillas, México, 1978.

Ibarra Muñoz, David, *México en la economía internacional*, (TOMO I), PRI Comisión de Asuntos Internacionales, México, 1993.

"Informe Anual 1994": Bancomext, México, Edición 1994.

"Informe Anual 1995": Bancomext, México, Edición 1995.

"Informe Anual 1996": Bancomext, México, Edición 1996.

"Informe Anual 1997": Bancomext, México, Edición 1997.

"Informe Anual 1998": Bancomext, México, Edición 1998.

"Informe Anual 1999": Bancomext, México, Edición 1999.

"Informe Anual 2000": Bancomext, México, Edición 2000.

"Informe Anual 2001": Bancomext, México, Edición 2001.

Jan Osmańczyk, Edmund, *Enciclopedia Mundial de Relaciones Internacionales y Naciones Unidas*, Fondo de Cultura Económica, España, 1976.

"La Industria Textil y del vestido en México", Edición 2000, Anuario Estadístico del Comercio Exterior, INEGI, México, 2000.

"La Industria Textil y del vestido en México 2001", Edición 2001, INEGI, México, 2001.

Manuel Cavazos, coordinador, *Ensayos sobre la Modernidad Nacional. La Economía Mexicana: Evolución y perspectivas*, Diana, México, 1989.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Márquez Padilla, Paz Consuelo, *México en la Economía Internacional*, (TOMO I), PRI, Comisión de Asuntos Internacionales, México, 1993.

"*Memoria del Seminario sobre Migración Internacional y el Desarrollo Económico de México*", CONAPO (Consejo Nacional de Población), Zacatecas, 1992.

Mercado H. Salvador, *Comercio Internacional*, Centro de Investigaciones para el desarrollo de México, Impresiones Aries, México, 1976.

Mercado H. Salvador, *¿Cómo hacer una tesis?*, Limusa Noriega editores, México, 1999.

"*México Exporta Textil y Confección*", BANCOMEEXT, México, 1999.

"*México Transición Económica y Comercio Exterior*", BANCOMEEXT, Fondo de Cultura Económica, México, 1999.

Octavio, Ianni, *Teorías de la Globalización*, Siglo veintiuno editores, México, 1999.

"*Oportunidades de Negocios para la Industria Textil y de la Confección*", BANCOMEEXT, Dirección General Adjunta de Promoción Sectorial, México, 1998.

Ortiz Wadgyamar, Arturo, *Introducción al Comercio Exterior de México*, Nuestro Tiempo, México, Nuestro Tiempo, México, 1997.

Plano C., Jack, *Diccionario de Relaciones Internacionales*, Limusa, México, 1985.

"*Programa Nacional de Eventos Internacionales*", Bancomext, México, Edición 1994.

"*Programa Nacional de Eventos Internacionales*", Bancomext, México, Edición 1996.

"*Programa Nacional de Eventos Internacionales*", Bancomext, México, Edición 1997.

"*Programa Nacional de Eventos Internacionales*", Bancomext, México, Edición 1998.

"*Programa Nacional de Eventos Internacionales*", Bancomext, México, Edición 1999.

"*Programa Nacional de Eventos Internacionales*", Bancomext, México, Edición 2000.

"*Programa Nacional de Eventos Internacionales*", Bancomext, México, Edición 2001.

"*Programa Nacional de Eventos Internacionales*", Bancomext, México, Edición 2002.

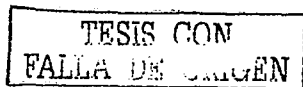
"*Programa Nacional de Eventos Internacionales*", Bancomext, México, Edición 2003.

P. Todaro, Michael, *Economic Development*, Adisson wesley longman, E.U., 2000.

Pujol Bengoechea, Bruno (coordinador general), *Diccionario de Comercio Exterior*, Brosmac, Cultural, España, 2000.

Suarez Irujo, Enrique *Como hacer la tesis* Trillas, México, 2000.

"*Textil y Prendas de Vestir*", Guía de Exportación Sectorial, BANCOMEEXT, México, 1999.



"Trade and Investment Opportunities in the Textile Industry", **BANCOMEXT**, Mexico, 2002.

Uñas Brambilia, Homero, *La ofensiva comercial de la diplomacia mexicana*, Comercio Exterior, Vol. 43, No. 12, México, diciembre de 1993.

Vega Canovas, Gustavo (coordinador), *Liberación Económica y Libre Comercio en América del Norte*. COLMEX, México, 1993.

Velásquez Flores, Rafael, *Introducción al Estudio de la Política Exterior de México*, Nuestro Tiempo, México 1995, Primera edición, pp. 283.

Weintraub, Sidney, et al., *Integración Industrial México-Estados Unidos, Alternativas para el futuro. El reto de libre comercio*. CIDAC, Diana, México, julio de 1992.

HEMEROGRAFÍA

Bancomext Trade Directory of México, Bancomext Directorio Comercial de México 2000.

Flores, Armando, *"Siete de cada 10 exportadores no firman contratos"*, el Economista, julio 28, 1997.

González Souza, Luis, *"Paradojas de nuestra integración"*, la Jornada, mayo 1996.

Mejía Fuentes, Gabriel, *"El TLC de Norteamérica a 5 años de vigencia"* la Jornada, diciembre 6, 1999.

MexCostura, Revista de la Confección y el Vestido, No. 13.

MexCostura, Revista de la Confección y el Vestido, No. 15.

MexCostura, Revista de la Confección y el Vestido, Febrero-Abril, 2001, No. 20.

Revista de Negocios Internacionales, Requisitos y preferencias, *"Exportación de productos de la Industria Textil y de la Confección"*, No. 83, Febrero, 1999.

Vista Actual, Órgano Oficial de la Cámara Nacional de la Industria del vestido (Publicación bimestral editada por la CNIV), No. 247, México, marzo-abril 2002.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Vista Actual, Órgano Oficial de la Cámara Nacional de la Industria del vestido (Publicación bimestral editada por la CNIV), México, mayo-junio 2002.

Vista Actual, Órgano Oficial de la Cámara Nacional de la Industria del vestido (Publicación bimestral editada por la CNIV), No. 248, México, julio-agosto 2002.

PAGINAS WEB

Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), página web oficial de la agencia.
alainet.org

Apparel Industry International magazine, página web de la Revista de la Industria del vestido Internacional.
www.aiimag.com

Banco Nacional de Comercio Exterior, página web oficial de BANCOMEXT.
www.bancomext.gob.mx
www.bancomext.com.mx

Boletín Mensual de información entre Mercosur y la Unión Europea "Téxtil y ropa: Migración hacia los países con mano de obra barata", 1995,
www.eurosur.org/EFTA/c10.htm

Cámara de Comercio binacional, página web de la Cámara de Comercio de México.
www.ccam.org.ar

Cámara Nacional de la Industria del Vestido, página web oficial de la Cámara.
www.cniv.org.mx

El economista, página web del periódico.
serpiente.dqsc.unam.mx/el_economista

"Elementos que han contribuido a acelerar los procesos de globalización"
www.webcom.com/~clacso/globalizacion.html

Enciclopedia de la Real Academia Española, página web oficial.
www.rae.es

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Facultad de Filosofía y Letras, "Las turbulencias de la Economía Latinoamericana", Universidad de Buenos Aires.
www.filosofia.uba.ar/Departamentos/historia/econpol/ec2001/Las%20nuevas%20Latinoamericana.htm#_ednref1

Houtart, Francois, "La Globalización: Dimensión Política y Cultural", Periódico electrónico, rebelión, España, 3 de julio del 2001.
www.rebelion.org/economia/houtart030701.htm

La jornada, página web del periódico.
www.jornada.unam.mx
www.nuclecu.unam.mx/~jornada

Latin American Network Information Center, Directorio especializado en la región de Latinoamérica, "Globalización", 2001.
lanic.utexas.edu/project/sela/docs/ci22di4b.htm

Organización Internacional del Trabajo, página web de la OIT.
www.ilo.org

Organización no Gubernamental, Pangea, "El textil en el mundo", España, 2001.
www.pangea.org/ropalimpia/enotnoti.htm

Recondo Gregorio, Dr. "Globalización e Integración Regional", Canal De difusión legal mania, Argentina, 15 de diciembre del 2000.
www.legalmania.com.ar/actualidad_general/globalizacion_regional.htm

Revista de la Confección y el Vestido, página web de Mexcostura.
www.mexcostura.com.mx

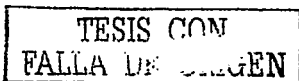
Saldívar Ernesto, "La globalización como estrategia de desarrollo", Apuntes de profesores de distintas universidades, Argentina, 2000.
www.lafacu.com/apuntes/politica/global_estra/default.htm

SECOFI, página web de la Secofi, actual Secretaría de economía.
www.secofi-snci.gob.mx

Secretaría de economía, página web de la SE.
www.economia-snci.gob.mx

Sistema de Información Empresarial Mexicano, página web.
www.siemex.com.mx

Textil y Confección, www.fabricaciones.com/sect_text-confec.htm



Universidad autónoma Metropolitana, página web de la UAM.
www.azc.uam.mx

Universidad Nacional Autónoma de México, página web oficial de la UNAM.
www.unam.mx

World Bank, página web del Banco Mundial.
wbln0018.worldbank.org

DOCUMENTOS

Comunicado de prensa No.:2000/283/S "El Objetivo De Reducir La Pobreza A La Mitad Para 2015 Es Difícil Mas Asequible, Pero El Progreso Es Disparejo".

Cortázar, Mercedes, 1998, "La competitividad de México en exportación".

Desplazo a China, que lideraba desde hace 10 años. México, principal proveedor de textiles a Estados Unidos, The Journal of Commerce, abril, 8, 1997.

Dupas, Gilberto, "Economía Global y exclusión Social ", ALAI, América Latina en Movimiento, 1999.

Esquema de apoyo en ferias internacionales, CNIV, Comercio Exterior, 2 de enero del 2002.

Eventos Internacionales, reporte de eventos, Bancomext, Enero-Octubre, 2002.

Gallardo Velásquez, Anahí, Profesora del Departamento de Administración de la UAM-A "El entorno macroeconómico mundial y los retos para la estrategia futura del país".

García Tapia Raúl, Cámara Nacional de la Industria del Vestido, Mexico. Apparel industry association adopts new trade policy, Us apparel industry supports reduction in US tariffs., Jun, 18, 2002.

"Importancia de la industria del vestido en México", Estudio de BANCOMEXT.

"Industrias Textil, del vestido y del calzaco". Documento por parte de la OIT.

TESIS CON
FALLA DE CUBIERTA

"Los niveles mundiales de empleo en las industrias textiles, del vestido y del calzado se mantienen estables; los talleres clandestinos entrañan riesgos para la industria y los trabajadores", OIT, 2000.

Ramey, Joanna, "Mexico no longer top market for U.S. textiles", Fairchild publications, Inc., May, 21, 2002.

Reporte de Servicios por parte de la CNIV, Comercio Exterior, 17 de octubre del 2002.

Resultado de Eventos Internacionales por sector, Bancomext, Enero-Diciembre, 2001.

"Sector Textil y de Confección", 1999, Estudio por parte de la SECOFI, ahora Secretaría de Economía.

Vilatela Riba, Enrique, Director General de BANCOMEXT, "La estrategia comercial de México", 1998.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

GLOSARIO

Alianzas. Acuerdos bilaterales o multilaterales en que las partes se obligan a cooperar política, económica y militarmente en nombre de la defensa de intereses comunes, y a ayudarse mutuamente en casos definidos.

AME. Acuerdo Multifibras. Acuerdo sobre el Comercio de textiles que se creó en el seno del GATT en 1972, el cual pretende la expansión del comercio de los productos textiles sensibles.

Apertura Comercial. Etapa en la que México abrió sus fronteras al extranjero para que pudieran circular las mercancías de otras naciones libremente, así como se pudieran realizar otro tipo transacciones.

Arancel. Impuesto a satisfacer para poder trasladar una mercancía de un país a otro. Supone un obstáculo a la importación de bienes extranjeros, con ánimo de proteger la economía nacional.

Balanza Comercial. Cuenta en la que se registran las operaciones de las exportaciones y las importaciones de mercancías y servicios del país.

Balanza de Pagos. Resumen de las transacciones Financieras de la Nación con el mundo exterior.

Banco Mundial. Institución Financiera Internacional, especializada de las Naciones Unidas propiamente llamado Banco Internacional para la Reconstrucción y Desarrollo, con sede en Washington DC., su principal objetivo es proveer fondos para el desarrollo a los países del tercer mundo en forma de préstamos y asistencia técnica.

Bancomext. Banco Nacional de Comercio exterior. Es la Institución Financiera de Desarrollo del Gobierno Federal encargada de fomentar la competitividad Internacional de las empresas y promover el comercio exterior de México, así como de impulsar la atracción de inversión extranjera al país y la realización de conversiones con empresas y organismos de otros países.

Barrera Arancelaria. Limitación al Comercio Internacional, que consiste en la imposición de un arancel para no permitir la entrada de mercancías del exterior.

Canales de distribución. Grupo de organizaciones independientes que intervienen en el proceso de hacer llegar los bienes y servicios desde el productor hasta el usuario o consumidor final.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Carta de Intención. Documento en el que se expresa la intención de las partes de llegar a un futuro acuerdo.

Certificado de Origen. Documento que acredita el lugar de producción de un determinado producto exportado. Generalmente expedido por la Cámara de Comercio o entidad análoga del país del vendedor, o por el propio exportador.

Cláusula de Nación Más Favorecida. Disposición adicional que se inserta en los acuerdos comerciales entre países que extiende las concesiones arancelarias convenidas por los signatarios a todas las naciones que participen en el sistema recíproco. La Cláusula de nación más favorecida evita la discriminación comercial entre los terceros estados, porque concede a todos un tratamiento igual.

CNIV. Organismo de Representación Empresarial Nacional.

Su principal objetivo: Buscar para los fabricantes de prendas de vestir de México y el extranjero, sus proveedores y en general todas aquellas entidades relacionadas al sector, mayores ingresos y menores gastos a través de una representación empresarial eficiente y servicios de calidad de clase mundial.

Comercio. Intercambio de bienes y servicios entre un comprador y un vendedor a un determinado precio.

Comercio Exterior. Es aquel que tiene lugar entre un determinado país y el resto del mundo. El que se realiza con otros países.

Comercio Interior. Comercio entre un comprador y un vendedor residentes en el mismo país. Es el opuesto al comercio exterior o internacional.

Comercio Internacional. Intercambio recíproco de bienes y servicios de todos los países del mundo o entre grupos de países; diferente del comercio exterior, que consiste en el intercambio de bienes y servicios entre un país determinado y el extranjero.

Competencia Desleal. Forma de actuación en un mercado contraviniendo las normas legales que rigen la competencia entre empresas.

Cultura Exportadora. Conjunto de conocimientos que permite a alguien exportar.

Cuota. Es una restricción cuantitativa establecida por un estado, para controlar la importación de ciertos artículos.

Deficit. Es el exceso de gasto sobre el ingreso.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Déficit Comercial. Un exceso de gasto en importaciones sobre la cantidad de exportación, que se mide en la cuenta corriente.

Dependencia. Es la situación en la que un país menos desarrollado tiene que depender en la política económica interna de un país desarrollado y en la política económica internacional para estimular su propio crecimiento económico.

Desgravación Arancelaria. Supone una disminución paulatina de los aranceles y sólo tiene lugar en los supuestos en que así lo determine. Pero no es una exención total.

Economías de Escala. Efecto de disminución del coste unitario en un proceso productivo al aumentar la capacidad y la producción del mismo. Sistema de producción con rendimientos marginales crecientes.

Eficiencia. Se entiende como la utilización de los recursos sin atender los objetivos y metas. Comprende el logro de resultados sin importar los medios.

Empresa Multinacional. Empresa con sociedades de producción o distribución en diversos países, es decir con oficinas centrales en un país, pero con muchas oficinas regionales en países desarrollados y en desarrollo.

Excedente. Exceso sobre lo que se necesita. Exceso de los ingresos sobre los gastos en determinadas organizaciones. Sinónimo de beneficio o superávit.

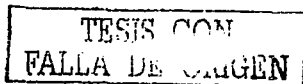
Exclusión Social. Situación de aislamiento y marginación social de un individuo o grupo en un sistema social, y que no participa, ni goza de los privilegios de los demás miembros de una sociedad.

Exención Arancelaria. Supresión total de los derechos arancelarios.

Exportación. Modalidad de Comercio Exterior que consiste en la venta de mercancías al extranjero dándose salida del país del vendedor con precio o posterior cobro de las mismas en divisas.

Ferias y Eventos Internacionales. Instrumento idóneo para promover las exportaciones de la empresa; gran cantidad, variedad de compradores en busca de productos se dan cita en las ferias y exposiciones internacionales incluidas en el Programa Nacional de Eventos Internacionales, que elaboran las Consejerías Comerciales de Bancosamex.

FMI. Fondo Monetario Internacional, Institución Financiera Internacional Autónoma que se origina en la Conferencia de Bretton Woods en 1944, cuyos objetivos principales son:



- ✓ Promover la cooperación monetaria Internacional.
- ✓ Facilitar el desarrollo del Comercio Internacional.
- ✓ Atentar a la estabilidad de los cambios.
- ✓ Ayudar a los estados miembros en la corrección de los desequilibrios de sus balanzas de pagos.
- ✓ Disminuir la duración y efectos de tales desequilibrios.
- ✓ En si regular el Sistema Monetario Internacional.

GATT. Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio. Convenio Internacional firmado en Ginebra por un grupo de naciones el 30 de noviembre de 1947. Regula las relaciones comerciales entre los países miembros, siendo su finalidad principal la liberación del comercio internacional. Actualmente se denomina Organización Mundial del Comercio (OMC).

Globalización. Es la integración creciente de las economías nacionales en mercados internacionales en constante expansión.

Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales.

Importación. Modalidad de Comercio Exterior de mercancías en el extranjero para introducir las en el país del comprador con previo o posterior pago de las mismas en divisas.

Inflación. Elevación general del índice de precios y, por tanto, disminución de poder adquisitivo del dinero.

Ingreso per. capita. Es el total del Producto Nacional Bruto de un país dividido entre el total de la población. Es utilizado como un indicador económico de nivel de vida y desarrollo.

Integración de la Cadena productiva. Es la unión de todas las actividades que conforman, en nuestro caso a toda la cadena textil nacional, con el fin de llegar a la última, confeccionar una prenda, para conservar el mayor valor agregado, para nuestro país es decir, fibras- telas- prenda confeccionada, (todo nacional).

Integración Económica. Fenómeno dinámico que consiste en un gradual y progresivo acercamiento de 2 economías con el objetivo último de una completa Unión Económica.

Int. dependencia. En Relaciones Internacionales es la situación en la que el bienestar de una nación depende en los grados de variación, en las decisiones y políticas de otra nación y viceversa.

TESIS CON
FALLA DE JUREN

Just in time. Justo a Tiempo. En comercio exterior, es cuando una mercancía, se debe de entregar exactamente en el tiempo acordado que se negocia con la contraparte.

Libre Comercio. Comercio, en donde hay una eliminación de obstáculos, en el cual los bienes pueden ser importados y exportados sin cualquier tipo de barrera económica como los aranceles, cuotas u otras restricciones.

Maquila. Proceso por el cual ingresan mercancías al país con objeto de que sólo se incorpore valor agregado correspondiente a la mano de obra.

Maquiladora. Industria filial de una empresa extranjera que opera con materias primas importadas y exporta toda su producción al país de origen, fundamentalmente a EE.UU.

Marca. Signo diferenciador de las mercancías que se fabrican o venden, o de los servicios que se presentan por una empresa, y que es objeto de propiedad comercial.

Mercado. Lugar donde se permutan bienes por medio de pago. Conjunción de la oferta y demanda de bienes, servicios, créditos o dinero.

Mercado Exterior. Define a los países donde los agentes nacionales realizan o pueden realizar operaciones de compra y venta de bienes y servicios.

Mercados Internacionales. Mercados extranjeros en /con los cuales una empresa realiza transacciones comerciales.

NAFTA. El 1 de octubre de 1987 se firmo un Acuerdo de Libre Comercio entre E.U.A. y Canadá, que entro en vigor 2 años mas tarde. Sus objetivos son eliminar las barreras al comercio, promover condiciones de competencia justa, aumentar las oportunidades de inversión, y establecer procedimientos para la resolución de controversias.

Nichos de mercado. Son los lugares específicos en donde existe gran demanda por cierto producto y en consecuencia son los puntos en los que se puede hacer negocios.

OIT. Organización internacional de trabajo. Organismo de Naciones Unidas creado el 28 de junio de 1919, por la conferencia de la paz. Los objetivos de este organismo es mejorar las condiciones de trabajo y elevar el nivel de vida en el mundo; eliminar las injusticias sociales; lograr el pleno empleo y destinar a los trabajadores en las ocupaciones para las que estén mejor preparados entre otros.

OMC. Organización Mundial del Comercio. Institución Internacional creada para promover y aplicar un libre cambio global. Fue fundada en 1995 por el Ata Final que cerraba la Ronda Uruguay de negociaciones multilaterales contempladas en el GATT al que sustituye.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Paquete Completo. Es una nueva modalidad, que actualmente están exigiendo en EE.UU. y en sí en todo el mundo y que consiste en hacer llegar un producto de un país hasta la empresa de un país extranjero, involucrando la integración de todas las actividades que se llevan a cabo en la exportación, tales como transporte, tramites entre otros.

Periferia. De acuerdo a la teoría de la dependencia es el tercer mundo.

PIB. Producto Interno Bruto. Valor total de la producción de bienes y servicios de un país en un determinado periodo (por lo general un año, aunque a veces se considera el trimestre), con independencia de la propiedad de los activos productivos.

Precio. Cantidad de dinero que se paga por obtener un producto.

Productividad. Es la cualidad que permite a la gente en todos los niveles para hacer más y mejor las funciones utilizando racionalmente los recursos disponibles para su máximo aprovechamiento. Rendimiento de una industria o de sus obreros.

Promoción al extranjero. Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algún producto o servicio, con el fin de incrementar las ventas hacia el extranjero.

Proteccionismo. Doctrina económica que propugna medidas que favorecen las actividades productivas nacionales, penalizando la competencia extranjera (trabas a la importación aranceles, cuotas).

Publicidad. Conjunto de medios que se emplean para divulgar o anunciar algo, con el fin de promover la venta de bienes y servicios, atraer a posibles compradores.

Recesión. Retroceso o disminución de una actividad. Fase del ciclo económico caracterizada por el descenso por la producción global del sistema.

Sector Informal. Es la parte de la economía urbana de los países menos desarrollados caracterizada por una pequeña competencia individual o empresas familiares.

Segmento de Mercado. Conjunto de consumidores que poseen características comunes en cuanto necesidades y hábitos de consumo.

Subcontrato (Esquemas de subcontratación). Contrato por una empresa tercera en cumplimiento de alguna de las obligaciones en un contrato principal de exportación.

Sindicato. Una condición se caracteriza por el atraso económico, social y político, etc., según las normas de las sociedades avanzadas.

Superávit. Exceso de ingreso sobre el gasto.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Sustitución de importaciones. Esfuerzo deliberado para reemplazar el mayor consumo de importaciones mediante la promoción de la expansión de la industria nacional. La sustitución de importaciones requiere de la imposición de aranceles proteccionistas y cuotas.

Tercer Mundo. 157 países en desarrollo de Asia, África, el Medio Oriente y Latinoamérica, caracterizados por sus bajos niveles de vida, altas tasas de crecimiento poblacional, bajo ingreso per. capita, dependencia económica del primer mundo.

Valor Agregado. Cantidad del valor del producto final agregado en cada etapa de la producción.

Ventaja Comparativa / Ventaja Competitiva. Situación o circunstancia que da preferencia competitiva a un país o a una empresa en un actividad económica concreta. La ventaja puede venir motivada por una tecnología superior, por un menor coste de un determinado factor de producción, acceso privilegiado a un comercio, un mayor reconocimiento de marca, etc. Equivale a una ventaja competitiva.