

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

Competencia entre México y China en la cadena hilo-textil-
confección en el mercado de los Estados Unidos (1990-2004)

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN ECONOMÍA

P R E S E N T A:

HILDA LORENA CÁRDENAS CASTRO

ASESOR: DR. ENRIQUE S. DUSSEL PETERS



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 la memoria de un gran hombre por su
corazón y paciencia, a mi padre Armando
Cárdenas Trueba +**

**A la mejor madre del mundo, mi amiga y
compañera en todas mis aspiraciones y
sueños, a mi mamá
Blanca Castro Bracamontes**

**A mis amigas y compañeras de toda
una vida llena de inolvidables
momentos, a mis hermanas
Selene e Izel**

**A mi mejor amigo, al compañero de mi
corazón Edgar Hernández Mendoza**

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad Nacional Autónoma de México la oportunidad que me dio al recibirme como estudiante en la Facultad de Economía y formar parte importante de mi preparación como economista.

Expreso mi enorme agradecimiento, respeto y admiración hacia el Dr. Enrique S. Dussel Peters, asesor de esta investigación, quien con enorme interés y paciencia me guió en esta difícil tarea. Agradezco infinitamente todas las lecciones que me dio durante los años de trabajo, su valiosa amistad y sus consejos para realizarme como profesionalista.

Deseo expresar mi agradecimiento, respeto y admiración al Dr. Clemente Ruiz Durán, quien a lo largo de los años que llevo de conocerlo me brindó un gran apoyo en las aulas y en la vida laboral. Sus consejos para ser una mejor estudiante y persona han sido importantes para forjarme en mi carrera.

Mi agradecimiento a la Dra. Isabel Rueda Peiro, al Dr. Miguel Angel Rivera Ríos y a la Lic. Nora Ambriz, por sus valiosos comentarios, aportes y asesorías sobre este trabajo de investigación.

Agradezco a los maestros que con sus enseñanzas en las aulas de la Facultad me han dejado recuerdos y enseñanzas inolvidables: José Cáceres, Enrique Hueda Ojira, Alejandro Valle Baeza, León Bendesky y Horacio Catalán.

Agradezco a mis tíos Olga Cárdenas y Félix Hoyo, Hilda Cárdenas, Rosy Cárdenas, Carlos Cárdenas que me han dado a lo largo de estos años, valiosos consejos y mucho cariño, además de haber apoyado en mi formación como estudiante.

Quiero también agradecer a mis amigos y compañeros de trabajo, Iván Gutiérrez, Daniel Torres y Manuel González por su valiosa amistad. Junto con ellos pude aprender nuevas experiencias y emprender nuevos proyectos personales gracias a sus apreciables consejos.

A mis compañeros y amigos de la facultad que permitieron compartir momentos invaluable: Irving, Boris, Oscar, Iván, por su apoyo incondicional y cariño durante todos estos años. A Jaime, Dan, Rafa, Jessica, Arely, Lorenita, Isidro, Claudia, Paulina, y todos aquéllos que en algún momento me brindaron su amistad, tiempo y buenos deseos.

Agradezco a mi tía Emma Castro y mi tía Obdulia, que siempre han estado atentas a mi desarrollo como persona y como profesionalista y me han apoyado enormemente a lo largo de mi vida. Por último, mi especial agradecimiento a toda la familia Castro Bracamontes que me brindó muchos momentos especiales y me ayudó a crecer como ser humano.

Por muy lejos que el espíritu vaya,
nunca irá más lejos que el corazón.

Confucio

INDICE

Glosario	6
Introducción	7
Capítulo 1:	
El marco conceptual de los encadenamientos mercantiles globales	11
1.1 Cambios en la estructura productiva y comercial mundial de mitad de siglo XX y la transferencia de procesos y productos	12
1.2 El enfoque de los encadenamientos mercantiles globales y el proceso de escalamiento (<i>upgrading</i>)	13
1.3 El marco de los encadenamientos mercantiles globales y su importancia en relación a otras vertientes teóricas	17
1.4 Conclusiones preliminares	22
Capítulo 2:	
Aspectos globales de la cadena hilo-textil-confección (HTC) y su importancia en México	24
2.1 Aspectos conceptuales, marco regulador y tendencias globales de la cadena HTC	25
2.2 Condiciones de la cadena HTC en México	31
2.2.1 Organización industrial, marco institucional y tendencias	31
2.2.2 Variables macroeconómicas relevantes	38
2.3 Conclusiones preliminares	46
Capítulo 3:	
Relación comercial de México y China en el mercado de Estados Unidos en la cadena HTC (1990-2004)	49
3.1 Competencia en la cadena total	51
3.2 Competencia por segmentos	55
3.2.1 Segmentos de Estados Unidos: participación china y mexicana	55
3.2.2 Participación de los segmentos desde la perspectiva china y mexicana	58
3.3 Competencia por principales 25 productos a 10 dígitos del Sistema Armonizado	62
3.3.1 Comportamientos generales	62
a) México	
b) China	
3.3.2 Dinámica de la participación de los principales 25 productos	67
a) México	

b) China	
3.4 Competencia por principales distritos de entrada	71
a) México	
b) China	
3.5 Conclusiones preliminares	74
Capítulo 4:	
Conclusiones finales	77
Anexos	
Anexo1. Metodologías, clasificación y competitividad de la cadena HTC	82
1.1 Los criterios para certificar el origen regional de una mercancía	82
1.2 Aspectos relevantes del Cuarto Informe de la SE (SE 2004b)	82
1.3 Clasificación de la Encuesta Industrial Mensual y Anual (205 clases de actividad económica)	85
Anexo 2. Cuadros Estadísticos	87
Cuadro 1. México: comparación de las bases de datos del Censo Industrial (INEGI) y la Encuesta Industrial Anual para la industria textil, prendas de vestir y cuero (1993-2004)	87
Cuadro 2. Principales exportadores e importadores textiles y de prendas de vestir mundiales (2002)	88
Cuadro 3. México: número de empresas por valor de ventas miles de pesos y rama a 6 dígitos de la cadena fibras-textil-confección (2005)	89
Cuadro 3.a México: participación y rango de ventas en miles de pesos de empresas bajo categorías a 6 dígitos de la cadena fibras-textil-confección (2005)	90
Cuadro 3.b México: número y rango de ventas en miles de pesos de empresas de la cadena fibras-textil-confección (2005)	90
Cuadro 4. México: variables socioeconómicas seleccionadas de la cadena hilo-textil-confección (1988-2004)	91
Cuadro 5. México: encuesta industrial de textiles y prendas de vestir (1994-2004)	95
Cuadro 6. México: situación financiera de empresas textiles (1998-2003)	97
Cuadro 6.a México: situación financiera de empresas textiles de (1998-2003)	98
Cuadro 6.b México: pasivo bancario de diversas empresas textiles (1998-2003)	98
Cuadro 7. México: crédito otorgado a la industria textil, prendas de vestir e industria del cuero (1994-2004)	99
Cuadro 8. México: exportaciones totales a dos dígitos del sistema armonizado, principales 10 capítulos (1993-2004)	100
Cuadro 9. Comparación de costos en la industria de la confección 2002.	

	Países seleccionados	101
Bibliografía		102
 Índice de cuadros		
Esquema 1.	Principales encadenamientos que genera la organización industrial en la cadena HTC	26
Esquema 2.	México: principales encadenamientos que genera la organización industrial de la cadena HTC dentro del país	32
Cuadro 1.	México: ventas y total de empresas de la cadena hilo-textil-confección (2005). Valor de ventas anuales en miles de pesos, número de empresas y participación	38
Cuadro 2.	México: variables macroeconómicas seleccionadas de la cadena hilo-textil-confección (1988-2004)	41
Cuadro 3.	México: empleo, salarios y otras variables relacionadas de la industria textil, del vestido y del cuero y la manufactura (1994-2004)	43
Cuadro 4.	México: comercio externo de la cadena hilo-textil-confección (1994-2004). Millones de dólares	45
Cuadro 5.	México: comercio de la cadena HTC por países seleccionados (1993-2004)	52
Cuadro 6.	Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC (1990-2004). Primeros 10 países según su participación en 2002	53
Cuadro 7.	Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC (1990-2004). Países seleccionados. Tasa arancelaria pagada	54
Cuadro 8.	Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC (1990-2004). Por segmentos y países según su participación en 2004	56
Cuadro 9.	México: saldo comercial en la cadena HTC con Estados Unidos (1990-2004).	59
Cuadro 10.	China: saldo comercial en la cadena HTC con Estados Unidos (1990-2004).	61
Cuadro 11.	EU: importaciones de productos de la cadena HTC de México (1990-2004). Principales 25 productos a 10 dígitos según su ubicación en 2004	63
Cuadro 12.	EU: importaciones de productos de la cadena HTC de China (1990-2004). Principales 25 productos a 10 dígitos según su ubicación en 2004	66
Cuadro 13.	EU: importaciones de productos de la cadena HTC de México (1990-2004) Principales 25 productos a 10 dígitos según su ubicación en 2004	68
Cuadro 14.	EU: importaciones de productos de la cadena HTC de China (1990-2004). Principales 25 productos a 10 dígitos según su ubicación en 2004	70

Índice de gráficos

Gráfico 1.	Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de México (1990-2004). Participación porcentual de México (EU=100)	55
Gráfico 2.	Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de China (1990-2004). Participación porcentual de China (EU=100)	57
Gráfico 3.	Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de México (1990-2004). Participación porcentual por segmentos	58
Gráfico 4.	Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de China (1990-2004). Participación porcentual por segmentos	60
Gráfico 5.	Estados Unidos: importaciones de los primeros 3 productos de la cadena HTC de México y China (1990-2003). Tasa de crecimiento	64
Gráfico 6.	Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de China y México (1990-2004). Tasas de crecimiento	67
Gráfico 7.	Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de México por distrito de entrada a (1990-2004). Porcentajes de participación	71
Gráfico 8.	Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de China por distrito de entrada a (1990-2004). Porcentajes de participación	73

Glosario

ALCA	Acuerdo de Libre Comercio de América
AMF	Acuerdo Multifibras
ASEAN	Association of South East Asian Nations
ATV	Acuerdo sobre Textiles y Vestidos
BANCOMEXT	Banco de Comercio Exterior
BANXICO	Banco de México
CAFTA	Acuerdo de Libre Comercio de Centroamérica y los Estados Unidos
CANACINTRA	Cámara Nacional de la Industria de la Transformación
CANAINTEX	Cámara Nacional de la Industria Textil
CBI	Caribbean Basin Initiative
CDF	Cadenas dirigidas por los fabricantes
CDIC	Cadenas dirigidas por los intermediarios comerciales
CEPAL	Comisión Económica para América Latina
CIU	Clasificación Industrial Internacional Uniforme
EPZ'S	Zonas de producción para la exportación
EU	Estados Unidos
GCC	Global Commodity Chains
HTC	hilo-textil-confección
HTS	Harmonized Tariff Schedule
IED	Inversión Extranjera Directa
INEGI	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
ITA	International Trade Administration
ITI	Information Technology Industries
ITMF	International Textile Manufacturers Federation
MIPYMES	Micro, pequeñas y medianas empresas
OCDE	Organización de Cooperación y de Desarrollo Económico
OMC	Organización Mundial de Comercio
ONG'S	Organizaciones no gubernamentales
OTEXA	Office of Textiles and Apparel
P-HTC	Programa de Competitividad de la cadena HTC
PF	Producción flexible
PYMES	Pequeñas y medianas empresas
SA	Sistema Armonizado
SE	Secretaría de Economía
SIEM	Sistema de Información Empresarial de México
TLCAN	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
USITC	United States International Trade Commission

INTRODUCCIÓN

El marco conceptual de los encadenamientos mercantiles globales o *global commodity chains* (de ahora en adelante GCC) y la cadena de valor global (Gereffi y Korzeniewicz 1994), son elementos teóricos que nos ayudan a comprender el desempeño de una economía inserta en la globalización. Sobre todo en este caso lo es para la economía mexicana, ya que ésta depende fuertemente de cadenas de valor específicas en su comercio externo.

En este contexto tenemos que desde mitad de los noventa hasta la fecha, dentro de la estructura comercial del país, una cadena que ha sido importante por el dinamismo registrado en sus exportaciones es la *hilo-textil-confección* (de ahora en adelante HTC).

La cadena HTC consiste en un proceso de producción que comienza con la transformación de fibras sintéticas, artificiales o naturales¹ en hilos. Posteriormente éstos se tejen para fabricar telas, las cuales se confeccionan para obtener un producto final, vestimentas, que son dirigidas al consumidor a través de los grandes intermediarios comerciales (Gereffi y Korzeniewicz 1994). Bajo la clasificación por segmentos ésta la hemos dividido en: hilo, textil, confección y otros (más adelante veremos la definición de esta clasificación).

En nuestro país dicha cadena está fuertemente orientada a las exportaciones, tiene como destino principal el mercado estadounidense, se ha convertido en un motor de crecimiento para la economía y además concentra una importante cantidad del empleo total del sector

¹ Las fibras artificiales se fabrican a partir de la transformación química de productos naturales tales como la celulosa, la caseína, el cacahuete, el maíz o la soja. Las fibras sintéticas se elaboran mediante síntesis químicas, a través de un proceso denominado polimerización y se derivan del carbón, el alquitrán, el amoníaco o el petróleo. Las fibras naturales pueden ser de origen mineral (como el amianto), vegetal (el algodón, el lino y el esparto) o animal (lana y seda). (www.portalplanetasedna, 2006).

manufacturero. En nuestro territorio la participación de la cadena HTC significa un 6% del valor de las exportaciones totales y ha crecido a tasas de dos dígitos promedio durante 1990-2004 siendo parte fundamental del crecimiento total de las exportaciones mexicanas totales y las que van a Estados Unidos.

Al ser Estados Unidos el mercado y socio comercial más importante de México y la cadena HTC una de las más dinámicas en éste, es fundamental mantener la competitividad ante otros rivales. En los últimos años, China ha sido el nuevo protagonista dentro del mercado estadounidense. Del total de las importaciones de la cadena HTC hechas por nuestro vecino del norte desde la mitad de los noventa, México había participado con la primera posición. Sin embargo, en el 2002 China vuelve a ocupar la posición privilegiada de antaño enviando a nuestro país al segundo lugar.

Siendo que en los últimos años México ha perdido espacio en aquél mercado debido en parte a la fuerte competencia con China, decimos que las ventajas comparativas que México tiene, tanto geográficas como las establecidas en el Tratado de Libre Comercio de América de Norte, podrían no ser suficientes en el mediano plazo. Nuestro país además, no ha podido llevar a cabo el escalamiento ideal dentro de la cadena de valor ya que gran parte de las industrias mexicanas aún no han podido llegar al nivel de *paquete completo*² e ir más allá de él y muchas otras continúan siendo ensambladoras (Secretaría de Economía 2003). China sin embargo, ha desarrollado desde hace varios años reformas importantes que incentivaron cadenas de valor específicas tales como la HTC, que hoy compiten con México en el mercado estadounidense. Ante esto, la economía mexicana tiene que reforzar aquéllos productos para los cuales aún tiene posibilidad de competir dentro de Estados Unidos y para ello es necesario conocer cuáles son y a qué segmento de la cadena pertenecen.

Por lo anterior nuestra hipótesis es que: "Ante la competitividad³ de China sobre México en el mercado de Estados Unidos en la cadena hilo-textil-confección, nuestro país ha perdido una importante cuota de mercado en los últimos años. Sin embargo consideramos que es posible competir en productos de los segmentos *confección* y *textil*, en los que ya estamos especializados, y que se puede además promover el segmento *otros*. Éstos son nichos que nuestro país puede mantener o adquirir en el mercado estadounidense para evitar la pérdida de empleos e inversión en el mercado interno".

² El paquete completo implica una mayor integración y generación de valor agregado. Es el nivel donde las empresas subcontratistas se hacen directamente responsables del abastecimiento de la materia prima, del control de calidad, del proceso de transformación y hasta el envío del producto al consumidor final. Bajo otro esquema de menor valor agregado, por ejemplo en el ensamblaje, este conjunto de actividades de la cadena de valor estarían bajo la coordinación y órdenes del intermediario comercial.

³ China ha logrado este aumento de participación en el mercado estadounidense y mundial gracias a la competitividad sistémica –niveles *meso*, *micro*, *macro* y *metaeconómico* - y además debido a que cuenta con una cadena fuertemente integrada hacia atrás. Sin embargo, existe un fuerte debate acerca de si su *competitividad* cumple con las reglas aplicadas por la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Para comprobar esta hipótesis se plantean diversos objetivos. En primer lugar, hacer una revisión del marco conceptual de los encadenamientos mercantiles globales para entender el concepto de cadena de valor, conocer qué es el *escalamiento* y las consecuencias que este proceso provoca en el territorio. Con el marco conceptual de los GCC se busca también analizar los segmentos de la cadena en los cuales se especializa México y los efectos que ello tiene en su relación comercial con Estados Unidos. En segundo lugar, se realizará un breve análisis de la cadena HTC dentro de México y su relación con Estados Unidos. En este último aspecto se pretende hacer un estudio específico de las relaciones comerciales de México y China en Estados Unidos durante 1990-2004 a nivel de los capítulos 61 y 62 (a 2 dígitos del Sistema Armonizado), de cadena, segmentos y productos. El último análisis nos permitirá conocer cuáles son los productos mexicanos que compiten en el mercado de Estados Unidos ante los productos chinos. Esto permitirá dar una orientación más precisa a los apoyos públicos y privados dedicados a la cadena, pues es el mayor grado de desagregación que podemos lograr en el análisis del comercio internacional para la cadena.

Lejos de ser una investigación que pretenda abarcar todos los niveles de análisis posibles dentro del marco de los GCC, muy complicado de abarcar en un trabajo de tesis de licenciatura, el principal esfuerzo de este estudio es puntualizar el caso de la competencia entre México y China únicamente bajo niveles de desagregación de la cadena muy precisos y sobre todo haciendo énfasis en las importaciones que Estados Unidos hace de estos dos competidores bajo la cadena HTC. Sin duda alguna, hará falta realizar un análisis de la organización industrial de la cadena a niveles intraindustriales e interindustriales dentro del país y fuera de él, conociendo los procesos que están detrás de cada producto de la cadena. Sin embargo, estos aspectos quedan fuera de los objetivos de la presente investigación.

Con la finalidad de alcanzar los objetivos de esta investigación hemos dividido la misma en cuatro capítulos. En el primer capítulo se analiza el concepto de los encadenamientos mercantiles globales o “Global Commodity Chains” (de ahora en adelante GCC). Éste nos ayudará a explicar a la cadena hilo-textil-confección como un proceso de producción determinado y diferenciado dentro de los GCC y se argumentará el porqué no se utilizó otro marco conceptual como marco teórico en la presente tesis. En el segundo capítulo se realiza un estudio preciso de la cadena HTC tanto su papel a nivel nacional como internacional. La cadena “hilo-textil-confección”, se clasificará bajo cuatro segmentos de acuerdo a la USITC (2004)⁴: *hilo* (yarn), *textil* (fabric), *confección* (apparel) y *otros* (made up). Todos los temas

⁴ Estos cuatro segmentos (entre paréntesis se presenta el término en inglés): hilo (yarn), textil (fabric), confección (apparel) y otros (made up), se clasificaron así de acuerdo al Departamento de Comercio de Estados Unidos (U.S. Department of Commerce). Este departamento, a través de su Oficina de Textiles y Confección (Office of Textiles and Apparel, OTEXA, <http://otexa.ita.doc.gov/>), ha elaborado una selección de 3,228 productos, a diez dígitos del Sistema Armonizado, que componen la cadena hilo-textil-confección. Para conocer los productos a 10 dígitos que conforma cada segmento, por favor remítase a la página de internet de *otexa*. Esta clasificación aplica únicamente para el comercio externo de la cadena HTC, pues en el segundo capítulo se analiza a la industria “Textiles, prendas de vestir e industria del cuero”, que agrupa a ciertas variables que no están registradas bajo el Sistema Armonizado en nuestro país. Es importante decir que en nuestro país la clasificación de la cadena bajo las fuentes oficiales y privadas, considera a hilo y textil dentro de un solo segmento, el textil. Además, bajo clasificaciones como la CIU, los productos que pertenecen a cada segmento pueden variar o cambiar

referidos en este capítulo serán de suma importancia, para entender en qué nivel de desarrollo se encuentra la cadena HTC dentro del país y cuáles son sus retos ante el contexto mundial. Esto, bajo los marcos reguladores nacional e internacional para la misma. En el tercer capítulo se analiza la competencia comercial entre México y China en Estados Unidos bajo la cadena HTC durante 1990-2004 incluyendo datos para la cadena, por segmentos y por productos y por distrito de entrada. Por último presentaremos un cuarto capítulo para las conclusiones y propuestas finales de esta investigación.

de nombre. Sin embargo, hemos adoptado el concepto de cadena HTC con base en la clasificación proporcionada por *otexa*. Esto se hizo para evitar confusiones metodológicas y para poder tener un mejor manejo de las cifras del comercio chino y mexicano con Estados Unidos.

1. EL MARCO CONCEPTUAL DE LOS ENCADENAMIENTOS MERCANTILES GLOBALES

El marco teórico de los encadenamientos mercantiles globales o “global commodity chains” (de ahora en adelante GCC), está relacionado directamente con la división internacional del trabajo, en virtud de que hoy en día cada país realiza algún “proceso” de producción dentro de los GCC, bajo una cadena de valor en especial. Por otro lado, nos ayuda a explicar la competitividad, el crecimiento y desarrollo de las economías del mundo dentro de este proceso de globalización.

Es por ello que en este capítulo se habla de la importancia de entender este concepto, el cual nos ayudará a explicar a la cadena *hilo-textil-confeción* (HTC) como un proceso de producción determinado y diferenciado dentro de los GCC.

El capítulo estará dividido en una primera parte que analiza los cambios en el proceso de producción mundial y la transferencia de procesos y productos de la cadena de valor entre las economías, posteriormente definiremos lo que se entiende por GCC y el concepto de escalamiento (*upgrading*) y analizaremos además los puntos a favor del marco teórico de los GCC comparándolo con otras vertientes teóricas. Por último se presentan las conclusiones preliminares del capítulo. Este orden de los temas es importante para entender primero el contexto en el que se desarrollan los GCC y después hacer el vínculo de este marco con el desarrollo de las economías, posteriormente definir el concepto y por último comparar dicho marco teórico con otros enfoques teóricos.

1.1 Cambios en la estructura productiva y comercial mundial de mitad de siglo XX y la transferencia de procesos y productos

Para entender el contexto en el cual se desarrolla el marco teórico de los encadenamientos mercantiles globales y el concepto de la cadena de valor global, en este apartado se hace una pequeña reseña de los cambios en la estructura productiva y comercial mundial de mitad de siglo XX.

En primer lugar tenemos que durante la década de los sesenta se dio un cambio en el patrón de la división internacional del trabajo. Este nuevo patrón establecía que los procesos industriales manufactureros intensivos en capital y conocimientos debían desarrollarse en países industrializados y proponía que los procesos intensivos en mano de obra se reubicaran en zonas de mano de obra barata (Fröbel, Kreye y Heinrichs 1980).

Como resultado de este nuevo comportamiento a nivel mundial, las naciones en desarrollo recibieron en sus fronteras procesos de subcontratación¹ y maquila provenientes de los países industrializados. Así se promovió un nuevo mecanismo de apertura económica e inserción a la cadena de valor global.

Este nuevo mecanismo de inserción a la cadena de valor se basó en el *encadenamiento* de procesos productivos interindustriales e intraindustriales (Storper 1997) entre regiones y países bajo la lógica del sistema de *producción flexible*. Este sistema de producción el cual consiste en la innovación permanente, en trabajadores más parcelarios y en la adaptación a los incesantes cambios, rompió la estructura vertical de las empresas al dividir el proceso productivo "en partes" a lo largo del mundo. Ahora se trasladaba algunos de los segmentos o procesos de la producción a otras empresas subsidiarias o subcontratistas² del mundo localizados lejos de la empresa matriz (Piore y Sabel 1990).

Punto importante en esta nueva estructura productiva es que en la mayor parte de los países en desarrollo la transferencia de procesos y productos estuvo basada en el impulso de zonas especializadas en las exportaciones (Carrillo 2000). Estas áreas geográficas, mejor conocidas como *zonas de producción para la exportación* (de ahora en adelante EPZ's)³, darían mayor competitividad en costos a las empresas transnacionales. La ventaja consistía en su cercanía a los grandes centros de producción y la facilidad de las grandes empresas de obtener la mano

¹ La forma de subcontratación implica la existencia de un contratista que solicita a los subcontratistas la realización de algunos segmentos de la cadena de valor, por ejemplo puede ser el ensamble de componentes y partes de un producto, una transformación del producto final, entre otras, y se puede dar bajo una relación muy directa con características determinadas de calidad y tiempo de entrega, y en tiempos de corto o largo plazo. Para una clasificación precisa de las formas de subcontratación véase Dussel Peters (1999) y Nanjudan (1987).

² Un ejemplo de las primeras redes de empresas manufactureras, lo fueron las del centro y noroeste de Italia, caracterizadas por su compleja tecnología y su extraordinaria flexibilidad (Brusco y Sabel, 1983; Piore y Sabel, 1984).

³ Se entiende por EPZ's a zonas delimitadas geográficamente dentro de países específicos en donde se establecen fábricas que orientan su producción a la exportación para el mercado mundial a partir de las ventajas comparativas en mano de obra, uso de la fuerza de trabajo, regulación arancelaria y laboral, y diversos incentivos económicos (Carrillo, 2000).

de obra barata en las fronteras con países de menor desarrollo⁴. Bajo este razonamiento, Estados Unidos dirigió fuertes inversiones bajo EPZ's a México y Centroamérica; Japón hizo lo mismo con Taiwán, Singapur, Corea, entre otros países asiáticos y Europa Occidental lo haría con países africanos y Europa del Este⁵. Las EPZ's significaron un primer paso para que los países en desarrollo recibieran inversiones foráneas y establecieran contratos para la maquila.

En conclusión tenemos que este proceso de transferencia de segmentos de la cadena de valor y procesos significó cambios en la producción, estrategias comerciales y corporativas, que transformaron la industria mundial. Así pues, a inicios de la década de los noventa se crea un nuevo enfoque conocido como el de los encadenamientos mercantiles globales⁶. Éste concebía a las EPZ's y a las fábricas exportadoras en general como el ejemplo más sobresaliente de la globalización productiva y del proceso de aprendizaje de las empresas, las instituciones y los países en su búsqueda por ser más competitivos vía la obtención de un mayor valor agregado de un producto (Gereffi y Korzeniewics 1994, Gereffi 2000). Este cambio en la estructura productiva y comercial mundial de mitad de siglo XX permitiría a las naciones generar los mecanismos necesarios para insertarse en alguna cadena de valor global.

1.2 El enfoque de los encadenamientos mercantiles globales y el proceso de escalamiento (upgrading)

De acuerdo a lo expuesto en el anterior apartado, observamos que a nivel mundial se gestó un nuevo proceso de producción global alrededor de la mitad del siglo XX. Este dinámico proceso derivó a su vez en un nuevo concepto, el de la "cadena de valor". Así pues, en este apartado definiremos lo que es una cadena de valor. Analizaremos el mecanismo de *escalamiento*, para entender la racionalidad que siguen los países para participar dentro de una cadena de valor, así como los procesos y productos inmersos en dicho proceso.

En primer lugar, la "cadena de valor" se define como *el rango de actividades envueltas en el diseño, producción y "marketing" de un producto* (Gereffi y Memedovic 2003). Este concepto (Gereffi 2000) contempla cuatro grandes aspectos:

- 1) incorpora al análisis una dimensión internacional explícita;

⁴ Tal fue el caso de México bajo el modelo de orientación exportadora durante la década de los ochenta proveniente de Estados Unidos para realizar procesos de ensamble en la frontera norte. Procesos que posteriormente se extenderían al centro del país.

⁵ Es preciso reconocer, que no únicamente los países en desarrollo se quedaron como ensambladores si no que en varios países como México, Brasil, Chile, los Tigres Asiáticos, se han descubierto experiencias exitosas de distritos industriales. La competitividad de estos territorios deriva del aprovechamiento de altas tecnologías, organización flexible, innovación, uso de mano de obra altamente calificada, independientemente del nivel de desarrollo industrial de la región (Balassa 1988; Carrillo 2000; Gereffi 1996, 2000; Hobday 1995).

⁶ Este proceso de encadenamientos mercantiles globales, si bien se desarrolló desde los setenta, fue analizado como fenómeno de transferencia de segmentos de una cadena de valor global en diversos trabajos hasta las siguientes dos décadas por autores como Gereffi y Korzeniewicz (1994).

- 2) se centra en el poder que ejercen las empresas líderes en los diferentes segmentos de la cadena productiva e ilustra cómo ese poder cambia con el tiempo;
- 3) considera que la coordinación de toda la cadena es una fuente fundamental de ventajas competitivas que requiere el uso de redes como activo estratégico; y
- 4) considera que los flujos de información es uno de los mecanismos críticos con los cuales las empresas tratan de mejorar o consolidar su posición dentro de la cadena.

En segundo lugar, dentro de la cadena de valor global se distinguen a dos redes internacionales bien definidas (Gereffi 2000, Gereffi y Memedovic 2003):

- a) Cadenas productivas dirigidas por los fabricantes o *Producer-driven*, por su significado en inglés, y
- b) Cadenas productivas dirigidas por los intermediarios comerciales o *Buyer-driven* , por su significado en inglés

Las cadenas dirigidas por los fabricantes (en adelante CDF) son aquellas en que los grandes productores coordinan la producción. Bajo esta clasificación se insertan ramas de actividad que hacen uso intensivo de capital y tecnología, como ejemplo están la automovilística, aeronáutica y la fabricación de computadoras y maquinaria pesada. El ejemplo clásico de esta cadena es la industria automovilística, la cual opera a partir de sistemas de producción en varios estratos, que incluye la participación de matrices, subsidiarias y subcontratistas.

Las cadenas dirigidas por los intermediarios comerciales (en adelante CDIC) se refiere a aquellas industrias en que las grandes tiendas de menudeo, comercializadores de marcas y fabricantes de marcas, desempeñan el papel primordial en el establecimiento de sistemas de producción descentralizados en diversos países exportadores, generalmente ubicados en el tercer mundo (Gereffi 2000). Siendo que los mercados internacionales cada vez son más competidos, estas empresas han tenido que desarrollar nuevas redes de abastecimiento, producción y distribución para poder mantenerse dentro de la competencia.

En tercer lugar, debemos tener presente que entre los objetivos de cada país en su participación dentro de la cadena de valor están el crear procesos de mayor valor agregado hasta ser importantes competidores a nivel mundial en sus respectivos segmentos y cadenas. En este aspecto, nos surge una primer pregunta que se volverá central para entender la racionalidad de las cadenas de valor: ¿a través de qué medios se logra el ascenso dentro de una cadena de valor y qué significado tiene para las economías dentro del proceso de encadenamientos mercantiles globales?

El ascenso dentro de una cadena de valor es denominado proceso de *escalamiento*. El *escalamiento o upgrading* comprende varios niveles de análisis conexos: las características del producto, los tipos de actividad económica, los cambios intrasectoriales y los cambios intersectoriales (Gereffi y Tam 1998). Si hablamos a nivel de producto y en términos de

generación de valor (Gereffi 2000) nos estaremos refiriendo al escalamiento de bienes más simples a de mayor valor agregado. Puede darse tanto a nivel de procesos como intra o intercadena (Gereffi, Humphrey, Kaplinsky y Sturgeon 2001).

Podemos hablar entonces de varias modalidades de escalamiento de acuerdo a Gereffi y Tam (2002)⁷: a) escalamiento *intersectorial* (cambios del sector primario al secundario o terciario en la manufactura, de industrias intensivas en trabajo a intensivas en tecnología), b) escalamiento *intrasectorial* (de la manufactura de productos primarios a la producción de bienes de alto valor agregado), c) cambio en el papel económico, que involucra el aumento en la complejidad de la producción, como por ejemplo moverse del ensamblaje hacia el paquete completo, o de la manufactura de equipo original hacia la manufactura de diseño original⁸. Existen además otras particularidades que abarcan nivel de tecnología, grado de autonomía de la matriz y generación de capacidades técnicas y laborales⁹.

En específico, cuando nos referimos al escalamiento que implica un cambio en el papel económico, Gereffi y Memedovic (2003) hablan de tres tipos bien definidos: el ensamble, la manufactura de equipo original (MEO) y la manufactura de diseño propio (MDO). El primero se refiere a una forma de subcontratación en la cual las plantas son provistas de insumos importados para su *ensamble*, más comúnmente serán empresas localizadas en las EPZ'S. Generalmente el retorno de las mercancías ya ensambladas se hace mediante procesos de producción compartida, es decir el país donde se encuentra la empresa compradora permite que los productos ensamblados en el extranjero reingresen pagando aranceles sólo sobre el valor agregado. De los tres niveles, el ensamble es el que implica menor valor agregado. La manufactura de equipo original (MEO), es una forma de subcontratación bajo la cual la firma oferente hace un producto acorde a un diseño especificado por el comprador. El producto final es vendido bajo "la marca" del comprador, además el oferente y comprador son empresas separadas, y es el comprador el que tiene el control de la distribución. La MEO también se conoce como paquete completo, implica un mayor grado de integración y generación de valor agregado, pero genera un mayor compromiso para el subcontratista ya que éste es responsable del abastecimiento de materia prima, de la calidad, cantidad, del proceso de transformación y hasta el envío al consumidor final (Dussel Peters 2004a). El nivel más alto, la manufactura de marca original (MMO), es el escalamiento hecho por los fabricantes especializados en MEO que han logrado elaborar sus propios diseños y están dedicados a la venta de sus productos de marca.

⁷ Para ampliar el tema, véase Gary Gereffi 1998, Carrillo y Gomis, 2003 y UNIDO, 2004

⁸ Los países asiáticos, desde la década de los sesenta hasta hoy, han tenido éxito al pasar del ensamble, un nivel inferior dentro del proceso de escalamiento, al paquete completo. México, China y Turquía -principales países exportadores de la cadena HTC- por otro lado, están intentando pasar del ensamble al paquete completo dentro de la cadena en que compiten (Gereffi y Memedovic, 2003)

⁹ Dentro de la cadena HTC, la relativa facilidad de evolucionar de las firmas ha permitido una diversificación sin paralelo. Los grandes intermediarios comerciales han encontrado, en el tercer mundo, formas de encadenamientos hacia atrás y hacia delante inclusive hasta lograr la separación completa de la empresa matriz con sus subcontratistas (Gereffi, 1998).

Es preciso explicar, que el enfoque de los GCC va más allá de la clasificación de la cadena HTC como una cadena intensiva en mano de obra, ya que ésta puede no cumplir con esta categorización al momento de referirnos a sus segmentos. De manera particular, podemos decir que la cadena HTC tiene segmentos intensivos en mano obra pero también en capital – como es el segmento textil- y en diseño o *marketing*. Esto implica que no podemos quedarnos simplemente con una clasificación tan limitada como la de “intensiva en mano de obra” y basar a partir de ésta nuestros argumentos en relación al concepto de cadena o al de escalamiento.

Para entender el proceso de escalamiento es preciso decir además, que éste depende de los *procesos y productos* que se desarrollan en la cadena de valor de cada territorio. Al desarrollar un producto las economías deben lograr encadenamientos productivos en sus propios territorios que generen mecanismos virtuosos tales como un máximo aprovechamiento de sus recursos humanos y no humanos, el traspaso de conocimientos, el aumento en los niveles de investigación y desarrollo, la generación de redes de proveedores, etc. Detrás de cada producto existen diversos procesos que permiten crear mayor valor agregado en la cadena. El conocer estos procesos nos permitirá saber si realmente se están “integrando” los eslabones de una cadena de valor o no.

Lo anterior es sumamente importante y ha sido parte de un fuerte debate en torno al marco de las cadenas de valor y el proceso de endogeneidad territorial (Dussel Peters 1997b, 2004a; Ruíz y Dussel Peters 1999). En este aspecto decimos que un país puede exportar productos finales de un alto nivel de tecnología, pero muchas veces se han obtenido a partir de procesos de *ensamble* con partes y componentes hechos en otros países. Estos procesos de ensamble implican un bajo nivel de generación de valor agregado. Esto significa entonces que el país no ha utilizado los recursos de su economía doméstica (la mano de obra, insumos, investigación y desarrollo, etc.) vinculados a esas partes y componentes, sino que simplemente los importó de otro territorio. Esto tiene repercusiones de diverso tipo en las economías tales como un nulo desarrollo de las relaciones con productores nacionales, la falta de generación de empleos y desarrollo tecnológico, una fuerte dependencia por las importaciones, etc. Esto implicará menor generación de valor agregado y además un deficiente o nulo desarrollo endógeno en los territorios (Dussel Peters 1997b, Ruíz y Dussel Peters 1999).

En conclusión, en el caso de las cadenas de valor es muy interesante el reconocer que si bien un país puede ser un importante comerciante de bienes finales de “alto nivel tecnológico” o cualquier otro bien final, esto no quiere decir que haya escalado a un nivel alto en la cadena de valor. Esto lo decimos porque los procesos detrás de los productos muchas veces no son de alto valor agregado como lo vimos en nuestro caso del ensamble.

Así pues, el proceso de *upgrading* no únicamente determina el avance dentro de una cadena en específico sino además, la forma en que una economía se integra al mundo y cómo avanza en él. Así pues, dependiendo del aprovechamiento de las ventajas que este contexto

ofrece, las naciones pueden lograr escalar dentro del sistema global de producción (Gereffi y Tam 1998). Esto se logra a medida que los actores de la cadena de valor se apropian del conocimiento y generan innovación en sus sistemas de producción. Además, dicho proceso se fortalece mediante las políticas económicas nacionales y las mismas relaciones de gobernanza entre las empresas. El término de gobernanza (Gereffi, Humphrey, Kaplinsky y Sturgeon 2001) se refiere a las estructuras de control intra o interempresa dentro de una cadena global, y resulta de la posibilidad que algunas empresas tienen de dictar, coordinar y/o especificar los productos, partes y componentes, así como sus respectivos procesos. De esta gobernanza dependen las opciones de generación y difusión de aprendizaje, así como sus patrones en los territorios, los cuales pueden llegar a convertirse en “barreras a la entrada” tanto para los actores existentes en la cadena de valor así como para los futuros entrantes.

Debemos tener en cuenta que el escalamiento dentro de la cadena es sumamente difícil, pues no únicamente se requiere dominar los anteriores niveles, sino también desarrollar nuevas capacidades tanto a nivel empresa como en el contexto donde se mueve ésta. Es importante decir que haber tenido éxito en uno de estos procesos de escalamiento no es suficiente para tener éxito en el siguiente. Así pues, al mismo tiempo ambas categorías no son excluyentes entre sí. Esto nos indica que cada país puede insertarse al mercado mundial de diversas maneras, con progresiones y regresiones durante el proceso dependiendo de la cadena y segmento específico (Gereffi 2000). Por otro lado, el escalamiento industrial no se da en un grupo aleatorio de industrias o actividades de uso intensivo de capital y mano de obra calificada, sino en productos que están relacionados a nivel organizacional a través de las principales empresas en las cadenas productivas mundiales (Gereffi y Tam 1998).

1.3 El marco de los encadenamientos mercantiles globales y su importancia en relación a otras vertientes teóricas

Una vez que hemos desarrollado el concepto de cadena de valor y los demás conceptos vinculados a ella, podemos hacer un análisis comparativo de este marco conceptual con otras interesantes teorías. En base a esto nos responderemos la siguiente pregunta ¿qué elementos teóricos nos brinda el marco de los GCC para estudiar a las economías en comparación a otros marcos conceptuales? Veamos pues algunos marcos teóricos para argumentar después la importancia de tomar el marco de los GCC para la comprobación de nuestra hipótesis.

Los primeros intentos por explicar el crecimiento de las naciones durante el siglo XVII y XVIII, hicieron referencia a que una nación debía especializar su comercio internacional en aquellas mercancías para las cuales su naturaleza nacional de dotación de factores como los recursos naturales y la fuerza de trabajo les permitiera estar por encima, en términos absolutos o relativos, de las capacidades de otras economías.

Adam Smith (1983) expone en su obra “Investigación de la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones”, un análisis desarrollado a partir de la división del trabajo, del análisis del precio y de la asignación y de la naturaleza del crecimiento en su conjunto. Dentro de su gran obra, nos interesan las partes que dedica al comercio internacional. En base a este tema decimos que Smith desarrolló un modelo de ventajas absolutas el cual implica que: en el comercio entre dos países, si uno de ellos tiene una ventaja absoluta sobre otro, significa que produce más unidades de un bien- expresado en términos de requerimiento de trabajo- que el otro país. En conclusión, el país que cuenta con la ventaja absoluta en un bien debe especializarse en producirlo y comerciarlo.

David Ricardo, por otro lado, dice que la razón por la que el comercio internacional produce un aumento de la producción mundial es que permite que cada país se especialice en la producción del bien en el que dispone de ventajas comparativas. Un país tiene ventajas comparativas en la producción de un bien, si el coste de oportunidad en la producción de este bien en términos de otros bienes, es inferior en este país de lo que es en otros países. El comercio entre dos países puede beneficiar a ambos si cada uno exporta los bienes en los que tiene ventaja comparativa. Ricardo utiliza dos bienes y expresa su valor en términos de requerimientos de trabajo por unidad de bien (Krugman y Obstfeld 1994:14-17).

Utilizar los argumentos de estos dos autores y hacer un análisis del valor de una mercancía en términos de requerimientos de trabajo es sumamente difícil dadas las técnicas actuales de contabilidad nacional y la gran cantidad de bienes comercializados por las naciones. La medición del valor de un bien incluiría las horas trabajadas por todos los hombres que construyeron o produjeron cada parte y componente del bien final, y esto es sumamente difícil de cuantificar. Podría intentarse esta compleja tarea si nuestros objetivos fueran distintos, sin embargo, lo que buscamos es conocer los encadenamientos mercantiles globales y la competencia entre países con base en las mercancías que producen. Y no es nuestro objetivo hacer un análisis del *valor trabajo* de las mercancías y su comparación entre naciones. Si bien estos autores compilaron un estudio extenso sobre el desarrollo de las economías y su comercio exterior y un análisis complejo sobre la teoría del valor, su obra no nos ayuda a alcanzar nuestros objetivos en esta ocasión.

Con el tiempo, llegarían nuevos análisis que introducirían nuevos argumentos a la teoría del comercio. Así tenemos el modelo de ventajas comparativas o Heckscher-Ohlin-Samuelson (Heckscher-Ohlin 1991; Samuelson 1949, 1962), el cual afirma que una nación comercializará aquéllos bienes que utilicen el factor más abundante en el territorio en forma intensiva. Esta conclusión implicaba la existencia de diversos supuestos como lo son: mercados de competencia perfecta, libre movilidad de factores homogéneos, pleno empleo, inexistencia de costos de transacción, tecnología idéntica y rendimientos constantes a escala.

Estos supuestos sin embargo, están muy lejos de cumplirse en la actualidad y es por ello que no es posible utilizar este marco analítico. Hoy en día no existe competencia perfecta y

tampoco tecnologías idénticas entre países; por ende, no nos permite realizar en esta ocasión un estudio para las economías actuales.

El argumento de Porter (1990), bajo el análisis de las ventajas competitivas se refiere a conceptos más relacionados con enfoques microeconómicos. Este autor, a partir del análisis del comportamiento de los complejos industriales concentrados en clusters¹⁰, explica que los países deben entender que en el largo plazo, la productividad está determinada a partir de condiciones microeconómicas. Para nuestro autor, la competitividad de una nación a nivel mundial está basada en el comportamiento de las empresas y su entorno.

Este autor, estudió el comportamiento de las empresas ante el entorno de competencia al que se exponen al pertenecer a un espacio económico. Es a partir de cuatro mecanismos (conocido como “el diamante de Porter”) que este concepto se clarifica:

- 1) las condiciones del mercado de factores (costos y calidad de los factores);
- 2) las condiciones de demanda (el tipo de consumidores locales);
- 3) el contexto de rivalidad entre las empresas (la naturaleza e intensidad con que las empresas locales compiten); y
- 4) el trato con las industrias semejantes, o competidores de bienes sustitutos (las externalidades y las capacidades de las empresas distribuidoras u otras industrias que apoyan o tienen relación con el giro de las empresas situadas en el clúster y los acuerdos que surjan con aquellas empresas competidoras).

Bajo el “diamante de Porter”, es posible analizar una industria en específico y sugerir soluciones a partir de este enfoque microeconómico. Sin embargo, de acuerdo a la crítica que se hizo a este enfoque durante los años siguientes, existen dos elementos que Porter no incorporó en su primer análisis: 1) no tomaba en cuenta el contexto macroeconómico y los efectos negativos de un desequilibrio de este nivel; y 2) olvidó el papel del Estado como agente importante en la aportación de externalidades positivas e inclusive en la aportación en materia de políticas y marcos reguladores precisos a las empresas y la economía en general.

Sin embargo, es preciso decir que si bien en su obra de 1990 no incluyó estos aspectos, en Porter (1998a), ya nos habla sobre la institucionalidad y las políticas públicas, entre otros aspectos de organización industrial.

10 Los clusters son concentraciones geográficas de compañías e instituciones interconectadas en un campo particular. Los clusters incluyen un conjunto de industrias encadenadas y otras entidades importantes para la competencia. Incluyen por ejemplo oferentes especializados en ciertos insumos como componentes, maquinaria y productos. En los clusters se establecen los encadenamientos o interconexiones necesarias en virtud de las habilidades, tecnologías, servicios y productos que ofrecen. Finalmente los clusters incluyen al gobierno y otras instituciones-las universidades, agencias calificadoras, proveedores de entrenamiento profesionales y asociaciones de comercio -que proporcionan entrenamiento al personal, la educación, información, investigación, y asistencia técnica (Porter, 1998b)

En torno a este concepto de competitividad, el debate ha sido exhaustivo. Así pues, en la década de los noventa, surge el concepto de “competitividad sistémica” (Messner 1998) el cual brindó elementos interesantes para seguir con el análisis de competitividad.

La competitividad sistémica utiliza cuatro conceptos clave: el nivel macroeconómico, el microeconómico, el metaeconómico y el mesoeconómico. Bajo estos cuatro puntos, el autor explica que un país es competitivo si logra desarrollar:

- 1) un entorno macroeconómico estable,
- 2) un entorno microeconómico competitivo,
- 3) una dimensión (la mesoeconómica) donde exista un estado incluyente, políticas e instituciones precisas que afecten las interrelaciones y la competitividad de todos los sectores tanto públicos como privados y organizaciones no gubernamentales (ONG`s) y
- 4) un entorno de “organización” (la dimensión metaeconómica) que evoque a un consenso general el cual permita a una región desarrollar los objetivos planteados sin problemas de tipo socio-político.

En general, las últimas dos aportaciones tuvieron una importante contribución al marco teórico de la competitividad, la cual ha tenido un fuerte apogeo en diversos foros actuales. En virtud de estos dos enfoques teóricos, estamos de acuerdo en que se deben dar las “condiciones” y “condicionantes” para las empresas y sus industrias a nivel de clusters entre ellos todos los que enmarca Porter (1990, 1998a): existencia de redes económicas de abastecimiento de materias primas y redes de intermediarios, conocimiento del mercado potencial de consumidores, compartimiento de información, entre otros e inclusive una institucionalidad local, estatal y nacional precisa para poder escalar en el mercado mundial, como nos dice Messner (1998).

Sin embargo estos lineamientos son, en el primer caso, de aplicación muy microeconómica y en el segundo caso son conceptos muy generales y es difícil desglosar su análisis bajo alguna metodología que nos ayude a cumplir los objetivos de esta investigación. Bajo estos argumentos no se pretende decir que estos enfoques estén incorrectos ni tampoco desecharlos por completo. De hecho, una economía debe contar con instituciones organizacionales incluyentes e interrelacionadas bajo un ambiente de competitividad y con proyectos de desarrollo en función de consensos locales. Sin embargo, el Estado y sus instituciones, muchas veces no cuentan con el conocimiento de los problemas económicos a nivel de sectores, cadenas, segmentos y productos. Así pues, en esta ocasión hemos decidido conocer a nivel de cadena de valor los segmentos y productos en los cuales un territorio puede efectuar políticas de promoción específicas. Esto es necesario debido a que esta investigación abarca los aspectos de clasificación que ya comentamos a lo largo de este capítulo y porque ningún otro análisis podría adecuarse para poder comprobar la hipótesis de nuestra investigación.

Por las razones anteriores se ha preferido retomar el análisis de los encadenamientos mercantiles globales. A pesar de ello, tendremos como punto de referencia importante las aportaciones del marco de la competitividad sistémica para complementar las conclusiones de esta tesis. Sobre todo en lo que respecta a los retos que aún las actuales cadenas de valor no han podido superar¹¹. Pues como bien nos dice Dussel Peters (2004b) de qué sirven segmentos o cadenas competitivas con territorios sin mayor integración y escalamiento al mercado mundial y con efectos negativos en las variables reales de la economía como el empleo, los salarios y el propio crecimiento.

Así pues, bajo el análisis de los encadenamientos mercantiles globales tenemos lo siguiente:

- Nos brinda elementos de clasificación que permiten analizar a la cadena de valor en segmentos y productos. Muchas veces el querer abarcar toda la economía y su complejo funcionamiento para promover políticas de crecimiento totalizadoras es ineficaz. En realidad existen procesos y segmentos distintos en cada cadena y a su vez en cada territorio y los GCC nos ayudan a estudiarlos de manera más definida. Esto nos permite conocer qué cadenas, segmentos y productos son competitivos para el territorio, en cuáles es posible serlo y de qué otros carecemos; también se pueden realizar análisis sobre los países con los que se compite. En general, el análisis se realiza tanto en tiempo y espacio definidos.
- Dentro del concepto de la cadena de valor global del producto se puede resaltar un punto muy importante: el *escalamiento* en los segmentos de la cadena de valor del producto y qué significa esto para el desarrollo de las cadenas ante la competencia con el exterior. Recordemos que el proceso de escalamiento implica una mayor generación de valor dentro del país con base en el aprendizaje, la innovación y la existencia de elementos institucionales que permiten el avance en la cadena de valor.
- Aparte del concepto de escalamiento, podemos argumentar que al estudiar los puntos a favor y en contra dentro de una cadena de valor, podemos conocer y clasificar a los países en desarrollo que aún no han logrado penetrar los mercados de mayor valor agregado. Es decir, nos permite estar conscientes de las brechas entre territorios menos y más avanzados dentro de la cadena de valor, esto en virtud de la relativa facilidad de su clasificación en los niveles de la cadena. En virtud de ello, se pueden delimitar las políticas económicas para lograr un cambio en las tendencias de cada cadena de valor y de cada territorio.

Entonces, por todos los argumentos anteriormente mencionados, el enfoque que se quiere dar en esta ocasión es el de cadena, y con el análisis de los encadenamientos mercantiles

¹¹ La creación de potencial para el desarrollo de un cluster o un distrito industrial en los territorios en base a su incorporación a una cadena productiva, dependerá de la posición en la cadena y de la capacidad de las empresas y las instituciones para utilizar o crear ventajas competitivas y oportunidades para mejorar y crecer (Humphrey, 1995).

globales se ha llegado a la conclusión de que se pueden lograr nuestros objetivos de manera más rápida y clara a diferencia de utilizar cualquier otro marco teórico.

1.4 Conclusiones preliminares

El traslado de parte de los productos y procesos de producción de países desarrollados hacia los países en desarrollo, bajo procesos de ensamblaje primero y posteriormente de mayor valor agregado, agilizó la entrada de las economías al mercado global. Dentro de este proceso el marco conceptual de los GCC cobra importancia e interviene proporcionando diversos elementos para entender el escalamiento de las economías y su papel dentro de la organización industrial mundial. Así pues, las conclusiones a las que nos permite llegar este apartado son las siguientes:

- 1) El análisis de los encadenamientos mercantiles globales en términos de clasificación y manejo de información nos permite: a) desglosar la actividad económica y conocer las cadenas, segmentos y productos que son competitivos para el territorio, cuales pueden serlo y de cuáles se carece y b) analizar la competencia entre territorios en cadenas específicas.
- 2) Con respecto al punto anterior, decimos que el desglose en segmentos y productos es importante ya que cada uno tiene características distintas y por ello es necesario conocer sus problemas por separado así como los territorios en donde se realizan. Esto nos permitirá entender las diferencias en el escalamiento de los territorios y aplicar las políticas de crecimiento adecuadas. Sobre todo, observar cuáles son los retos que hoy en día existen para las economías para lograr un escalamiento más rápido y para mantener su posición dentro de los mercados mundiales. Esta clasificación no es clara bajo el resto de los marcos teóricos y tampoco lo es el de producción global. Como estas definiciones son centrales para nuestra tesis, entonces decidimos utilizar el marco conceptual de los GCC.
- 3) El concepto de *escalamiento* nos permite conocer si existe una mayor generación de valor dentro del país, basado en el aprendizaje, la innovación y a la existencia de elementos institucionales que permitan el avance en la cadena de valor. Sin embargo, es importante diferenciar entre los procesos y productos que se generan bajo este proceso de escalamiento. La compleja dinámica de la cadena de valor, la cual depende de los procesos y productos desarrollados dentro de ella, es engañosa. A veces se piensa que un producto de alto nivel tecnológico en una cadena de valor implica mayor valor agregado sin embargo, todo dependerá de los procesos que están detrás de él. Los procesos detrás de un bien final muchas veces se basan en mecanismos de bajo valor agregado, como el ensamble de partes y componentes, y esto significa que no se está generando mayor valor agregado en los territorios. Esto provoca la falta de

un desarrollo endógeno y la necesidad de superar diversos retos para poder continuar con el escalamiento en la cadena (*upgrading*).

- 4) En este aspecto es importante decir que la incapacidad de las cadenas de valor en los territorios para lograr un desarrollo endógeno ha originado debates en torno al marco conceptual de los GCC como el de la existencia de territorios sin mayor integración y escalamiento al mercado mundial y con efectos negativos en las variables reales de la economía. Ante este problema, el marco teórico de la competitividad sistémica nos ayudará a robustecer las conclusiones de este trabajo. En este aspecto utilizaremos conceptos como el de la dimensión metaeconómica y mesoeconómica para argumentar sobre la importancia de las instituciones en el desarrollo de los territorios.
- 5) Otro punto importante de los GCC es que van más allá del mito generalizado de que la cadena HTC es intensiva en mano de obra, ya que algunos segmentos de la misma pueden ser intensivos en investigación y desarrollo, en *marketing* o intensivos en capital, entre otros. Esta diferenciación no únicamente sucede a nivel de segmentos sino a nivel de territorios, los cuales pueden estar especializados en un mismo segmento de la cadena pero basarse en procesos completamente distintos. Por ello, bajo este enfoque se realiza un análisis más allá de consideraciones ideológicas.
- 6) Por último, el marco de los GCC es importante ya que las cadenas de valor y la organización industrial detrás de ellas, determinan en gran parte el papel que juegan las economías en el contexto mundial. También influyen en la división del trabajo, la ubicación y distribución de los factores productivos, la transferencia de tecnología, el aprendizaje, el poder de mercado y el nivel de desarrollo económico y hasta social. Bajo este contexto las economías desarrolladas y en desarrollo compiten para poder permanecer y seguir escalando dentro del sistema global de producción. Es por esta razón que en esta tesis se analizará la participación de economías como la nuestra dentro de los encadenamientos mercantiles globales.

1. ASPECTOS GLOBALES DE LA CADENA HILO-TEXTIL-CONFECCIÓN (HTC) Y SU IMPORTANCIA EN MÉXICO

En el apartado anterior desarrollamos el marco de los GCC, para entender el concepto de cadena de valor, el papel que juegan los países dentro de la organización industrial de la misma y la importancia de los procesos y productos involucrados en este fenómeno.

En este apartado se desarrollará el estudio específico de la cadena hilo-textil-confección (HTC). El tratamiento de esta cadena es relevante debido a que es una de las cadenas de mayor importancia para México dentro del mercado de Estados Unidos y actualmente está siendo desplazada por otros competidores dentro de ese país. Por ende, es de la mayor importancia analizar la conceptualización y las condiciones internacionales de la cadena HTC así como el papel que juega dentro de nuestro territorio y los retos que enfrenta.

En el primer apartado se analiza la cadena HTC desde una perspectiva conceptual y global la cual incluye: la regulación comercial internacional, su análisis bajo el concepto de *cadena dirigida por los intermediarios comerciales* y sus tendencias globales. En el segundo apartado se estudiará a la cadena dentro del territorio mexicano. Primeramente se realizará un estudio de la organización industrial de la cadena en México y del marco regulador del TLCAN y posteriormente el análisis de las variables económicas más relevantes de la cadena en nuestro país durante 1990-2004. Se incluyen además otros temas tales como la organización industrial, la competitividad y los retos que enfrenta la cadena. Como tercer apartado, se presentarán las conclusiones preliminares del capítulo.

2.1 Aspectos conceptuales, marco regulador y tendencias globales de la cadena HTC

En esta ocasión se estudia el papel que juega la cadena HTC como una cadena dirigida por los intermediarios comerciales (CDIC) (Gereffi y Korzeniewicz 1994, Gereffi 2000) así como las normas internacionales que la rigen. Se analiza además la tendencia mundial de la misma cadena y los efectos sobre la cadena en nuestro país. Esta reseña será de suma importancia para entender el contexto de la cadena HTC antes de entrar a su análisis dentro de la economía mexicana.

En primer lugar debemos decir que la cadena HTC ha sido históricamente una de las más complejas en lo que respecta a su regulación comercial internacional (Dussel Peters 2004a, OMC 2003). Desde 1974 hasta 1991, el comercio de textiles se rigió por el Acuerdo Multifibras (AMF), el cual imponía cuotas a las exportaciones limitando su crecimiento anual al 6%. Más tarde, en la Ronda de Uruguay de la OMC (1995), entró en rigor el Acuerdo sobre Textiles y Vestidos (ATV) y con él se daría una transformación de 360 grados a la legislación sobre el comercio de textiles y vestidos. El ATV dispuso un período de transición en cuatro etapas para *eliminar definitivamente las cuotas a las importaciones textiles*. Estas etapas indican que:

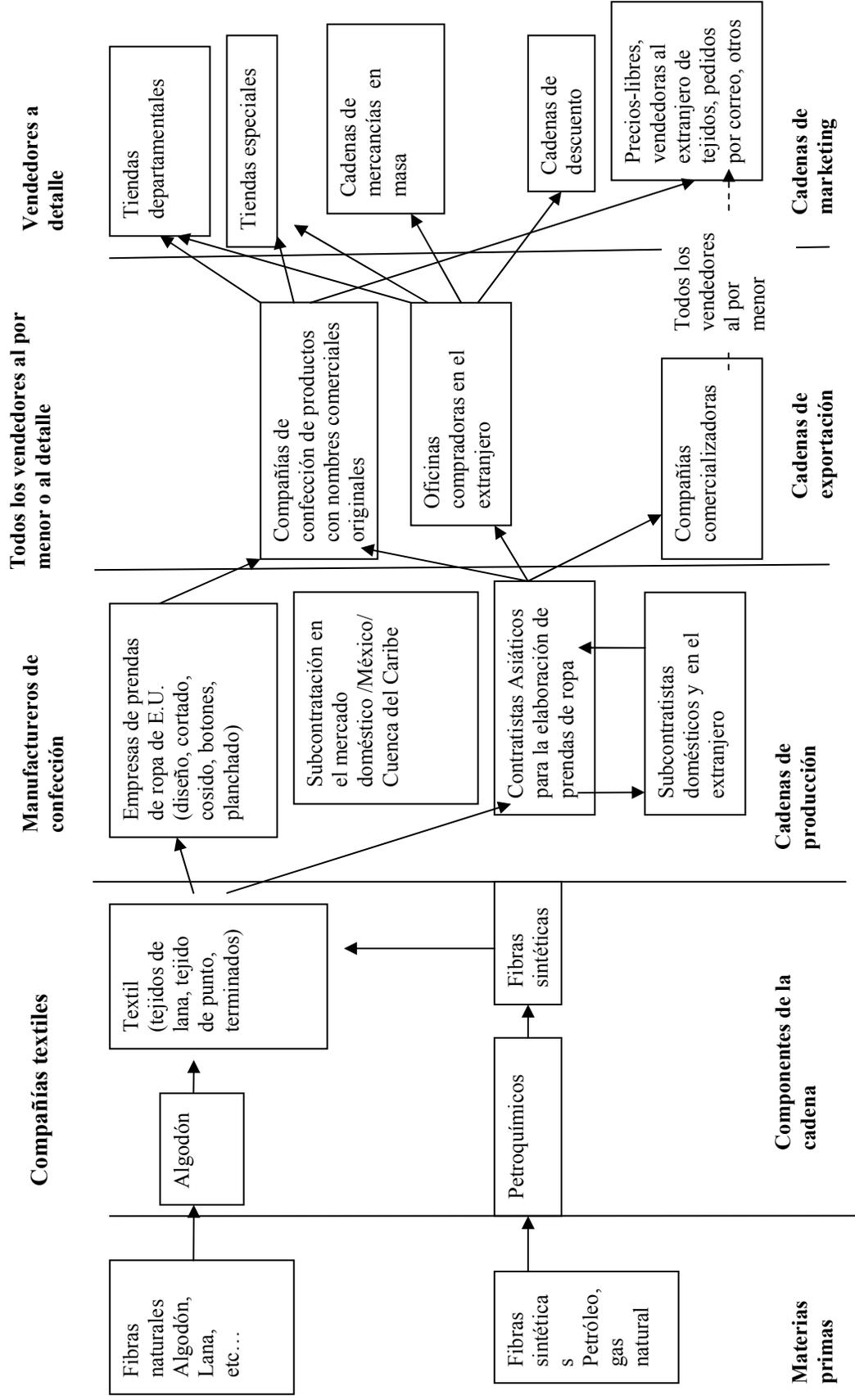
- i. En enero de 1995 los miembros deberán integrar no menos del 16% del total del volumen de sus importaciones,
- ii. En enero de 1998 un 17% adicional será integrado,
- iii. Un 18% se integrará en enero del 2002
- iv. El restante (49%) lo hará cuando el ATV desaparezca, en enero del 2005¹.

En segundo lugar, tenemos que la cadena HTC es una cadena liderada por los intermediarios comerciales. La producción está a cargo de redes escalonadas de contratistas locales que fabrican los productos finales de acuerdo con las especificaciones de las empresas comerciales extranjeras². Los intermediarios comerciales se dividen en tres grupos: *grandes tiendas de menudeo, comercializadores de marcas y fabricantes de marcas* (Gereffi 2000). Sus utilidades provienen de las combinaciones de diseño, aprendizaje e investigación, comercialización y servicios financieros. Éstas les permiten actuar como intermediarios estratégicos para establecer enlaces entre fábricas y comerciantes extranjeros (Gereffi y Korzeniewicz 1994).

¹ Diversos estudios (OMC 2004, Dussel Peters, 2004a, 2004b) indican que es de esperarse que ante la reducción de las fracciones hasta 2005 y su total eliminación entonces, China se convierta en el país beneficiado por estas medidas. Esto implicaría que en el mercado de Estados Unidos las exportaciones tanto de México como de Centroamérica se verían afectadas.

² Un ejemplo de estas relaciones pueden ser las casas o miniempresas familiares que se ubican en la zona centro de Tlaxcala, las cuales maquilan productos de la cadena HTC - los cosen, unen partes, pegan botones, etc. - para venderlos a empresas de mayor tamaño en la misma localidad, siendo que estas últimas a su vez, realizan otros procesos de mayor valor agregado para enviar el producto final a los contratistas finales locales o extranjeros.

Esquema 1. Principales encadenamientos que genera la organización industrial en la cadena HTC



Fuente: elaboración propia con base en Gereffi y Memedovic (2003).

En tercer lugar, desde la perspectiva de segmentos (Gereffi y Korzeniewicz 1994, Gereffi 2000, Gereffi y Memedovic 2003) tenemos que la cadena HTC se desagrega en: a) oferentes de materias primas, ya sean de fibras sintéticas o naturales; b) compañías textiles (que proveen los hilos y las telas manufacturadas); c) los fabricantes de confección (incluyendo sus subcontratistas domésticos y extranjeros) y d) los canales de exportación establecidos por los intermediarios comerciales y las cadenas de *marketing* (véase esquema 1). Cada uno de estos segmentos incluye una serie de relaciones inter e intraempresa basados en la subcontratación, el uso de insumos, de tecnologías, financiamiento, venta y distribución el producto final. El vínculo con las empresas líderes es lo que les permite mayores ganancias, apropiación de valor agregado y el escalamiento.

Y en cuarto lugar, es importante considerar las tendencias que han afectado a la cadena HTC en los años recientes:

- 1) *Las tiendas de menudeo* entre las décadas de los setenta y ochenta, eran los principales clientes de los fabricantes de ropa, pero ahora han pasado a competir cada vez más con ellos. Dado que los consumidores exigen mejores precios, las tiendas de menudeo han tenido que recurrir más a las importaciones. En Estados Unidos y Europa a principios de los noventa, las tiendas de menudeo representaban la mitad de las importaciones de ropa y las comercializadoras o diseñadores agregaban otro 20% aproximadamente (Gereffi y Memedovic 2003).
- 2) *Las comercializadoras de ropa de marca*, que incluye a Liz Clairbone, Donna Karan, Ralph Lauren, Nike, entre otras, a fin de hacer frente a la fuerte competencia, han reaccionado con distintas estrategias que transforman el contenido y alcance de sus redes de aprovisionamiento. Entre dichas acciones están achicar sus cadenas productivas utilizando menor número de contratistas mejor capacitados; dar instrucciones a sus contratistas respecto a dónde obtener los componentes necesarios para reducir así sus propias actividades de compra y redistribución; abandonar ciertas funciones de apoyo (como aprovisionamiento de moldes, marcado de la tela y la confección de muestras) y reasignarlas a contratistas; adoptar sistemas de certificación de vendedores más estrictos con el objeto de mejorar su desempeño; y trasladar la ubicación de sus redes de aprovisionamiento de Asia al hemisferio occidental (Gereffi y Memedovic 2003).
- 3) *Los fabricantes de ropa de marca* quienes determinan cómo organizan y administran la producción proporcionando los insumos intermedios (tela cortada, hilo, botones, etc.) a grandes redes de proveedores foráneos, han desarrollado interesantes procesos con sus subcontratistas. Bajo sus procesos permiten que los productos ensamblados en el extranjero reingresen pagando aranceles sólo sobre el valor agregado por la mano de obra extranjera. En Estados Unidos este esquema es

conocido como “producción compartida”³ o programa 807/9802 (SE, 2005b; USITC, 2004) donde las redes de aprovisionamiento se ubican en México, Centroamérica y el Caribe. En Europa se conoce como tráfico de perfeccionamiento pasivo y los principales proveedores se encuentran en África y Europa Oriental, y en Asia. La región administrativa de Hong Kong, tiene acuerdos de perfeccionamiento pasivo con China y otras naciones cuyos salarios son más bajos (Gereffi y Memedovic 2003).

- 4) Los canales de distribución del mercado del vestido, han tenido cambios importantes. Mientras que las tiendas y las cadenas nacionales estadounidenses han perdido presencia, las tiendas de fábrica, clubes y *outlets* (Consolidated Stores, Costco, Dollar General, Family Dollar, Kmart, Target Corporation y Wal Mart) así como las ventas por correo han incrementado sus ventas durante 1998-2001 (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002, Dussel Peters 2004b).
- 5) En la cadena HTC se han desarrollado un grupo de empresas comercializadoras de marca (Nike, Reebok, Polo, Tommy Hilfiger, entre otras) que no realizan proceso de fabricación alguno y que se basan en la subcontratación global. Entre las estrategias más recientes de este segmento están: el aumento y transferencia de nuevas funciones a subcontratistas (planeación, desarrollo de productos para su suministro, distribución, entre otras), reducción del número de subcontratistas y aumento del paquete completo para los mismos (Dussel Peters 2004b).
- 6) Como contraparte al inciso 5, los productores de la cadena han tenido que redefinir sus estrategias (Gereffi 2002). Éstos han desarrollado un importante proceso de coinversiones y la transferencia de actividades a nuevos territorios. Existe además una tendencia de este segmento de empresas de escalar a actividades históricamente realizadas por las comercializadores y outlets, tales como Sara Lee Corporation, Phillips-Va Heusen, VF Corporation, Fruit of the Loom y Levi Strauss & Co, las cuales han creado, administrado y vendido marcas propias a nivel global.
- 7) En virtud de la organización de la cadena HTC a nivel mundial, es preciso mencionar que existen tres diferentes modelos de competencia a nivel regional en el mundo (Rivera Ríos 2004): está el modelo de los tigres asiáticos (Paquete completo evolucionando a manufactura de marca original), el modelo mexicano (de ensamble en transición al de paquete completo) y el centroamericano (de ensamblaje).
- 8) Respecto a 7, observamos una transición del ensamblaje hacia el paquete completo⁴ a nivel internacional. En este aspecto, países asiáticos como Hong Kong, Taiwán,

³ Este programa permite la importación libre de impuestos de la prenda siempre y cuando se haya realizado con insumos estadounidenses

⁴ Este fenómeno implica una nueva relación entre el comprador y el proveedor en una dirección que da mucho más autonomía y potencial de aprendizaje a la empresa proveedora, pero por otro lado, la obliga a desarrollar etapas de la producción sobre las que antes no tenía conocimiento y esto por último implica una mayor responsabilidad difícil de cumplir para muchos proveedores.

Corea del Sur y China, han usado el paquete completo para crear una ventaja duradera para sus exportaciones de prendas de vestir (CEPAL y ONU 1999, Gereffi 2000); México aún continúa perfeccionando el paquete completo (SE 2003, 2004c, 2005b).

- 9) Se observa un rápido escalamiento hacia niveles de mayor valor agregado por parte de los países asiáticos. Los tigres asiáticos están trascendiendo a la manufactura de diseño propio (es decir la independencia de los compradores para centrarse en la fabricación de sus propias marcas). Esta ventaja les permitió convertirse en intermediarios entre los compradores de Estados Unidos y cientos de fábricas de ropa en Asia y otras regiones en desarrollo que ofrecían menores costos de mano de obra, aprovechando además las cuotas favorables vigentes a partir del ATV.
- 10) Refiriéndonos exclusivamente al mercado norteamericano, se generó el desplazamiento de la mayor parte de la región de Asia⁵, como principales proveedores de Estados Unidos desde la década de los noventa hasta la actualidad. En su lugar existe una importancia creciente de proveedores latinos como México, Centroamérica y el Caribe. Sobre todo esto se ha debido a los acuerdos comerciales establecidos entre dichos mercados y Estados Unidos, entre otras regulaciones (Dussel 2004a, Gereffi 2002).
- 11) Existen, de acuerdo a lo visto en 10, mayores retos para países como México y Centroamérica, que aún dependen de los beneficios otorgados por los Acuerdos comerciales para poder seguir compitiendo. Debemos decir que se pronostica que la Cuenca del Caribe, México, Canadá, Estados Unidos y la Unión Europea perderán su participación en exportaciones globales hacia el 2010. De hecho, Norte América y Europa se convertirán en importadores netos (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002). Ante estas tendencias se puede prever una reestructuración de los Acuerdos comerciales existentes y la generación de nuevas integraciones comerciales. Ya hoy día existen avances sobre integraciones entre Estados Unidos-México, Estados Unidos-China, Centroamérica-Estados Unidos, México-Centroamérica (Calderón 2004, Dussel Peters 2005a, Gazol 2004a, 2004b, 2004c, 2005).
- 12) Aunado a lo anterior, tenemos que la participación de Sudamérica aumentará en tejidos de punto y pantalones de mezclilla, como resultado del ALCA (Acuerdo de Libre Comercio de América); China/HK, el Sur de Asia y ASEAN (Association of South East Asian Nations) aumentarán su participación en todas las categorías como resultado de sus menores costos de mano de obra y una fuerte experiencia en la cadena de suministro para la exportación⁶.

⁵ Sin embargo la excepción ha sido China, la cual ha logrado mantener un papel importante dentro del mercado estadounidense y desde el 2002 ocupa el segundo lugar de los exportadores a Estados Unidos (Dussel Peters 2004a, SE 2003, 2004c, 2005b).

⁶ En un futuro, al no existir cuotas, Bruna Angel –consultora de fibras de PCI Fibers & Raw Materials (GB)-, pronostica un incremento de la dominación China. Si bien en los noventa, la participación de China en el consumo de grapa de poliéster y

Estudios diversos nos permiten agregar además una serie de aspectos significativos para la cadena a nivel internacional y en el mercado estadounidense (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002, Dussel Peters 2004b, SE 2005d):

- a) Se aprecia a nivel global una importante disminución del crecimiento del consumo de productos de la cadena HTC global y por ende se espera una creciente competencia en los mercados (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002).
- b) Aunado al inciso anterior, la demanda y preferencia de los consumidores de ropa ha cambiado sustancialmente. Sobre todo en el mercado estadounidense, donde el gasto en prendas de vestir dejó de ser prioritario respecto de los gastos totales del consumidor. En Europa por otro lado, los consumidores han aumentado la demanda de ropa del segmento medio y de lujo (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002).
- c) Los segmentos de la cadena especializados en fibras naturales pueden ser afectados debido a que se estima que el poliéster será la fibra de mayor crecimiento en el futuro, cuya producción se ha desplazado hacia Asia (Dussel Peters 2004b).
- d) Las diferencias en estructura de costos entre países refleja aspectos de competitividad que no deben ser pasados por alto. En Estados Unidos e Italia los costos directos de la mano de obra representan entre 35 y 40 por ciento de los costos totales; China, los países de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe y México lo hacen con apenas un 6, 13 y 24 por ciento (Dussel Peters 2004b:40-41).
- e) Dentro del mercado estadounidense, el segundo importador más grande de productos textiles, la competitividad ha aumentado. Ésta se presenta tanto para países que tienen un acceso similar al de la región del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), como para los países que, al ser eliminadas las cuotas multilaterales, están incrementando sus exportaciones en forma impresionante como China e India (SE 2005d).
- f) Con relación a la competencia a nivel de segmentos y de productos que están librando los países competidores dentro de Estados Unidos. Algunos de los estudios más recientes (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002, Dussel Peters 2004a), explican que en general México y China compiten en segmentos iguales pero en productos distintos (véase capítulo 3 para el caso de China y México). En este caso la diferenciación y el mejoramiento de los productos mexicanos y el escalamiento en la cadena serán cruciales para seguir siendo competitivos⁷.

en hilos de estambre así como la disposición de poli-acrílicos estaba entre el 13.9 y 18.7 por ciento, para el 2020 se espera que éste sea de entre 42 al 44 por ciento (ITMF 2002). Es decir, nos enfrentamos a una China que está acaparando poco a poco los insumos mundiales propios del segmento hilo.

⁷ Un dato preocupante para México es en lo referente a la formación de capital y de maquinaria para la cadena HTC. Durante 1999-2000 los envíos de maquinaria textil mundial se concentraron en un 46.2% en Asia. México obtuvo el 5.5% de los envíos totales, Centroamérica el 0.5% y Sudamérica el 5.2%. Por otro lado Turquía recibió el 8% y Europa –Oeste

Ante estas tendencias a nivel global, es preciso preguntarnos ahora cuáles son las condiciones de la cadena HTC en México.

2.2 Condiciones de la cadena HTC en México

Con base en lo visto en el apartado 2.1, es necesario conocer la importancia de la cadena HTC dentro del mercado mexicano. Esto para dimensionar los efectos que los comportamientos mundiales y los observados en el mercado estadounidense tendrán sobre nuestro país. El análisis comprende un primer apartado que trata sobre las regulaciones comerciales de la cadena contenidas en el TLCAN, la organización industrial, la competitividad y tendencias actuales y un segundo que analizará las variables macroeconómicas relevantes para la misma en nuestro territorio.

2.2.1 Organización industrial, marco institucional y tendencias

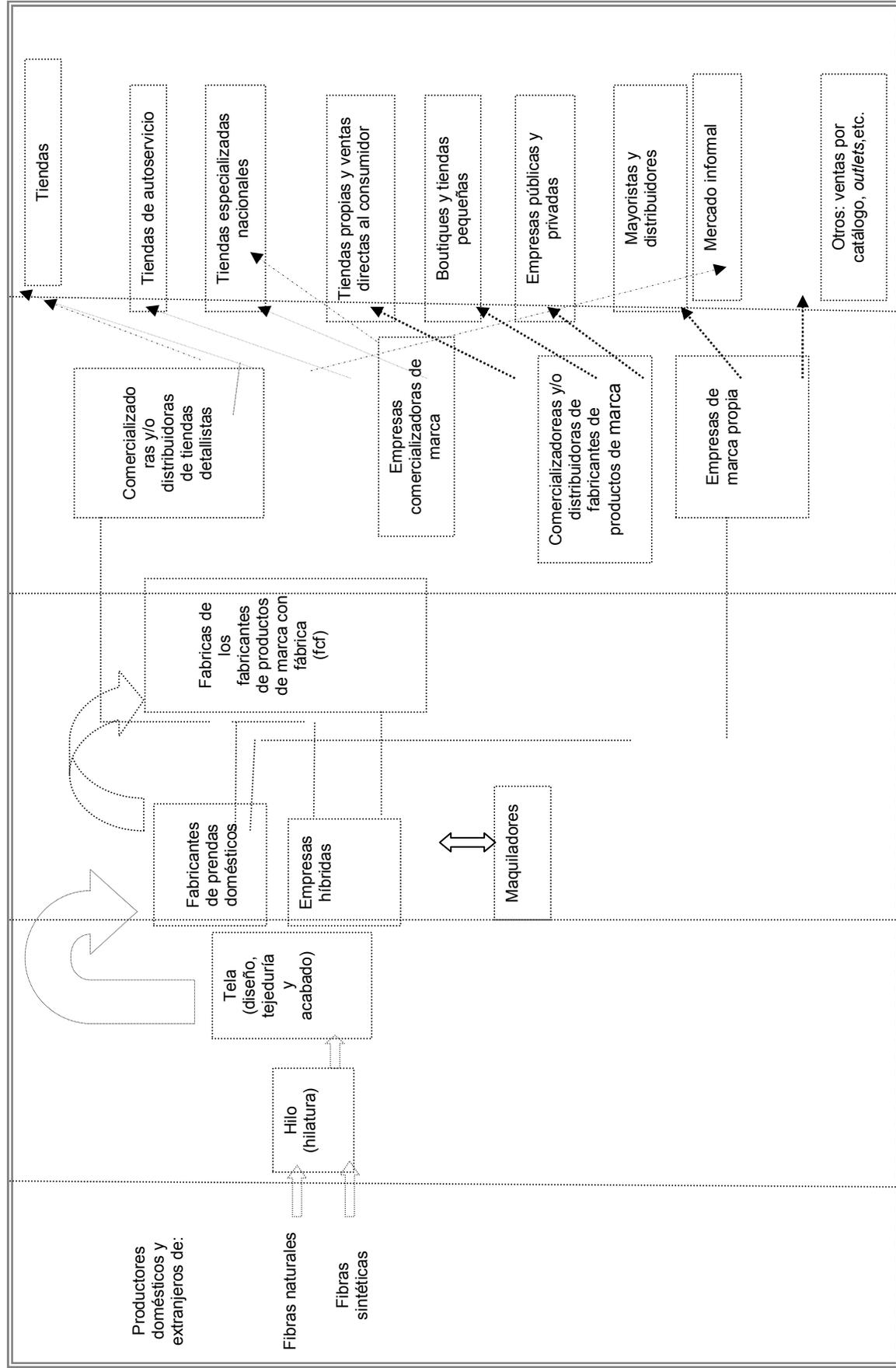
La cadena HTC, particularmente en las últimas dos décadas, ha sido competitiva gracias a la apertura y los Acuerdos Comerciales firmados por el país -sobre todo el TLCAN-, por la mano de obra barata, por la estabilidad macroeconómica, la ubicación geográfica del país y por diversos apoyos a la exportación⁸ (SE 2004c). Sin embargo, la cadena ha perdido competitividad en los últimos cuatro años. El embate principalmente de competidores como China, entre otros países asiáticos, en su mercado principal que es Estados Unidos, ha llevado a la economía mexicana a replantearse cuál es el papel que debe jugar esta cadena en el futuro.

La cadena HTC mexicana tiene un modelo propio dentro de la organización industrial de las CDIC. En términos específicos México se concentra en el ensamble masivo de productos y aún está perfeccionando el paquete completo. Los segmentos de la cadena incluyen una serie de relaciones inter e intraempresa desde la obtención de fibra sintética y natural -de proveedores mexicanos o extranjeros-, fabricantes de prendas domésticos, los fabricantes de productos de marca con fábrica, maquiladoras, entre otros, que se eslabonan con los comercializadores líderes de la cadena a nivel mundial (véase esquema 2).

obtuvo el 10.4% y plantea que Asia siga dominando la inversión en maquinaria textil. Esto significa obviamente que México tendrá que superar un obstáculo más -el mejoramiento y aprovisionamiento de capital y tecnología- que se requiere para mantenerse en el proceso de escalamiento dentro de esta cadena (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002).

⁸ México ha disfrutado de ventajas arancelarias y de cuota bajo el TLCAN, además de tener diez TLC's más que se han traducido en beneficios tangibles para la cadena (SE 2004c).

Esquema 2. México: principales encadenamientos que genera la organización industrial de la cadena HTC dentro del país



1. Redes de materias primas 2. Redes de componentes 3. Redes de producción 4. Redes de distribución y/o exportación 5. Redes de comercialización

32

Fuente: elaboración propia con base en ITAM (2004:48).

Siendo aún un modelo emergente y en transición a la consolidación del paquete completo, la ventaja competitiva más determinante en la evolución del modelo mexicano durante los últimos diez años ha sido el TLCAN. Gracias a este tratado se eliminaron las trabas comerciales que ubicaban a México como un simple ensamblador en la cadena HTC. El sistema de maquila condicionaba a nuestro país al uso de insumos estadounidenses y por ende a quedarse como simple ensamblador. A medida que el TLCAN abre cada vez más la oportunidad a empresas estadounidenses de trasladar otros procesos de su producción - como el de paquete completo-, es que la cadena HTC mexicana pudo empezar a desarrollar su cadena productiva con aspiración a llegar a los procesos de mayor valor agregado.

Los beneficios inmediatos para México con la firma del TLCAN fueron la reducción de aranceles⁹, la eliminación de cuotas y la aplicación de normas de origen¹⁰. De estos tres, las reglas de origen permitieron dar un tratamiento preferencial a productos fabricados totalmente en la región.

En este aspecto, las reglas de origen son de suma importancia ya que también se aplican a los productos de la cadena HTC bajo el mecanismo conocido como "hilo en adelante" el cual implica que todas las etapas de fabricación de la prenda de vestir desde el hilo deben realizarse en uno de los tres países miembros del TLCAN. Es decir, las etapas que incluyen las redes de materias primas, de componentes y de producción (véase esquema 2) deben realizarse en México, Canadá o Estados Unidos, para que la prenda final pueda entrar a uno de estos mercados sin tener que pagar arancel. Las normas de origen requieren que se utilicen ciertos hilados, telas y tintes exclusivamente de los socios comerciales regionales. Estas reglas se aplican tanto a fibras sintéticas, fibras naturales (hilos de algodón) y fibras artificiales¹¹.

Además de estos mecanismos se aplicó el de producción compartida (la fracción arancelaria estadounidense 9802.00.80.10)¹², el cual permite el ingreso libre de impuestos de la prenda a

⁹ Al entrar en vigor el TLCAN, se eliminan las cuotas en los textiles y prendas de vestir "originarios", lo cual implicaba que más del 90% de nuestras ventas a ese país quedaban libres de cuotas a partir del 1º de enero de 1994. Diez años después de la entrada en vigor de dicho Acuerdo, ya no podría imponerse cuota alguna a ningún tipo de producto mexicano enmarcado en el TLCAN (SE 2005b).

¹⁰ En el Anexo 300-B del TLCAN se especifican desde las tarifas arancelarias aplicadas a cada producto y períodos para eliminarlas, hasta las reglas de origen y cupos de preferencia arancelaria para ciertos productos. Incluye en su mayoría los bienes comprendidos dentro de los capítulos 50 al 63 del sistema armonizado entre otros (SE 2005b).

¹¹ En el caso del TLCAN existen excepciones sobre productos confeccionados con insumos cuya oferta regional sea insuficiente para cubrir la demanda, tal es el caso de la seda, el lino y algunas especiales para la producción de camisas, para los cuales habrá un trato preferencial. Por otro lado, se establecerán cupos para preferencia arancelaria, es decir, se fijarán cuotas específicas de importación bajo el régimen preferencial sobre aquellos productos fabricados en la zona que no cumplan con los requisitos de origen (SE 2005b).

¹² Se refiere principalmente a las prendas cuya producción supone una confección estandarizada, tareas sencillas y pocos cambios de estilo, las que difieren mucho de las prendas que Estados Unidos importa de las economías asiáticas de reciente industrialización. No obstante el uso de este mecanismo de producción

Estados Unidos siempre y cuando se haya realizado con insumos estadounidenses. Esta norma aplica inclusive si la prenda no cumple con la norma de origen de hilo en adelante o si es sometida a procesos de terminación después de ensamblada. Procesos tales como lavado, planchado, tinte, entre otros, que constituyen un tratamiento ulterior que descalificaría a la prenda de los tratamientos arancelarios y demás exenciones aunque también estuviera formada por partes fabricadas en Estados Unidos (CEPAL 2000). Las preferencias que recibió México bajo estos esquemas de producción compartida, le permitieron sobrepasar a las economías centroamericanas e incluso a economías como la China en 1998 como principal proveedor de la cadena en el mercado estadounidense (véase el capítulo tercero).

Bajo este contexto, ¿cuáles son las tendencias y retos que se observan en la cadena HTC mexicana en los últimos años? A continuación se enumeran las más relevantes:

- 1) A pesar de las múltiples ventajas que el TLCAN ha generado al país, México aún no cuenta con la infraestructura de industrias semejantes y complementarias necesarias para trascender hasta el paquete completo a un nivel que compita mundialmente. Uno de los grandes problemas (CEPAL 2000) consiste en la falta de capacidad para poder proporcionar los insumos necesarios para la producción de ropa de paquete completo de prendas de ropa estándar tales como pantalones de mezclilla, camisas y pantalones de punto y ropa interior, principales productos de exportación de nuestro país (véase el capítulo tercero).
- 2) Si bien México está transitando hacia el paquete completo, existen “dos vías en conflicto” que resumen el modelo mexicano (Rivera Ríos 2004:87): “a) la exclusión de la mayor parte de las pequeñas y medianas empresas mexicanas a favor de subcontratistas estadounidenses que asumen el papel de viejas empresas maquiladoras (contratación de mano de obra nacional con insumos, equipo y diseño importados) y b) la transición al paquete completo con incorporación de productores mexicanos integrados y no integrados y bajo la dirección de empresas líderes de ambos países.” Donde esta última vía significaría una maximización del progreso industrial incluyendo dos elementos importantes que son el aprendizaje y la capacitación de la mano de obra.
- 3) Es preciso decir que desgraciadamente algunos de los incentivos del TLCAN tienen una consecuencia negativa en la estructura comercial mexicana. La partida arancelaria 9802.00.80 por ejemplo, incentiva a los empresarios mexicanos a adquirir los insumos regionales a diferencia de los nacionales dada la exención de pagar aranceles. Esto evita que se integren estos procesos a la cadena de valor nacional lo cual tiene consecuencias en el proceso de escalamiento de la misma en nuestro territorio (Gereffi 2000, González 2004). Sin embargo, un estudio (McLachlan y

compartida se ha extendido a prendas que requieren mayor nivel de flexibilidad en la fabricación y de habilidad del confeccionista (Carrillo 2000; Dussel Peters 2004b, 2005a; Gazol, 2004a, 2004b, 2004c).

Aguilar 1998) explica que si bien las maquiladoras son enclaves que dependen de los insumos importados, las maquiladoras del interior del país- sobre todo del sector automotor y electrónica- tienen una mayor propensión a adquirir insumos nacionales a diferencia de las localizadas en la frontera. Este mismo estudio explica que gran número de empresas maquiladoras son tanto de propiedad extranjera como mexicana, lo cual desde nuestro punto de vista podría dar oportunidad a un acuerdo para que dichos procesos de adquisición de insumos fueran cada vez en mayor proporción nacionales.

- 4) De acuerdo a Gereffi (2000), el problema de la cadena HTC mexicana consiste en la falta de nichos de producción y comercialización creados a partir del eslabonamiento con grandes empresas que pueden proporcionar el conocimiento, aprendizaje y recursos necesarios para lograrlo. Las empresas estadounidenses dentro del mercado mexicano controlan fuertemente los segmentos de diseño y comercialización en la cadena HTC, ante esto las empresas mexicanas están en posición para mantener y coordinar la fase de producción. En el futuro próximo, es probable que México conserve una combinación de plantas maquiladoras vinculadas a fabricantes de marcas estadounidenses y una nueva serie de productores de paquete completo vinculados a comercializadoras y tiendas de menudeo de marcas privadas.
- 5) Otra característica de la cadena HTC de México es que a principios del 2000 mantenía importantes fábricas de fibra sintética muy exitosas, empresas de ensamblado orientadas a la exportación y un sector minorista emergente que estaba forjando alianzas con sus contrapartes en Estados Unidos. Sin embargo, el eslabón más débil ha sido, por mucho, *el textil*. Gran parte de las empresas textiles mexicanas están subcapitalizadas, tecnológicamente atrasadas, son ineficientes y producen bienes de baja calidad. Sin embargo, en la producción de *prendas*, especialmente en lo que se refiere a producción de prendas para mujeres y niños, es mucho más fuerte en comparación a países como Estados Unidos (Gereffi 2000).
- 6) Por otro lado, González Marín (2004) señala que diversos problemas que vive la industria textil y confección en el país se deben a los efectos ocasionados por el TLCAN. La autora explica que la exportación de prendas exclusivamente al mercado estadounidense causa un rompimiento en las cadenas productivas de la industria textil ya que gran cantidad de este tipo de producción se lleva a cabo en maquiladoras, la cual basa sus procesos en el uso de mano de obra barata. Ante esta situación plantea que el gobierno lleve a cabo una política para favorecer a los productores internos.
- 7) Otro estudio, (Rueda 2004), critica la forma de actuar del Estado con respecto a la ejecución de políticas económicas para cadenas estratégicas en nuestro país. En este análisis se explica que China ha desarrollado una política económica gradualista con

un Estado que hace consensos, planea y evalúa sus políticas antes de dar el siguiente paso. Sin embargo en México, durante la década de los ochenta, los cambios en la política económica y social se efectuaron de manera precipitada y sin evaluar las consecuencias y este comportamiento ha permanecido.

- 8) Otro argumento (Dussel Peters 1997b, 2004a, 2005c), discute los temas de la perspectiva territorial y de endogeneidad los cuales son sustanciales en el debate de la integración de los territorios en el mercado mundial. Los países no tienen los mismos retos y oportunidades para escalar dentro del proceso de encadenamientos mercantiles globales ya que el proceso de globalización impone a la periferia a competir en precios, calidad y estándares. Esto tiene repercusiones en la forma en que los territorios se integran y en este caso China, América Central y México son un ejemplo claro que la competencia y escalamiento tan fuerte que existen entre la periferia. Esto tiene efectos en los encadenamientos territoriales y en este caso, la cadena HTC mexicana no ha podido generar procesos de endogeneidad en el territorio nacional.
- 9) Por último, tenemos que se percibe la pérdida de competitividad de la cadena HTC en los últimos años en México (Dussel Peters 2004a; SE 2004c, 2005b). Esta cadena ha enfrentado una situación crítica entre el 2001 y 2004 derivada del incremento de la competencia internacional, del ingreso de China a la OMC, del otorgamiento de preferencias unilaterales de Estados Unidos a países de la Caribbean Basin Initiative (CBI) o Cuenca del Caribe, África subsahariana y Pacto Andino, así como la recesión económica de Estados Unidos.
- 10) Otro estudio (Simón y Peiro 2004) explica que México y China pueden ocupar espacios crecientes en el segmento confección en el mercado estadounidense. Esto lo argumentan debido a que sus principales productos de exportación son diferentes. México además no tiene competencia cuando se trata de entregas de prendas de moda, aunque sí la podría tener, y hasta de forma intensa, en los productos que se producen masivamente para atender grandes pedidos.
- 11) Ante lo expuesto en 9 y 10, la Secretaría de Economía (SE)- con el objetivo de poder enfrentar los retos que se han presentado en estos últimos años- ha desarrollado el Programa de competitividad para la cadena HTC (SE, 2005b:4) basándose en tres grandes puntos: 1) “la recuperación del mercado, interno y de exportación, 2) el desarrollo de “paquete completo”¹³; y 3) la adecuación de la normatividad que permita ejecutar las acciones de manera eficiente”¹⁴.

¹³De acuerdo a SE (2005a), tenemos que los medios para lograr el paquete completo son: a) formación y capacitación de recursos humanos. b) Impulso a la tecnología y la innovación. c) Adopción de tecnologías de la información. d) Mejoramiento de logística y e) Alianzas entre empresas de la cadena.

¹⁴Véase Anexo1. Metodologías, criterios y diversos aspectos teóricos, punto 1.2, para conocer los aspectos a favor y en contra que desde nuestra perspectiva tiene este programa de competitividad.

- 12) De acuerdo a diversos análisis hechos por la SE entre otras instancias (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002, MEXCOSTURA 2005, SE 2005b), existen aspectos a favor de la cadena HTC tales como la proximidad al mercado americano, la infraestructura de fibra y textil para realizar paquete completo y precios competitivos para algunas categorías de vestido que entran a Estados Unidos, sin embargo aún existen retos importantes. Entre dichos retos están los siguientes: el 58% del mercado nacional de prendas de vestir es abastecido por canales ilegales, un alto porcentaje de las exportaciones involucra operaciones de ensamble, las técnicas de diseño y mercadotecnia son subdesarrolladas, los costos de mano de obra y de operación son más altos que en Asia y por último, existen condiciones desfavorables de financiamiento que inhiben la inversión.
- 13) En este aspecto y dadas las tendencias anteriores, los costos por hora estándar permitida en la cadena HTC serán cruciales para poder mantener la competitividad perdida. Tenemos por ejemplo que, los costos en la industria de la confección en México (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002, Hightower 2004), al 2004 son más altos que en Asia y Centro y Sudamérica (véase cuadro 9 anexo). Por otro lado las prestaciones y los salarios son más del doble de aquéllos en Asia y África. Los costos de electricidad son más altos que en Asia. El agua es más cara, los precios del diesel son más altos que en China y África, las tasas de interés son más altas que en China, India y los países desarrollados.
- 14) Bajo este contexto, se percibe en la actualidad diversas amenazas (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002, SE 2004c, 2005b) para la cadena HTC: a) los precios puestos en Estados Unidos están perdiendo competitividad a medida que los impuestos y aranceles para otros países se reducen (caso Centroamericano y Chino), b) hay insuficiencia de programas de apoyo gubernamentales e incentivos a la inversión, c) en Estados Unidos existe un incremento de importaciones provenientes de Asia y d) se percibe un bajo nivel de inversión en la cadena mexicana y el aumento de la importación de prendas terminadas y disminución de la exportación de éstas.
- 15) Ante lo anterior (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002, MEXCOSTURA 2005, SE 2004c, 2005b) los retos que enfrenta la cadena HTC son: a) consolidar y aumentar la oferta del servicio de paquete completo para fortalecer la cadena HTC, b) mayor número de empresas que produzcan y exporten productos con mayor valor agregado (diseño y moda), c) reducir tiempos de respuesta en cotizaciones y desarrollo de contramuestras, etc., d) ingresar al mercado de la ICC¹⁵ como proveedor de insumos textiles, para aprovechar las ventajas arancelarias en Estados Unidos de prenda terminada.

¹⁵ ICC, se refiere a los países miembros de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe entre los que destacan Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, República Dominicana, entre otros (Dussel Peters 2004a).

Después de este análisis de las tendencias y retos que enfrenta la economía mexicana debemos preguntarnos ahora ¿cuál es el desempeño de las principales variables de la cadena HTC en el mercado interno?

2.2.2 Variables macroeconómicas relevantes

La cadena HTC tuvo comportamientos extraordinarios durante los primeros años después de la firma del TLCAN en sus principales variables macroeconómicas, sin embargo, dadas las tendencias anteriormente mencionadas, ésta se fue deteriorando hasta llegar a un estado de recesión durante 2000-2004. Así pues, la cadena HTC, ha tenido un proceso de crecimiento que se puede dividir en dos etapas: una positiva, que se da aproximadamente de 1996-2000 y la otra negativa que va del 2000 al 2004. Dada esta situación, en este apartado daremos una revisión estadística sobre el comportamiento de las principales variables económicas de la cadena HTC con base en diversas fuentes. Para analizar el comportamiento macroeconómico de la cadena en el ámbito nacional se realiza un estudio en base a la cadena HTC y sus segmentos *hilo, textil, confección y otros* (ya mencionados en la introducción) y por otro lado un análisis a nivel de *industria* de acuerdo a la clasificación de la CIIU (con datos del INEGI)¹⁶.

Cuadro 1. México: ventas y total de empresas de la cadena hilo-textil-confección (2005)
Valor de ventas anuales en miles de pesos, número de empresas y participación

Ventas en Miles de pesos	Total	Porcentaje
0-51	21339	63.37
51-100	4342	12.89
101-200	2523	7.49
201-500	1755	5.21
501-1000	1178	3.5
1001-3000	836	2.48
3001-6000	669	1.99
6001-12000	0	0
12,000-30,000	0	0
30,000-MAS	1030	3.06
Total general	33672	100

Fuente: SIEM (2005)

¹⁶ Este estudio forzosamente debe tener estos dos elementos de análisis ya que diversas variables de alta importancia para entender el desempeño de la cadena HTC provienen de las bases de INEGI y otros de fuentes como CANAINTEX y Kurt Salmon (2002) y el Sistema de Información Empresarial de México (SIEM 2005). Estas instituciones presentan datos tanto de empleo como de número y tipo de empresas, bajo la clasificación de la CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme). Esta clasificación, sin embargo, no es compatible con los datos que se realiza a nivel de comercio externo para la cadena HTC bajo el Sistema Armonizado. La razón de utilizar estas fuentes es que existen variables como tipo de insumos, formación bruta de capital, índice de precios, crédito, entre muchas otras, que están bajo la clasificación de la CIIU. Dado que dichas variables son elementales para entender la importancia de la cadena HTC en del mercado interno es que se ha optado por dicho análisis el cual siempre se referirá a la industria “Textiles, prendas de vestir e industria del cuero” en lugar de la cadena HTC. En algunos casos se incluirán datos únicamente para la industria Textiles y prendas de vestir sin incluir a la industria del cuero.

A nivel nacional los segmentos de mayor participación de la cadena HTC tanto en empleo, producción y comercio externo son los de confección y el textil. Esta producción se realiza en su mayoría en pequeños y medianos establecimientos (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002).

De acuerdo al Sistema de Información Empresarial de México¹⁷ (SIEM 2005), de un padrón de 82,762 empresas para el sector industrial de éstas la cadena HTC tiene registradas a finales del mes de marzo del 2005 un total de 33,672. De acuerdo a esta fuente la cadena HTC está conformada en su mayoría por empresas que no generan grandes montos de ventas, el 63.37% del total vende entre 0 y 51,000 pesos al año. Por otro lado, las empresas de mayor rango de ventas, de 30 millones de pesos anuales o más, únicamente participan con el 3.06% de los establecimientos (véase cuadro 1).

La gran mayoría de dichas empresas se concentra en el comercio al por menor de productos finales: comercio al por menor de ropa, comercio al por menor de artículos de mercería, sedería similares y comercio al por menor de tela casimires y blancos concentran más del 80% del total de las empresas en la cadena HTC bajo el padrón del SIEM (véase cuadro 3.a y 3.b del anexo de cuadros estadísticos). Por otro lado cabe resaltar que si bien dentro de estas ramas las empresas pueden variar en tamaño, la concentración está en su mayoría dentro de las empresas pequeñas y medianas, al igual que la generalidad del resto de las ramas (véase cuadro 3.b del anexo de cuadros estadísticos).

Por otro lado, tenemos que gran parte del mercado nacional está dominado por los vendedores al detalle¹⁸, como las tiendas departamentales, concentrando 41% del valor de las ventas de ropa. Éstas compiten en el mercado nacional con canales de distribución de ropa ilegales (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002) que participan con alrededor del 50% del mercado de venta de ropa¹⁹.

¹⁷ El SIEM está integrado principalmente por los datos de las empresas comerciales, industriales y de servicios, que han proporcionado información al SIEM. Este sistema cuenta con la información de 245 cámaras nacionales y la forma de registro de datos es directamente por internet, de forma diaria, de acuerdo a los datos proporcionados por las propias empresas del padrón de esta fuente de información. El universo total de registro de esta fuente son 840,131 unidades económicas. Existen 375,282 empresas actualizadas en promedio por año, lo que representa cerca de un 50% del universo total. Existen 557,282 empresas promedio en la base de consulta, lo que representa aproximadamente un 71% del universo total. De acuerdo a las estadísticas del total del padrón del siem la Industria participa con 82,762 empresas el sector comercio con 281,077 y el sector servicios con 156,434 (SIEM 2005).

¹⁸ El 70% de las compañías extranjeras dedicadas a las industrias de la confección en México son productores de ropa terminada, cuya capacidad en instalaciones puede ser fácilmente transferida a Centro América. El sector de la confección no ha desarrollado suficientemente su potencial de diseño y tiene técnicas poco sofisticadas de mercadotecnia de sus marcas líderes (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002).

¹⁹ De acuerdo a CANAINTEX y Kurt, Salmon (2002), las ventas totales de ropa en México se estiman en aproximadamente \$15,000 a \$17,000 millones de dólares, sin embargo se asume que más de la mitad de éstas se realiza mediante canales no autorizados o ilegales. Las ventas de ropa a través de comerciantes minoristas legales se estima en aproximadamente \$6,000 - \$8,000 millones de dólares y se encuentran concentradas en 9 empresas que suman 41% de las ventas legales: Liverpool/Fabricas, Suburbia, Sears, Palacio de Hierro, Wal -Mart/ Aurrera, Comercial Mexicana, Gigante, Zara y Aldo Conti.

En el aspecto territorial la cadena HTC tiene algunos de sus segmentos fuertemente concentrados a largo del territorio mexicano (CANAINTEX y Kurt Salmon 2002, Mexcostura 2005). En el textil, los territorios que concentran la producción al 2002 son: D.F. (18%), Estado de México (17%), Puebla (15%), Guanajuato (13%) y Jalisco (9%). Los mismos territorios tienen las siguientes participaciones en el segmento confección: el D.F. (19%), Estado de México (12%), Puebla (7%), Guanajuato (7%) y Jalisco (11%). En cuanto a la concentración del empleo tenemos que en el segmento textil, en el 2004, el 90% de éste se concentró en 10 Estados de la República Mexicana, destacando la participación del Estado de México, donde se ocupó la cuarta parte de los trabajadores. Por otra parte, en el 2004 en 11 estados del país se generó el 75% del empleo en el segmento de confección, registrándose en los tres primeros lugares a Coahuila, Distrito Federal y Estado de México (CANAINTEX 2005:8-9).

Desde la perspectiva de la dinámica de la industria *Textil y prendas de vestir e industria del cuero* para el período 1993-2004 indicamos el comportamiento de otras importantes variables (véase cuadro 2 y 3):

- 1) La tendencia del PIB textiles, prendas de vestir e industria del cuero, se divide en dos fases: durante 1996-2000 hay crecimiento y durante 2000-2004 decrecimiento. En este aspecto, la crisis de 1994 tuvo importantes repercusiones hasta 1995. Durante 1994-1995 el valor del PIB a precios constantes disminuyó en 6.31% y fue hasta 1996 que el sector se recupera (véase el cuadro 4 del Anexo estadístico). Su participación dentro del PIB, sin embargo, ha disminuido: durante 1988 el PIB de esta industria significaba 10.23% del PIB manufacturero mientras que en el 2004 fue de 6.27 por ciento. Sin embargo cabe resaltar que ya en el 2004 se presenta un repunte de esta industria - y del sector manufacturero en general - con una tasa de crecimiento de 3.9 por ciento.
- 2) Tenemos por otro lado, un proceso de disminución de la inversión en la industria: la inversión total bruta respecto al total de la producción de la industria textil, vestido y cuero en 1994 significaba 7.19%, mientras que en el 2002 representó el 3 por ciento. En cuanto a la inversión extranjera directa (IED) y únicamente para la industria textil, si bien a finales de la década de los noventa tenía crecimientos de dos dígitos, en estos últimos cuatro años ha tenido en promedio un comportamiento negativo. Durante 2003-2004 presenta una tasa de crecimiento de -54.6 por ciento y en valores tenemos de 411 millones de dólares que significaba en 1999, en el 2004 cae hasta 89 millones de dólares, es decir ahora equivale a la quinta parte de lo que representaba en 1999. Esto nos demuestra los problemas que ha tenido que enfrentar la cadena HTC en los últimos años con el cierre y salida de empresas extranjeras en nuestro país.
- 3) La tendencia del empleo es semejante a la del PIB: después del fuerte impacto de la crisis de 1994, reflejado en una tasa de crecimiento de -3.3% en el período 1993-1995, durante 1996-2000 hay un substancial crecimiento. Sin embargo este comportamiento se revierte dando lugar a la fase de decrecimiento durante 2000-2004. Mientras que durante 1996-2000 el empleo creció a una tasa promedio de 8.1%, durante 2000-2004 ésta fue de -6.6 por ciento. En términos absolutos, de un promedio de personal remunerado de 747,547 trabajadores en el 2000, éste baja hasta 569,000 en el 2004 (CANAINTEX 2005). Es decir, que durante el 2001- 2004 se perdió 24% del empleo que existía en el 2000 (véase Anexo de cuadros estadísticos, cuadro 4).

Cuadro 2. México: variables macroeconómicas seleccionadas de la cadena hilo-textil-confección (1988-2004)

Variables	1988	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1993-2004
PIB nacional (millones de pesos constantes de 1993)(tasa de crecimiento)	--	--	4.4	-6.2	5.2	6.8	5.0	3.8	6.6	0.0	0.8	1.4	4.2	2.8
PIB manufacturero (% del PIB)	21.92	17.51	17.25	19.06	19.58	19.39	19.48	19.25	18.46	17.75	17.06	16.30	16.42	17.87
PIB textiles, prendas de vestir e industria del cuero (% del PIB)	2.24	1.53	1.45	1.47	1.55	1.61	1.56	1.49	1.39	1.30	1.20	1.08	1.03	1.32
PIB textiles, prendas de vestir e industria del cuero (% del PIB manufacturero)	10.23	8.76	8.41	7.69	7.92	8.32	8.01	7.76	7.55	7.30	7.04	6.63	6.27	7.39
PIB textiles, prendas de vestir e industria del cuero (millones de pesos constantes de 1993) (tasa de crecimiento)	--	--	1.1	-6.3	15.7	10.5	3.9	3.1	5.4	-8.6	-5.8	-8.9	3.9	1.0
PIB manufacturero (tasa de crecimiento)	--	--	4.1	-4.9	10.8	9.9	7.4	4.2	6.9	-3.8	-0.7	-2.0	4.6	3.2
Productividad del sector Industria Textil y fabricación de prendas de vestir e industria del cuero (PIB \$ corr miles de pesos sobre num. de empleados)	--	37	41	56	71	83	91	97	102	108	121	127	138	93
Productividad del sector Industria Textil y fabricación de prendas de vestir e industria del cuero (PIB \$ const miles de pesos sobre num. De empleados)	--	37	39	38	38	38	37	35	35	35	36	35	38	39
FBKF textiles y del vestido (miles de pesos constantes a precios de comprador, 1993=100) (% la FBKF Total del sector manufacturero)	--	0.2	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	--	0.2
FBKF textiles y del vestido (miles de pesos constantes a precios de comprador, 1993=100) (tasa de crecimiento)	--	--	-1.8	-6.0	11.5	8.4	0.1	4.0	-1.1	-8.3	-2.2	-9.6	--	0.3
Inversión Bruta Manufactura (% respecto al Valor de la producción) , 205 clases	--	--	6.14	7.19	7.06	6.01	6.03	5.15	4.72	3.56	3.54	--	--	3.82
Inversión Bruta Textiles y vestir (% respecto al Valor de la producción)	--	--	4.94	12.33	9.40	8.99	7.33	6.33	5.85	3.86	2.97	--	--	5.14
IED industria manufacturera (tasa de crecimiento)	--	--	--	-21.7	-0.9	51.5	-29.3	74.4	5.6	-36.5	7.8	-22.4	63.5	2.9
IED industria textil (tasa de crecimiento)	--	--	--	--	--	--	--	29.8	-3.0	-46.7	60.9	-42.7	-54.6	-19.1
IED industria textil (% de la IED Manufacturera)	--	--	17.33	30.79	20.70	14.83	6.54	4.57	4.20	3.52	5.26	3.89	1.08	2.71
Exportaciones Totales (tasa de crec.)	--	--	-17.62	9.51	-19.02	-18.52	-12.32	-11.84	-18.57	3.60	-0.17	-1.10	-13.56	-87.38
Importaciones Totales (tasa de crec.)	--	--	20.54	50.43	37.06	44.60	13.33	16.54	11.38	-10.19	-1.23	-5.42	1.66	14.7
Exportaciones Hilo-Textil-Confección (tasa de crecimiento)	--	--	22.17	-7.09	32.03	31.62	18.43	17.77	2.74	-1.64	5.30	-3.91	-0.85	9.8
Importaciones Cadena Hilo-Textil-Confección (tasa de crecimiento)	--	4.19	4.30	4.95	5.62	7.07	7.52	7.53	6.89	6.50	6.33	5.84	5.17	6.19
Exportaciones Hilo-Textil-Confección (% del total de exportaciones)	--	4.90	4.93	5.02	5.36	5.75	5.97	6.20	5.19	5.29	5.56	5.28	4.53	5.34
Importaciones Cadena Hilo-Textil-Confección (% del total de importaciones)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Continuación del Cuadro 2

Variables	1988	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1993-2004
Ventas totales al mercado interior (% respecto al PIB textiles, p. vestir y cuero)	--	38.26	58.01	55.96	56.10	53.69	51.09	85.98	82.82	79.36	78.69	79.85	83.27	71.20
Importación de maquinaria textil (% del PIB textil, p. de vestir y cuero)	--	3.04	4.32	4.87	2.65	7.88	7.60	0.94	9.63	6.78	5.80	6.90	6.52	5.95
Índice nacional de precios al consumidor (Variación porcentual anual)	--	9.8	7.0	35.0	34.4	20.6	15.9	12.3	9.0	4.4	5.7	4.0	5	14
Índice nacional de precios al consumidor Textiles, prendas de vestir e ind. cuero (Variación porcentual anual)	--	8.5	5.0	27.2	36.9	23.1	16.4	13.8	8.2	3.6	1.4	-0.1	0.9	12
Crédito Bancario otorgado a la Industria Textil y del vestido (% del PIB textil, p. de vestir y cuero)	--	--	78.99	73.50	56.86	42.91	46.14	37.61	31.80	25.40	24.65	23.92	19.29	33.88
Crédito Bancario otorgado a la Industria Textil y del vestido (tasa de crecimiento)	--	--	--	21.57	12.50	-1.24	25.92	-6.80	-5.63	-21.49	-2.91	-3.92	-14.98	1.02
Crédito Bancario, Banca comercial (% del PIB textil, p. de vestir y cuero)	--	--	78.20	72.64	55.61	41.89	43.75	34.91	27.98	21.59	19.93	19.05	13.76	30.62
Crédito Bancario, Banca de desarrollo (% del PIB textil, p. de vestir y cuero)	--	--	0.80	0.87	1.24	1.02	2.39	2.70	3.82	3.81	4.72	4.88	5.53	3.26
Crédito Bancario otorgado a la Industria Textil y del vestido en moneda extranjera (% del PIB textil, p. de vestir y cuero)	--	--	48.16	50.69	35.81	27.25	30.77	23.28	21.47	17.21	16.50	15.89	11.78	22.05
Crédito en moneda extranjera otorgado por la Banca comercial (% del PIB textil, p. de vestir y cuero)	--	--	47.88	50.33	34.85	26.42	28.67	20.65	17.72	13.47	11.96	11.32	7.46	19.10
Crédito en moneda extranjera otorgado por la Banca de desarrollo (% del PIB textil, p. de vestir y cuero)	--	--	0.28	0.35	0.97	0.83	2.10	2.63	3.75	3.73	4.54	4.56	4.32	2.95
Crédito Bancario otorgado a la Industria Textil y del vestido a través de agencias de bancos mexicanos en el extranjero (% del PIB textil, p. de vestir y cuero)	--	--	18.12	13.99	9.94	7.53	5.24	5.44	5.55	5.22	4.97	4.52	3.32	5.93

Cuadro 3. México: empleo, salarios y otras variables relacionadas de la industria textil, del vestido y del cuero y la manufactura (1994-2004)

	Empleo total (tasa de crecimiento) a/	Empleo del sector manufacturero (tasa de crecimiento) a/	Empleo Manufacturero(205 clases de la industria manufacturera) (tasa de crecimiento) b/	Empleo textiles, prendas de vestir y cuero (tasa de crecimiento) a/	Empleo textiles, prendas de vestir y cuero (% del empleo manufacturero) a/	Empleo textiles, prendas de vestir excepto cuero (205 clases de la industria manufacturera) (tasa de crecimiento) b/
1994	2.58	-2.14	--	-3.57	15.36	--
1995	-2.91	-5.32	-8.07	-3.11	15.72	-13.37
1996	3.38	6.90	2.72	13.70	16.72	8.60
1997	3.81	8.77	5.94	13.15	17.39	9.24
1998	4.35	5.67	3.61	5.99	17.40	0.14
1999	2.41	3.86	1.12	7.15	18.00	-0.29
2000	2.06	4.82	1.43	6.15	18.22	1.32
2001	-0.57	-2.74	-4.32	-6.98	17.43	-10.36
2002	-0.88	-8.46	-5.16	-11.39	17.08	-10.71
2003	0.43	-3.32	-5.32	-6.74	16.9 d/	-12.18
2004	4.12	5.14	-0.41	-0.97	16.3 d/	-1.12
1994-2004	1.39	0.66	-0.94	0.90	17.02	-3.20

	Salarios Mínimos profesionales en actividades relacionadas con la industria textil y del vestido (pesos diarios) a/	Remuneraciones promedio en la industria manufacturera (pesos diarios por persona ocupada) a/	Remuneraciones promedio en la industria maquiladora de exportacion (pesos diarios por persona ocupada) a/	Remuneraciones medias Textiles y prendas de vestir (pesos diarios por persona ocupada) a/	Prestaciones total manufactura (pesos diarios por persona ocupada)a/	Prestaciones textiles y prendas de vestir (pesos diarios por persona ocupada)a/
1994	14	101	54	65	29	16
1995	17	119	68	70	35	18
1996	21	144	87	82	41	20
1997	24	173	107	98	48	24
1998	30	207	129	118	57	30
1999	32	244	154	139	65	33
2000	35	283	175	163	75	39
2001	38	321	204	181	87	43
2002	40	344	226	192	91	45
2003	42	364	236	201	95	48
2004	43	381	246	211	96	48
1994-2004	29	223	141	127	60	30

	Asegurados Nacional (%) c/	Asegurados Industrias de transformación (%) del total asegurados) c/	Asegurados Industria Textil y fabricación de prendas de vestir confeccionados con textiles y otro más (% del total asegurados) c/	Manufactura (horas-hombres trabajadas por semana) a/	Textiles y prendas de vestir (horas-hombres trabajadas por semana) a/
1994	100.00	28.72	3.95	46	43
1995	100.00	28.38	4.08	45	42
1996	100.00	29.40	4.62	45	44
1997	100.00	28.75	4.82	46	44
1998	100.00	29.14	5.26	46	44
1999	100.00	29.14	5.31	46	45
2000	100.00	28.86	5.30	46	45
2001	100.00	25.92	4.49	46	44
2002	100.00	24.74	4.25	46	44
2003	100.00	23.27	3.73	46	44
2004	100.00	22.87	3.50	46.3 p/	44
1994-2004	100.00	26.94	4.48	38	40

Notas:

a/ Fuente: elaboración propia con base en "La Industria Textil y del Vestido (1993-2005). Estudios Sectoriales y Encuesta Nacional de Empleo 2004 (INEGI).

b/ Fuente: elaboración propia con base en Encuesta Industrial Mensual, 205 clases (INEGI) (véase Anexo de cuadros estadísticos cuadro 4). En el caso del empleo de textiles, prendas de vestir excepto cuero, solamente incluye las clases 3211, 3212, 3213, 3214 y 3220. Véase anexo metodologías clasificación y competitividad de la Cadena HTC, 1.3 Clasificación de la Encuesta Industrial Mensual y Anual (205 clases). Encuesta Industrial Anual.

c/ Fuente: elaboración propia con base en www.imss.gob.mx

d/ Fuente: elaboración propia con base en "La Industria Textil y del Vestido 2005". Estudio Sectoriales, INEGI. Cuadro resumen 2003 y 2004.

4) Otro indicador importante de empleo es el número de asegurados de la industria textil, vestido y cuero, el cual durante 1994-2004 ha disminuido. Este indicador significó 3.95%

del total de asegurados del sector manufacturero en 1994 y en el 2004 sólo representa el 3.73 por ciento. En términos absolutos en el 2000 existía 807,831 asegurados de acuerdo al IMMS (2005) y para el 2004 éste número se redujo a 570,304 asegurado. Es decir, durante el 2000- 2004 se perdió el 29.4% del empleo asegurado. En este aspecto, y con base en la tendencia negativa del empleo total, cabe la hipótesis de que subsiste un fuerte aumento del empleo informal en el sector.

- 5) En cuanto al crédito bancario otorgado a la industria de textil y vestido tenemos también una disminución continua desde 1994 hasta el 2004. Mientras que en 1994 éste significaba el 78.9% del PIB de la industria, en el 2004 el porcentaje era de 19.29%. Cabe mencionar por otro lado que la mayor parte del crédito proviene de la banca comercial, sin embargo la banca de desarrollo ha venido cobrando importancia: mientras que en 1994 el porcentaje de participación del crédito de la banca de desarrollo otorgado no era mayor al 0.80% del crédito total obtenido por el sector, su participación ha aumentado hasta llegar a 5.53% en el 2004.

En lo que se refiere al comportamiento del sector externo, la cadena HTC ha tenido un papel muy importante en la dinámica de crecimiento de los niveles de exportaciones totales así como de las importaciones del país.

En cuanto al comportamiento a nivel de los principales capítulos²⁰, tenemos que durante 1994-2004 alrededor del 80% del valor de las exportaciones totales de México están concentradas en sólo 10 capítulos (véase cuadro 8 anexo). De éstos, los capítulos de mayor participación aportando alrededor del 55% del total exportado en el 2004 son los referidos a máquinas, aparatos y material eléctrico; reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; automóviles sus partes y accesorios, prendas y complementos de vestir y de punto y no de punto.

De éstos, tenemos que tomar en cuenta el papel que juegan dos capítulos precisos que son el *61 Prendas y complementos de vestir de punto* y *62 Prendas y complementos de vestir excepto los de punto*. Si bien su participación no es muy alta con respecto al total de las exportaciones - juntos suman alrededor del 4% para el 2004-, destacan enormemente debido a que contribuyeron de manera extraordinaria al crecimiento de las exportaciones. Ambos tuvieron una tasa promedio durante 1994-2004 de 26.4% y 17.4% respectivamente. Estos dos capítulos forman la mayor parte de la cadena HTC, de ahí la importancia de conocer más a fondo el comportamiento de esta cadena y la competencia que enfrenta en el mercado de Estados Unidos (véase cuadro 8, Anexo de cuadros estadísticos).

Cuadro 4. México: comercio externo de la cadena hilo-textil-confección (1994-2004) Millones de dólares

²⁰ De acuerdo a la clasificación internacional del Sistema Armonizado, la actividad económica se divide en un total de 99 capítulos, a dos dígitos, visite la página de la OMC www.wto.org para consultar esta clasificación.

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1990-2004
Exportaciones													
Valor (millones de dólares)													
Hilo	174	194	337	353	395	360	390	481	480	476	472	531	4,645
Textil	278	385	572	738	959	869	984	1,207	909	895	828	760	9,385
Confección	1,016	1,527	2,549	3,602	5,473	6,480	7,631	8,501	7,882	7,671	7,237	7,445	67,014
Otros	702	509	475	699	969	1,127	1,293	1,281	1,030	1,132	1,087	1,047	11,350
TOTAL	2,170	2,615	3,934	5,392	7,797	8,836	10,298	11,470	10,301	10,174	9,623	9,783	92,394
Participación (en porcentajes)													
Hilo	8.01	7.43	8.58	6.54	5.07	4.07	3.79	4.19	4.66	4.68	4.90	5.43	5.03
Textil	12.81	14.72	14.55	13.69	12.30	9.84	9.55	10.53	8.83	8.80	8.60	7.77	10.16
Confección	46.83	58.38	64.80	66.80	70.20	73.33	74.11	74.11	76.51	75.39	75.20	76.10	72.53
Otros	32.35	19.47	12.07	12.97	12.43	12.75	12.55	11.17	10.00	11.13	11.29	10.70	12.28
TOTAL	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Tasa de crecimiento anual													
Hilo	--	11.8	73.7	4.5	12.0	-8.9	8.4	23.2	-0.2	-1.0	-0.8	12.6	10.7
Textil	--	38.5	48.7	29.0	30.0	-9.3	13.1	22.7	-24.7	-1.5	-7.6	-8.2	9.6
Confección	--	50.3	67.0	41.3	51.9	18.4	17.8	11.4	-7.3	-2.7	-5.7	2.9	19.8
Otros	--	-27.5	-6.7	47.2	38.6	16.3	14.7	-0.9	-19.6	9.9	-4.0	-3.7	3.7
TOTAL	--	20.5	50.4	37.1	44.6	13.3	16.5	11.4	-10.2	-1.2	-5.4	1.7	14.7
Importaciones													
Valor (millones de dólares)													
Hilo	174	188	179	338	432	465	587	684	666	640	626	595	5,575
Textil	1,471	1,666	1,358	1,796	2,223	2,860	4,061	4,765	4,559	4,829	4,812	5,197	39,596
Confección	1,211	1,728	1,856	2,325	3,232	3,654	3,542	2,979	3,057	3,238	2,926	2,470	32,218
Otros	347	331	243	341	430	503	620	623	621	667	645	670	6,039
TOTAL	3,203	3,913	3,635	4,800	6,317	7,481	8,810	9,052	8,903	9,375	9,008	8,932	83,429
Participación (en porcentajes)													
Hilo	8.02	7.19	4.55	6.27	5.54	5.26	5.70	5.96	6.47	6.29	6.50	6.09	6.03
Textil	67.78	63.69	34.52	33.31	28.51	32.37	39.43	41.55	44.26	47.46	50.00	53.12	42.86
Confección	55.81	66.08	47.17	43.12	41.46	41.35	34.40	25.98	29.67	31.83	30.40	25.25	34.87
Otros	16.00	12.66	6.17	6.32	5.52	5.69	6.02	5.43	6.02	6.56	6.70	6.85	6.54
TOTAL	147.62	149.62	92.41	89.01	81.02	84.66	85.55	78.92	86.43	92.14	93.61	91.30	90.30
Tasa de crecimiento anual													
Hilo	--	8.1	-4.8	88.7	27.7	7.6	26.4	16.5	-2.6	-3.9	-2.3	-4.8	11.8
Textil	--	13.3	-18.5	32.3	23.7	28.7	42.0	17.4	-4.3	5.9	-0.4	8.0	12.2
Confección	--	42.7	7.4	25.3	39.0	13.0	-3.1	-15.9	2.6	5.9	-9.6	-15.6	6.7
Otros	--	-4.6	-26.7	40.4	26.3	16.8	23.4	0.4	-0.3	7.5	-3.4	3.9	6.2
TOTAL	--	22.2	-7.1	32.0	31.6	18.4	17.8	2.7	-1.6	5.3	-3.9	-0.9	9.8

Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

Además del impresionante crecimiento ya mencionado, México sostuvo una balanza comercial positiva durante 1993-2004 con el resto del mundo bajo la cadena HTC, siendo ésta de 851 millones de dólares en el 2004 (véase cuadro 4). Sin embargo, si bien el período 1993-

1999 fue de tendencia positiva para la cadena en general, hacia 2000-2004 la tendencia se vuelve negativa. Esta tendencia ha sido preocupante por el hecho de que se ha manifestado en la salida de empresas de inversión extranjera del país y en el cierre de empresas maquiladoras, sin embargo también se ha explicado que se debe en parte a la etapa recesiva de nuestro principal socio comercial Estados Unidos²¹.

Con base en el cuadro 4, podemos notar la fuerte especialización de la cadena en el segmento de *confección*. Con respecto al total de exportaciones de la cadena, este segmento participa con alrededor del 70% durante 1994-2004. En segunda importancia está el segmento de *otros* con un 13%, luego sigue el de textiles con el 10.16% y por último el de hilo con el 5.03%. En materia de importaciones el sector textil es el de mayor participación con un 42.86% y el de confección con el 34.86 por ciento. Estos datos muestran que si bien somos exportadores de bienes finales (confección), la masiva importación de textiles indica que aún no somos capaces de producir las telas y demás insumos del segmento textil dentro del país. La mayoría de los insumos para la confección provienen de Estados Unidos y aunado a ello cerca del noventa por ciento de las exportaciones de confección mexicanas se destinan al mismo vecino del norte (en el tercer capítulo se describe esta dependencia de la cadena con el mercado estadounidense).

En conclusión, con base en la explicación de la importancia de la cadena a nivel nacional y la observación de las tendencias actuales, veamos cuáles son las conclusiones a las que nos permite llegar este capítulo.

2.3 Conclusiones preliminares

En este capítulo se analizó en primer lugar la organización industrial mundial de la cadena HTC en el marco de los GCC, las tendencias y retos mundiales y en segundo lugar se estudió a la cadena a nivel nacional. Todo se hizo bajo un análisis que aterrizó en el conocimiento de la cadena dentro del territorio mexicano y buscó resaltar la importancia de los retos que tiene de la cadena mexicana en el mercado estadounidense ante otros competidores.

Con base en este análisis, pudimos observar que la cadena HTC a nivel mundial está transitando por un proceso de alta competencia entre países emergentes y en desarrollo. Esta competencia ha determinado que países latinoamericanos y asiáticos jueguen un papel crucial dentro de la cadena a nivel mundial. Dentro de ellos, nuestro país atraviesa por una situación preocupante la cual hemos explicado a lo largo del capítulo e intentaremos resumir en este apartado.

²¹ De acuerdo a diversas fuentes, otras de las razones de la etapa recesiva de México es debido al efecto de la entrada de China a la OMC y la conversión de la misma en el primer socio comercial de Estados Unidos ha sido enmarcada dentro de una de las razones por la cual la economía mexicana ha perdido dinamismo en el comercio externo de la cadena HTC. Esto es debido a las condiciones que ofrece el mercado chino, como lo son la mano de obra comparativamente menor a la de México y costos de servicios públicos menores entre muchos otros factores, lo cual significa un reto importante para nuestro país (Dussel 2004a, Jo Foo y Fortunato Bas 2005).

- 1) En primer lugar, decimos que a mediados de la década de los noventa México obtuvo una importante oportunidad para poder penetrar el mercado estadounidense con la ventaja del TLCAN.
- 2) Esta ventaja sin embargo no fue duradera. La pérdida de competitividad de la cadena HTC en los últimos años en México y sobre todo entre 2001-2004, pone en duda que las ventajas comparativas que México tiene con Estados Unidos puedan seguir siendo suficientes en el mediano plazo para mantenerse como un competidor fuerte en la cadena dentro de aquél mercado.
- 3) La cadena HTC mexicana a su vez está fuertemente concentrada en el mercado estadounidense, ya que alrededor del noventa por ciento de las exportaciones de la cadena se destinan a dicho país (véase capítulo tercero). Siendo que el sector externo juega actualmente un papel muy importante para la economía mexicana y que la cadena HTC ha sido un motor de crecimiento de sus exportaciones desde 1994 hasta hace cuatro años, es que se vuelve necesario buscar respuestas y propuestas que logren impactos positivos en el crecimiento de variables de esta cadena en el mercado exterior.
- 4) Entre las causas externas de la pérdida de competitividad en el mercado del norte están: el aumento de la competencia internacional, la terminación del ATV, el ingreso de China a la OMC, el otorgamiento de preferencias unilaterales de Estados Unidos a países de la Caribbean Basin Initiative (CBI), África subsahariana y Pacto Andino, así como la recesión económica de Estados Unidos. De todas estas, el papel de China bajo las nuevas reglas comerciales ha sido una circunstancia inoportuna, pero que sin duda alguna ya se esperaba, y sumamente preocupante para las exportaciones mexicanas de la cadena en el mercado estadounidense.
- 5) Por otro lado, tenemos además problemas internos sin resolver: 1) el estancamiento en un modelo emergente y en transición a la consolidación del paquete completo junto a la contratación de mano de obra nacional con insumos, equipo y diseño importado, 2) el alto nivel de contenido estadounidense en las prendas mexicanas impulsado por los procesos de producción compartida, 3) la carencia de infraestructura necesaria para proporcionar los insumos a los procesos de paquete completo de prendas de ropa estándar, 3) falta de nichos de producción y comercialización basados en la relación con las grandes empresas y 4) la subcapitalización y atraso tecnológico de las empresas textiles. Lo anterior ha originado ineficiencia y baja calidad en los bienes finales, alta dependencia por las importaciones, incapacidad de seguir escalando a procesos de mayor valor agregado y en general, falta de desarrollo endógeno.
- 6) Las consecuencias de la anterior situación se reflejan en la fase de crisis que está viviendo la cadena en los últimos cuatro años. Las variables analizadas en este

capítulo muestran que el dinamismo macroeconómico y competitividad de la cadena HTC mexicana, obtenidos durante los primeros años de la década de los noventa, se han invertido durante 2001-2004. El empleo y la inversión en textiles han disminuido, la industria continúa teniendo poco tamaño o escala, además existen muy bajos niveles de crédito bancario y un claro deterioro en las variables comerciales. Durante estos años disminuyó la tasa de crecimiento de las exportaciones de la cadena HTC y también la participación en el total de las importaciones de Estados Unidos, su principal socio comercial y casi único mercado para la cadena. Esta situación es en gran parte debido a la competencia con China.

- 7) La cadena HTC mexicana sufre asimismo otro problema en su comercio: alrededor del ochenta por ciento de las exportaciones de la cadena pertenecen a productos de la confección y al mismo tiempo se ha mantenido un alto nivel de importaciones textiles. Esta estructura comercial indica que hemos sido incapaces de generar los encadenamientos productivos necesarios para producir nuestros propios textiles a precios competitivos y por lo tanto se están comprando al extranjero.
- 8) En este contexto, la Secretaría de Economía atribuye este declive a la fuerte orientación de la producción en productos básicos, al aumento de importación de prendas terminadas y la disminución de la exportación de éstas y al incremento de importaciones provenientes de Asia en Estados Unidos. La SE ante estos retos y los que ya se han mencionado a lo largo de este capítulo (SE 2005b) utilizará las ventajas de la cadena mexicana para aumentar la oferta del paquete completo, luchará por la creación de mayor número de empresas que produzcan y exporten productos con mayor valor agregado y además buscará el ingreso de México al mercado de la ICC como proveedor de insumos textiles, para aprovechar las ventajas arancelarias.
- 9) Por último únicamente nos queda decir que es necesario no retardar aún más las estrategias económicas e institucionales necesarias para que la cadena HTC supere la crisis en el que se encuentra. En este aspecto, un análisis concienzudo de la cadena bajo sus distintos segmentos a nivel comercial, sus encadenamientos territoriales y la organización industrial nacional, son acciones necesarias para poder llevar a cabo una mejor política de competitividad. Así pues, el siguiente capítulo nos permitirá colaborar en este esfuerzo.

3. RELACIÓN COMERCIAL DE MÉXICO Y CHINA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA CADENA HTC (1990-2004)

Con base en el análisis teórico y estadístico de la cadena HTC y su papel dentro de los GCC a lo largo de los capítulos anteriores, podemos finalmente desarrollar en este capítulo el análisis de la competencia comercial entre México y China en Estados Unidos en la cadena HTC.

Siendo que China se ha convertido en el primer socio comercial de Estados Unidos en la cadena HTC durante 2001-2004, es central para nuestro estudio analizar el tipo de competencia que se está llevando a cabo en el mercado estadounidense y los retos que enfrenta nuestro país. Por esta razón y dada la importancia del sector externo para nuestra economía es que el siguiente apartado dedica un análisis completo al tema central de esta investigación: la relación comercial de China y México en el mercado de Estados Unidos en la cadena HTC.

Este capítulo analiza la estructura del comercio total de México bajo la cadena HTC, la competencia comercial a nivel de países dentro del mercado de Estados Unidos bajo la misma cadena y la relación comercial de México y China con Estados Unidos a nivel de cadena, segmentos y productos. Este desglose es importante dado que no es lo mismo hablar de la cadena global o del segmento confección o el textil, o de productos, como ya lo mencionamos en el capítulo primero.

El análisis se basará principalmente en datos del valor de las importaciones de Estados Unidos en los distintos niveles de desagregación anteriormente mencionados y la tasa arancelaria aplicada a la misma variable pero únicamente a nivel agregado. El análisis comprenderá adicionalmente datos a nivel de principales puertos de entrada, esto para dar una idea de la participación del comercio mexicano y chino a

nivel regional en aquél mercado. Por último se presentarán las conclusiones preliminares del capítulo.

En este estudio se utiliza el anexo de datos de Dussel Peters (2004a). Éste contiene dos grandes bases que son: 1) las importaciones totales de Estados Unidos para la cadena HTC, sus segmentos y productos con base en la United States International Trade Commission (USITC)¹; y 2) la base de datos del comercio total de México de la cadena HTC obtenida del programa SIC-M de BANCOMEXT (2004).

Cabe resaltar que los cuadros que contienen datos con base en el SIC-M de BANCOMEXT (2004) son los cuadros 4 y 5 y el resto se elaboraron con base en el USITC. Así pues, también es preciso aclarar que existen diferencias entre ambas fuentes. De acuerdo al SIC-M, México importa alrededor de seis veces más de Estados Unidos de lo que el USITC declara como exportaciones de Estados Unidos a México. Esto implica que el saldo comercial, de acuerdo a lo estimado con los datos de México, se pudiera convertir en deficitario debido a las grandes importaciones textiles mexicanas (véase cuadro 5 y 9).

¹ La clasificación de la cadena HTC se basa en cuatro segmentos (entre paréntesis se presenta el término en inglés): hilo (yarn), textil (fabric), confección (apparel) y otros (made up), se clasificaron así de acuerdo al Departamento de Comercio de Estados Unidos (U.S. Department of Commerce). Este departamento, a través de su Oficina de Textiles y Confección (Office of Textiles and Apparel, otexa, <http://otexa.ita.doc.gov/>), ha elaborado una selección de 3,228 productos, a diez dígitos del Sistema Armonizado, que componen la cadena hilo-textil-confección (Dussel Peters 2004a, USITC 2004)

3.1 Competencia en la cadena total

Como lo mencionamos en el capítulo anterior, México ha tenido como principal socio comercial y mercado de la cadena HTC a Estados Unidos (EU) durante 1990-2004. Así pues, con la finalidad de conocer las características principales del comercio entre ambos países y sus tendencias generales hemos resaltado los siguientes puntos:

- 1) Desde la perspectiva de las exportaciones totales mexicanas de la cadena HTC (véase cuadro 5), el 92.1% de éstas se destinan a Estados Unidos presentando un monto de 9,139 millones de dólares en el 2004. En el caso de las importaciones, la dependencia de México con el mercado estadounidense es menor pero no menos apreciable ya que en el 2004 el 67.18% de las importaciones totales de la cadena provienen de Estados Unidos, es decir, 6,001 millones de dólares. Esto implica que tengamos una balanza comercial positiva con este país de 3,138 millones de dólares.
- 2) Por otro lado, si bien es claro que países como China y la Región Administrativa de Hong Kong están tomando un papel muy importante en las relaciones comerciales de México bajo la cadena HTC (importamos de China 30 veces más de lo que exportamos de acuerdo a fuentes mexicanas)², en cuestiones de dependencia la que nuestro país tiene con el vecino del norte es impresionante y casi imposible de disolver dada la estructura que hemos mantenido desde al menos la firma del TLCAN (véase cuadro 5).
- 3) Con respecto al análisis de la estructura importadora de nuestro principal socio comercial durante 1994-2004 (véase cuadro 6), tenemos que éste importó en el 2004 un total de 82,519 millones de dólares bajo la cadena HTC³. En el mismo año tenemos como primer importador a China, el cual participó con el 17.36% del total de las importaciones estadounidenses y mantiene una importante diferencia con respecto al resto de los competidores. En cuanto a los otros tres principales socios tenemos que para el caso de México en el 2004 su participación es de 9.41% (ó 7,769 millones de dólares). Para ese mismo año Centroamérica ocupa el tercer lugar y presenta un monto de 7,269 millones de dólares y por último tenemos a Hong Kong el cual participa con el 4.79% del total importado por Estados Unidos en el año de estudio.

² De acuerdo a Dussel Peters (2005b), las estadísticas china y mexicana son muy dispares, puesto que mientras México dice que para el 2004 exporta a China una cantidad de 474 millones de dólares mientras que China reporta que las importaciones provenientes de México son de 2,132 millones de dólares, es decir un monto cinco veces mayor. Las importaciones mexicanas provenientes de China son de 14,481 mientras que China reporta que exporta a México 4,978 millones de dólares. Es decir, que de acuerdo a China nosotros le exportamos dos veces más de lo que ella nos exporta a nosotros y no el múltiplo de 30 veces como lo supondríamos bajo las estadísticas mexicanas.

³ Este análisis se hará con respecto a la competencia con otros países en el mercado de Estados Unidos siguiendo como base los datos de la United States International Trade Commission (USITC) de la base de datos de Dussel Peters (2004a).

Cuadro 5. México: comercio de la cadena HTC por países seleccionados (1993-2004)

		1993	2000	2001	2002	2003	2004	1990-2004
		EXPORTACIONES						
		Valor (millones de dólares)						
Lugar								
1	Estados Unidos	1,945	10,568	9,521	9,434	9,108	9,139	85,090
9	Hong Kong	2	12	20	23	22	25	215
31	China	0	0	5	3	2	2	12
	Total general	2,170	11,470	10,301	10,174	9,623	9,783	92,394
		Participación (en porcentajes)						
1	Estados Unidos	89.63	92.14	92.42	92.73	94.64	93.42	92.10
9	Hong Kong	0.10	0.10	0.19	0.23	0.22	0.26	0.23
31	China	0.00	0.00	0.04	0.03	0.02	0.02	0.01
	Total general	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		Tasa de crecimiento anual						
1	Estados Unidos	--	11.4	-9.9	-0.9	-3.5	0.3	15.1
9	Hong Kong	--	-51.9	63.5	18.7	-7.2	16.9	24.9
31	China	--	240.7	1,568.0	-40.9	-34.1	-14.1	221.5
	Total general	--	11.4	-10.2	-1.2	-5.4	1.7	14.7
		IMPORTACIONES						
		Valor (millones de dólares)						
1	Estados Unidos	2,199	7,134	6,801	6,896	6,378	6,001	64,664
2	China	67	203	231	382	413	626	2,236
3	Hong Kong	191	176	180	248	304	163	1,635
	Total general	3,203	9,052	8,903	9,375	9,008	8,932	83,429
		Participación (en porcentajes)						
1	Estados Unidos	68.67	78.81	76.39	73.56	70.81	67.18	77.51
2	China	2.09	2.24	2.60	4.07	4.58	7.01	2.68
3	Hong Kong	5.97	1.95	2.02	2.64	3.38	1.82	1.96
	Total general	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		Tasa de crecimiento anual						
1	Estados Unidos	--	-4.1	-4.7	1.4	-7.5	-5.9	9.6
2	China	--	111.3	14.1	65.0	8.1	51.7	22.5
3	Hong Kong	--	128.0	2.1	37.9	22.7	-46.5	-1.5
	Total general	--	2.7	-1.6	5.3	-3.9	-0.9	9.8

Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

a/ Lugar que ocupan es de acuerdo al 2004

- 4) Deteniéndonos en el caso de México, tenemos que hasta 1998 las ventajas obtenidas gracias al TLCAN se reflejaron en el espectacular desempeño de las exportaciones de esta cadena a Estados Unidos, sin embargo, durante 2001-2004 se presentó una situación crítica. México ocupó su máximo nivel dentro de las importaciones de la cadena HTC en Estados Unidos en el 2000 alcanzando 9,470 millones de dólares, a partir de ahí la tendencia fue desastrosa. Mientras que México caía, China pasó paulatinamente del segundo al primer lugar en las importaciones estadounidenses. China sumó un monto de 14,329 millones de dólares en el 2004, es decir, 1.84 veces el valor de México en el mismo año, casi lo doble.

**Cuadro 6. Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC (1990-2004)
Primeros 10 países según su participación en 2002**

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	1990-2004
	Valor (millones de dólares)							
1 China	2,278	4,465	6,433	6,536	8,744	11,608	14,329	88,975
2 México	538	2,813	9,470	8,945	8,620	7,941	7,769	75,805
3 Centroamérica	637	2,977	6,615	6,819	6,987	7,117	7,269	63,881
Honduras (7)	103	901	2,364	2,378	2,445	2,507	2,525	21,621
El Salvador (16)	62	587	1,634	1,667	1,709	1,758	1,671	14,338
Guatemala (18)	189	683	1,476	1,621	1,670	1,774	1,958	15,376
Costa Rica (24)	283	731	804	773	730	594	522	9,368
Nicaragua (29)	0	74	337	380	433	484	593	3,179
4 Hong Kong	3,178	4,243	4,699	4,403	4,032	3,818	3,956	59,916
5 Canadá	323	1,220	3,074	3,162	3,199	3,118	3,061	28,529
6 India	678	1,567	2,683	2,633	2,993	3,212	3,625	29,853
7 Corea del Sur	1,963	1,865	3,030	2,932	2,881	2,568	2,567	34,769
8 Indonesia	621	1,288	2,369	2,554	2,329	2,376	2,612	24,875
9 Taiwán	2,253	2,300	2,722	2,476	2,207	2,185	2,098	36,054
10 Tailandia	478	1,306	2,437	2,441	2,203	2,072	2,175	23,444
Total importado por Estados Unidos	21,458	40,052	70,183	70,354	72,184	77,436	82,519	761,733
	Participación (en porcentajes)							
1 China	10.62	11.15	9.17	9.29	12.11	14.99	17.36	11.68
2 México	2.51	7.02	13.49	12.71	11.94	10.25	9.41	9.95
3 Centroamérica	2.97	7.43	9.43	9.69	9.68	9.19	8.81	8.39
Honduras (7)	0.48	2.25	3.37	3.38	3.39	3.24	3.06	2.84
El Salvador (16)	0.29	1.47	2.33	2.37	2.37	2.27	2.03	1.88
Guatemala (18)	0.88	1.71	2.10	2.30	2.31	2.29	2.37	2.02
Costa Rica (24)	1.32	1.83	1.15	1.10	1.01	0.77	0.63	1.23
Nicaragua (29)	0.00	0.18	0.48	0.54	0.60	0.62	0.72	0.42
4 Hong Kong	14.81	10.59	6.70	6.26	5.59	4.93	4.79	7.87
5 Canadá	1.50	3.05	4.38	4.50	4.43	4.03	3.71	3.75
6 India	3.16	3.91	3.82	3.74	4.15	4.15	4.39	3.92
7 Corea del Sur	9.15	4.66	4.32	4.17	3.99	3.32	3.11	4.56
8 Indonesia	2.89	3.22	3.38	3.63	3.23	3.07	3.17	3.27
9 Taiwán	10.50	5.74	3.88	3.52	3.06	2.82	2.54	4.73
10 Tailandia	2.23	3.26	3.47	3.47	3.05	2.68	2.64	3.08
Total importado por Estados Unidos	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	Tasa de crecimiento anual							
1 China	-	24.2	6.7	1.6	33.8	32.8	23.4	14.0
2 México	-	79.0	12.5	-5.5	-3.6	-7.9	-2.2	21.0
3 Centroamérica	-	41.8	13.3	3.1	2.5	1.9	2.1	19.0
Honduras (7)	-	60.1	9.3	0.6	2.8	2.6	0.7	25.7
El Salvador (16)	-	53.7	19.9	2.0	2.5	2.8	-4.9	26.5
Guatemala (18)	-	15.9	20.1	9.8	3.0	6.2	10.4	18.2
Costa Rica (24)	-	36.3	0.0	-3.8	-5.6	-18.6	-12.2	4.5
Nicaragua (29)	-	160.4	21.7	12.7	13.9	11.7	22.6	99.0
4 Hong Kong	-	7.7	5.8	-6.3	-8.4	-5.3	3.6	1.6
5 Canadá	-	34.1	14.1	2.9	1.2	-2.5	-1.8	17.4
6 India	-	13.1	14.8	-1.9	13.6	7.3	12.8	12.7
7 Corea del Sur	-	-3.7	6.8	-3.3	-1.7	-10.9	0.0	1.9
8 Indonesia	-	18.9	21.6	7.8	-8.8	2.0	9.9	10.8
9 Taiwán	-	0.8	3.5	-9.1	-10.8	-1.0	-4.0	-0.5
10 Tailandia	-	23.9	17.6	0.2	-9.7	-6.0	5.0	11.4
Total importado por Estados Unidos	-	20.8	13.2	0.2	2.6	7.3	6.6	10.1

Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a).

a/ Entre paréntesis aparece la posición para el año 2002 de los países centroamericanos.

5) El desplazamiento mencionado en el inciso anterior ha sucedido a pesar de las pequeñas tasas arancelarias pagadas por el país asiático a comparación de México en el mercado estadounidense (véase cuadro 7). China logró su posición a pesar de tener que pagar una tasa arancelaria de 13.37% promedio durante 1990-2004 (tasa que inclusive está por encima de la tasa arancelaria promedio que cobra Estados Unidos al total importado del mundo la cual es de 12.50%). A México, por otro lado, se aplica una tasa arancelaria de apenas el 1.33% promedio en 1990-2004. La tasa mexicana ha sido resultado de la eliminación gradual de aranceles de la que ha sido beneficiario nuestro país a partir de la firma del TLCAN. Esto indica que ni siquiera el TLCAN será una ventaja absoluta para que México pueda seguir manteniendo una competencia duradera dentro del mercado estadounidense.

Cuadro 7. Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC (1990-2004)
Países seleccionados
(tasa arancelaria pagada)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1990-2004
	Tasa arancelaria pagada (en porcentajes)															
1 China	17.25	16.54	15.54	15.23	15.21	13.87	13.96	13.85	13.79	13.85	13.37	13.65	12.79	11.88	11.38	13.37
2 México	18.12	18.01	11.31	7.23	5.70	2.07	1.30	1.10	0.88	0.38	0.39	0.44	0.79	0.66	0.59	1.33
3 Centroamérica	18.93	19.20	13.36	10.16	10.16	9.25	9.07	8.94	9.06	9.15	9.97	6.91	6.08	6.09	6.27	8.36
4 Hong Kong	18.80	18.58	18.03	17.55	17.51	17.21	17.19	17.58	17.28	17.00	16.60	16.78	17.38	17.46	17.31	17.43
Total de Estados Unidos	18.64	18.15	16.55	15.34	14.93	13.52	12.88	12.43	12.10	11.82	11.84	11.28	11.00	10.88	10.61	12.50

Tasa arancelaria = Valor del impuesto arancelario / Valor del total de las importaciones

Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

6) Como punto final debemos decir que México ha sufrido el desplazamiento dentro del mercado estadounidense con el acompañamiento de tasas negativas (véase cuadro 6). Durante 1990-1999 la tasa de crecimiento promedio anual (tcpa) de las importaciones de Estados Unidos provenientes de México fue de 33.2%, sin embargo en el período 2000-2004 la tcpa fue de -4.8%. Mientras tanto, China tuvo un crecimiento de 21.7 y 22.2 por ciento en los mismos períodos (este último porcentaje sobre todo influenciado por el magnífico crecimiento de 2003-2004).

Como pudimos ver a lo largo de este apartado la cadena HTC mexicana está fuertemente competida en el mercado de Estados Unidos por China y hemos descubierto que en el agregado total de la cadena México ha sido desplazado. Ahora bien, ¿qué es lo que ha pasado a nivel de segmentos en esta competencia entre China y México en el mercado estadounidense?

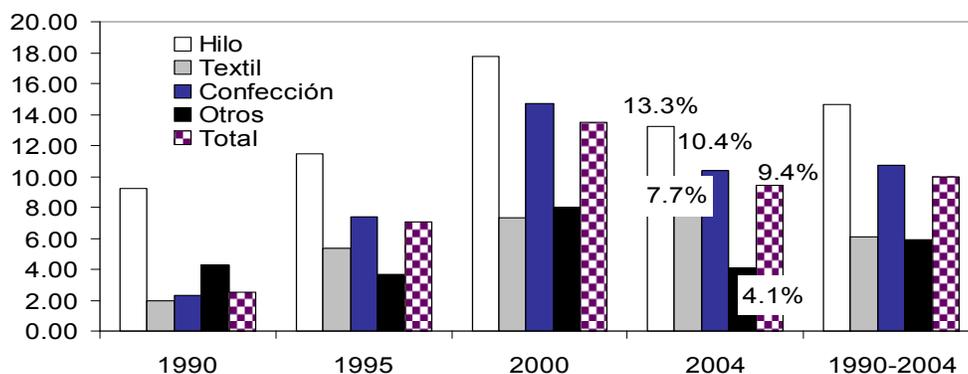
3.2 Competencia por segmentos

A partir de los datos presentados en el apartado anterior debemos preguntarnos ahora ¿cuál es la tendencia del comercio de México y China en la cadena HTC a nivel de segmentos durante 1990-2004 dentro del mercado de Estados Unidos? ¿competimos contra China en los mismos segmentos dentro del mercado estadounidense bajo la cadena HTC?

3.2.1 Segmentos de Estados Unidos: participación china y mexicana

Primeramente conoceremos la estructura importadora por segmentos estadounidense bajo la cadena HTC. Esto nos ayudará a entender la demanda total que Estados Unidos hace de la cadena y cuáles segmentos son en los que México y China participan. En primer lugar tenemos que para el 2004 el total de importaciones que Estados Unidos en la cadena es de 82,519 millones de dólares. De este monto, alrededor del 78% corresponde al segmento de confección, 13.6% al de otros y 6.8% a textiles y 2% a hilo (véase cuadro 8).

Gráfico 1. Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de México (1990-2004)
Participación porcentual de México (EU=100)



Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

De este total de la cadena HTC, y con lo que respecta a nuestros dos países competidores de interés tenemos los siguientes comportamientos:

- 1) En primer lugar tenemos que el 9.4% del total de importaciones de la cadena de Estados Unidos provino de México (gráfico 1). En cuanto a las participaciones por segmentos, tenemos que en el 2004 del total de las importaciones de EU de hilo el 13.3% proviene de México, mientras para el caso de confección y textil son el 10.4 y 7.7 por ciento respectivamente. En el caso del segmento otros, la participación de México es de 4.1 por ciento de las importaciones totales de dicho segmento de Estados Unidos.

**Cuadro 8. Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC (1990-2004)
Por segmentos y países según su participación en 2004 a/**

	1990	2000	2001	2002	2003	2004	1990-2004
Total (millones de dólares)							
Hilo	361	1,404	1,293	1,304	1,310	1,648	14,516
Textil	2,077	5,454	5,087	5,492	5,407	5,618	60,843
Confección	17,635	56,219	56,576	56,968	61,165	64,070	612,268
Otros	1,385	7,107	7,398	8,421	9,554	11,183	74,105
Total EU	21,458	70,183	70,354	72,184	77,436	82,519	761,733
Participación porcentual							
Hilo	1.68	2.00	1.84	1.81	1.69	2.00	1.91
Textil	9.68	7.77	7.23	7.61	6.98	6.81	7.99
Confección	82.18	80.10	80.42	78.92	78.99	77.64	80.38
Otros	6.45	10.13	10.51	11.67	12.34	13.55	9.73
Total EU	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Hilo (millones de dólares)							
1 Canadá	56	387	370	384	371	418	3,811
2 México	33	250	226	214	213	218	2,121
15 China	6	13	11	15	13	24	159
Total hilo de EU	361	1,404	1,293	1,304	1,310	1,648	14,516
Participación porcentual							
1 Canadá	15.54	27.56	28.58	29.48	28.33	25.36	26.25
2 México	9.19	17.79	17.50	16.40	16.23	13.25	14.61
15 China	1.56	0.95	0.82	1.13	1.01	1.43	1.09
Total hilo de EU	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Textiles (millones de dólares)							
1 Canadá	116	844	856	814	830	783	7,812
2 Corea del Sur	172	635	608	657	613	634	6,320
3 China	182	324	268	396	454	551	4,260
4 México	40	398	376	430	392	435	3,723
5 Taiwán	182	411	398	462	409	392	4,906
Total textil de EU	2,077	5,454	5,087	5,492	5,407	5,618	60,843
Participación porcentual							
1 Canadá	5.60	15.47	16.83	14.81	15.35	13.93	12.84
2 Corea del Sur	8.30	11.64	11.95	11.96	11.33	11.28	10.39
3 China	8.77	5.95	5.26	7.21	8.40	9.80	7.00
4 México	1.95	7.30	7.39	7.83	7.25	7.74	6.12
5 Taiwán	8.76	7.53	7.82	8.41	7.56	6.97	8.06
Total textil de EU	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Confección (millones de dólares)							
1 China	1,773	4,477	4,602	5,594	7,258	8,769	62,090
2 Centroamérica	598	6,555	6,767	6,933	7,058	7,207	63,149
3 México	405	8,256	7,811	7,425	6,904	6,662	65,608
Total confección de EU	17,635	56,219	56,576	56,968	61,165	64,070	612,268
Participación porcentual							
1 China	10.05	7.96	8.13	9.82	11.87	13.69	10.14
2 Centroamérica	3.39	11.66	11.96	12.17	11.54	11.25	10.31
3 México	2.30	14.68	13.81	13.03	11.29	10.40	10.72
Total confección de EU	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Otros (millones de dólares)							
1 China	317	1,618	1,656	2,739	3,883	4,985	22,467
2 India	85	763	797	959	1,070	1,266	7,796
3 Pakistán	58	553	664	676	783	899	5,425
4 México	59	566	531	551	432	454	4,353
Total otros de EU	1,385	7,107	7,398	8,421	9,554	11,183	74,105
Participación porcentual							
1 China	22.93	22.77	22.38	32.53	40.64	44.58	30.32
2 India	6.17	10.74	10.77	11.39	11.20	11.32	10.52
3 Pakistán	4.20	7.79	8.98	8.03	8.20	8.04	7.32
4 México	4.29	7.97	7.18	6.54	4.53	4.06	5.87
Total otros de EU	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

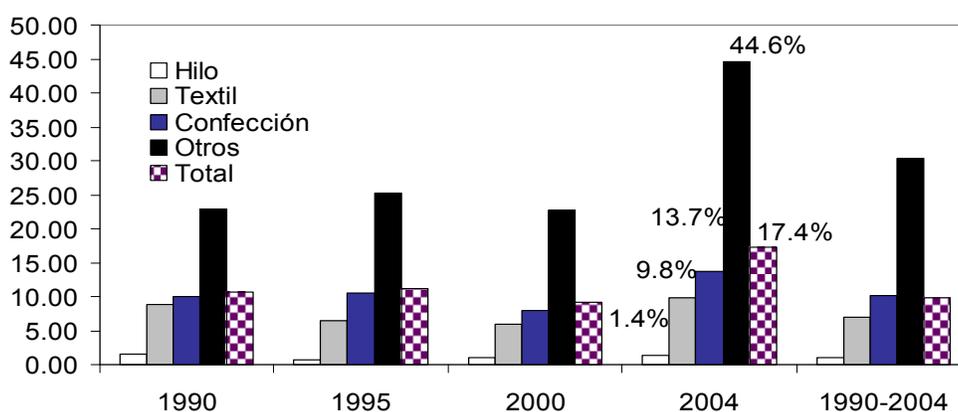
Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

a/ A la izquierda de cada país aparece la posición que ocuparon en el 2004

- 2) En segundo lugar, del total de las importaciones de Estados Unidos para la cadena HTC 17.4% provino de China (véase gráfico 2). En cuanto a las participaciones por

segmentos, tenemos que en el 2004 del total de las importaciones del segmento otros que EU hace del mundo 44.6% proviene de China, mientras que para el caso de confección y textil Estados Unidos obtuvo de este país 13.7 y 9.8 por ciento en el mismo año. Cabe destacar que de los segmentos chinos el de hilo es el que menor importancia tiene para Estados Unidos, pues en 2004 importó de China 1.4 por ciento y el resto lo obtiene de otros mercados.

**Gráfico 2. Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de China (1990-2004)
Participación porcentual de China (EU=100)**



Fuente: elaboración propia con base en Dosel Peters (2004a)

En general podemos resaltar varios puntos con base en la información desarrollada en los incisos anteriores (véase cuadro 8).

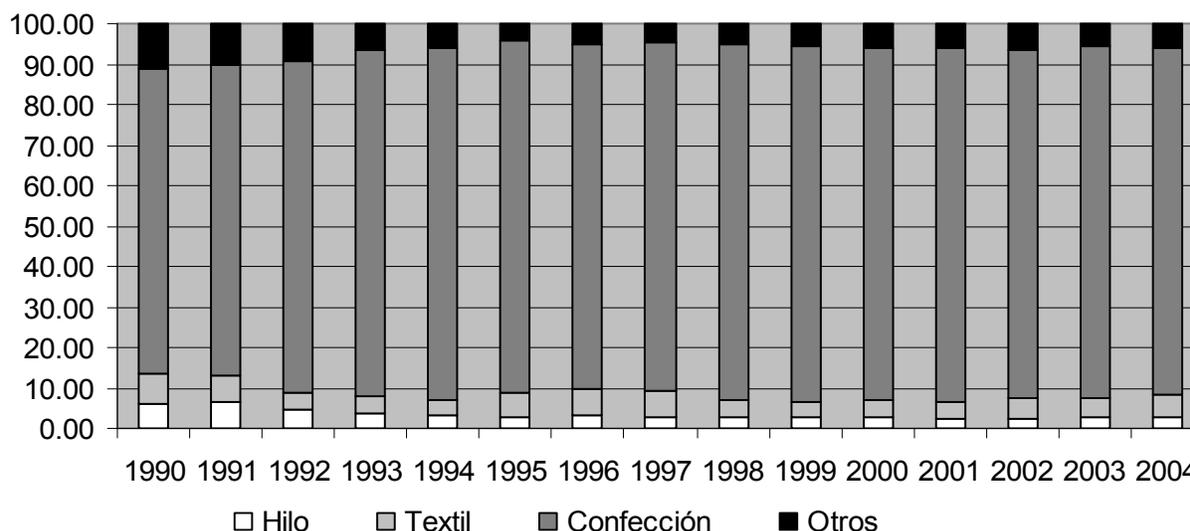
1. Los resultados anteriores indican que el porcentaje de las importaciones de Estados Unidos provenientes de México bajo el segmento hilo es nueve veces más grande que el de China.
2. En el caso del segmento otros, el porcentaje de las importaciones provenientes de China es once veces más grande que el de México.
3. Los porcentajes de participación, para el resto de los segmentos, son ligeramente mayores para China de entre 2 o 3 puntos porcentuales por encima del porcentaje de México.
4. México compite con China fuertemente en los segmentos de confección y textiles, no así en los segmentos otros e hilo.
5. Por otro lado debemos resaltar que si bien México ocupó el primer lugar dentro de las importaciones del segmento confección de Estados Unidos durante 1990-2002, en el 2003-2004 China y Centroamérica lo superaron. En el 2004 las participaciones porcentuales de China, Centroamérica y México para este segmento son 13.7, 11.3 y 10.4 por ciento respectivamente. Además de lo anterior, China ocupa el primer lugar bajo el segmento de otros, ya que el 44.6% de las importaciones totales de EU bajo este segmento durante 2004 provienen de este país asiático. Es decir, que mientras

México pierde terreno en el segmento de confección, China cada vez se hace más fuerte en el mismo segmento de confección y además en el de otros (esto al margen de los posibles encadenamientos y procesos productivos que están generándose bajo cada segmento).

3.2.2 Participación de los segmentos desde la perspectiva china y mexicana

Anteriormente vimos la participación por segmento de la cadena HTC en la estructura importadora de Estados Unidos. Ahora lo que haremos será conocer cuál es la estructura de especialización que China y México ofrecen a Estados Unidos igualmente bajo la división de segmentos de la cadena en el mismo período.

Gráfico 3. Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de México (1990-2004)
(Participación porcentual por segmentos)



Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

a) México

En primer lugar, el segmento confección es de gran importancia para México en sus exportaciones a Estados Unidos: en promedio durante 1990-2004 este segmento significa el 86.55% de sus exportaciones a ese país y alcanzó un monto de 6,662 millones de dólares en el 2004. Al contrario del segmento confección y refiriéndonos a la participación promedio de 1990-2004, el resto participan únicamente con los siguientes montos: textiles con 4.91%, el de otros con 5.74% y con 2.80% el de hilo (véase gráfico 3).

Cuadro 9. México: saldo comercial en la cadena HTC con Estados Unidos (1990-2004)a/.

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	1990-2004
Exportaciones (Valor en millones de dólares)								
Hilo	33	81	250	226	214	213	218	2,121
Textil	40	166	398	376	430	392	435	3,723
Confección	405	2,450	8,256	7,811	7,425	6,904	6,662	65,608
Otros	59	115	566	531	551	432	454	4,353
Total exportado a EU	538	2,813	9,470	8,945	8,620	7,941	7,769	75,805
Exportaciones (Tasa de crecimiento)								
Hilo	--	49.1	10.3	-9.4	-5.5	-0.6	2.8	14.4
Textil	--	188.3	22.6	-5.5	14.3	-8.8	10.9	18.5
Confección	--	79.5	11.5	-5.4	-4.9	-7.0	-3.5	22.1
Otros	--	21.8	22.4	-6.2	3.7	-21.5	5.0	15.6
Total exportado a EU	--	79.0	12.5	-5.5	-3.6	-7.9	-2.2	21.0
Importaciones (Valor en millones de dólares)								
Hilo	16	43	256	133	108	125	148	1,418
Textil	110	142	475	343	359	412	592	3,808
Confección	16	227	281	245	184	212	206	2,927
Otros	7	21	30	23	20	19	24	311
Total importado de EU	150	433	1,042	744	672	768	970	8,465
Importaciones (Tasa de crecimiento)								
Hilo	--	41.3	39.9	-48.2	-18.6	15.3	19.0	17.1
Textil	--	9.7	14.4	-27.8	4.5	14.8	43.7	12.8
Confección	--	17.3	-17.9	-13.0	-24.6	14.9	-2.8	19.9
Otros	--	8.9	-13.5	-21.7	-12.3	-5.2	22.7	9.0
Total importado de EU	--	16.2	6.9	-28.6	-9.7	14.3	26.3	14.3
Saldo Comercial								
Hilo	17	38	-7	93	106	88	70	703
Textil	-70	25	-77	33	71	-20	-157	-85
Confección	389	2,223	7,974	7,567	7,240	6,692	6,456	62,681
Otros	52	94	537	508	531	413	430	4,042
Saldo total	388	2,380	8,428	8,201	7,948	7,173	6,799	67,340

a/Con la finalidad de analizar a la cadena desde el punto de vista del saldo comercial de México, se utilizaron los datos de importaciones de EU como exportaciones mexicanas a EU y las exportaciones de Estados Unidos a México como las importaciones mexicanas provenientes de aquél país.

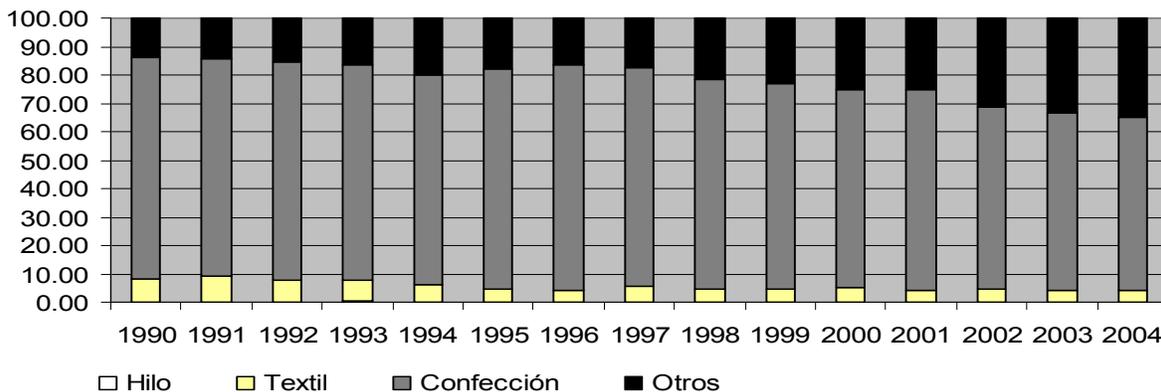
Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a).

En general la cadena HTC es superavitaria para México durante 1990-2004. Para el 2004 el monto de exportaciones a Estados Unidos fue ocho veces mayor al de las importaciones lo cual implicó un saldo positivo de 6,799 millones de dólares. En cuanto a los segmentos, el de otros y confección presentaron superávit por arriba del 90% del monto de sus respectivas exportaciones. En el 2004 el único segmento que presenta déficit es el Textil, con un saldo negativo de 157 millones de dólares, y cabe mencionar que dicho comportamiento deficitario en el segmento se presentó en varios años del período 1990-2003.

b) China

China también concentra sus exportaciones en productos del segmento confección, sin embargo para el 2004 dicho segmento ha disminuido su concentración debido a que el de otros ha llegado a formar parte importante de las exportaciones totales de la cadena (véase el gráfico 4). Este último segmento presenta una tasa de crecimiento por arriba de la tasa promedio de la cadena total durante 1990-2004.

**Gráfico 4. Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de China (1990-2004)
(Participación porcentual por segmentos)**



Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

Si bien en promedio durante 1990-2004 tenemos que el segmento de confección participa con un 69.78% del total de las importaciones de EU bajo la cadena HTC provenientes de China. La participación del segmento otros es significativa también, ya que es de 25.25% en el mismo período, mientras que el de textil e hilo son de 4.79% y de 0.18% respectivamente. En el año 2004 sin embargo es de resaltar que la participación es distinta, ya que el segmento de otros, llegó al 34.79% del total mientras que tenemos que el de confección bajó al 61.2%, para los de textil e hilo no varió demasiado.

Por otro lado, la cadena HTC de China presentó un saldo comercial positivo con Estados Unidos de 14,286 millones de dólares en el 2004. Durante el período 1990-2004 fueron superavitarios todos los segmentos con excepción de hilo que durante 1990-1996 presentó déficit (véase cuadro 10). Por otro lado tenemos que el monto de exportaciones chinas de la cadena HTC en promedio durante 1990-2004 es alrededor de 200 veces más grande que el de las importaciones.

Cuadro 10. China: saldo comercial en la cadena HTC con Estados Unidos (1990-2004)a/.

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	1990-2004
Exportaciones (Valor en millones de dólares)								
Hilo	6	5	13	11	15	13	24	159
Textil	182	200	324	268	396	454	551	4,260
Confección	1,773	3,469	4,477	4,602	5,594	7,258	8,769	62,091
Otros	317	790	1,618	1,656	2,739	3,883	4,985	22,467
Total exportado a EU	2,278	4,465	6,433	6,536	8,744	11,608	14,329	88,976
Exportaciones (Tasa de crecimiento)								
Hilo	--	-23.9	2.3	-20.5	39.1	-10.3	77.8	10.8
Textil	--	-5.0	21.1	-17.5	48.1	14.7	21.2	8.2
Confección	--	30.8	3.0	2.8	21.5	29.7	20.8	12.1
Otros	--	8.9	15.6	2.3	65.4	41.8	28.4	21.7
Total exportado a EU	--	24.2	6.7	1.6	33.8	32.8	23.4	14.0
Importaciones (Valor en millones de dólares)								
Hilo	7	17	6	5	4	9	4	147
Textil	25	6	12	16	13	7	12	167
Confección	0	0	1	1	1	1	4	8
Otros	0	2	1	1	12	9	23	55
Total importado de EU	33	25	20	23	30	27	42	377
Importaciones (Tasa de crecimiento)								
Hilo	--	40.8	275.1	-20.0	-17.7	103.3	-57.3	-4.8
Textil	--	36.3	53.4	33.2	-15.0	-44.7	65.7	-5.0
Confección	--	180.0	256.0	40.3	-31.3	97.8	216.9	38.4
Otros	--	313.8	65.5	13.8	844.5	-23.8	143.9	38.3
Total importado de EU	--	47.9	94.7	15.2	32.3	-12.9	60.0	1.9
Saldo Comercial								
Hilo	-2	-11	7	5	11	5	20	12
Textil	157	194	313	252	383	447	538	4,093
Confección	1,773	3,469	4,476	4,601	5,594	7,256	8,766	62,082
Otros	317	788	1,617	1,655	2,727	3,874	4,962	22,412
Saldo total	2,246	4,440	6,413	6,513	8,714	11,582	14,286	88,599

a/Con la finalidad de analizar a la cadena desde el punto de vista del saldo comercial de México, se utilizaron los datos de importaciones de EU como exportaciones mexicanas a EU y las exportaciones de Estados Unidos a México como las importaciones mexicanas provenientes de aquél país.
Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a).

Los segmentos textil, confección y otros presentan saldos comerciales positivos que representan entre el 95 y 99.9 por ciento de sus exportaciones. El segmento de hilo es el único que no ha llegado a este porcentaje y en el 2004 su saldo comercial presenta una participación del 32% con respecto a sus exportaciones.

3.3 Competencia por principales 25 productos⁴ a 10 dígitos del Sistema Armonizado

Una vez analizada la cadena HTC a nivel cadena y por segmentos, es preciso conocer cuál es el comportamiento a nivel más específico, es decir, a nivel de productos. En este apartado primero se analizan el comportamiento general de los principales 25 productos importados por Estados Unidos provenientes de China y México durante 1990-2004. Posteriormente elaboraremos un análisis exclusivo acerca de los cambios en la participación porcentual de estos productos. Este análisis nos permitirá conocer cuáles son los productos que han aumentado su participación respecto al total de las exportaciones de cada país competidor. Sobre todo nos interesa el caso mexicano, para conocer los productos que aumentaron su participación a pesar de la etapa de crisis de 2001-2004.

3.3.1 Comportamientos generales

a) México

En primera instancia tenemos el análisis de la economía mexicana. En este caso tenemos que los 25 principales productos mexicanos importados por Estados Unidos durante 1990-2004 de la cadena concentran en promedio un 53.21% del total importado. En el 2004 el porcentaje fue de 59.50%, que en términos monetarios significaron 4,623 millones de dólares. En el cuadro 11 observamos que de esos 25 productos los primeros cinco presentan las siguientes participaciones promedio respecto al total de la cadena durante 1990-2004 (participación entre paréntesis):

1. 6203424010 Pantalones y bragas de hombre, no de punto, de algodón, de mezclilla azules (8.72%);
2. 6204624010 Pantalones y bragas de mujer, de algodón, no de punto, de mezclilla azules (7.87%);
3. 6203424015 Pantalones y bragas de hombre, no de punto, de algodón, otros (4.96%);
4. 6109100012 Otras camisetas de algodón de hombre, de punto o tejidas, excepto ropa interior (3.55%);
5. 6204624020 Pantalones y bragas de mujer, no de punto, de algodón, otros (3.16%).

La finalidad de destacarlos es que únicamente estos cinco productos suman 28.26% del total exportado a Estados Unidos, es decir poco más de una cuarta parte del comercio mexicano

⁴ En este caso no se analizó con mayor detenimiento el total del universo de los productos mexicanos (más o menos 2500 productos a EU del total de los 3228 registrados para esta cadena en aquél país) y chinos puesto que sería mucho más difícil su clasificación y además porque en el caso de nuestros 25 productos la concentración del valor de las exportaciones a los Estados Unidos es bastante considerable y por esta razón nos enfocamos únicamente en ellos.

de la cadena está dedicado a aquél mercado. Dentro de éstos tenemos que los pantalones de mezclilla y de algodón para mujer y hombre suman alrededor del 25% (pertenecientes al capítulo 62 "Prendas y complementos de vestir excepto los de punto"). Mientras que el 4% restante es para las camisetas de algodón de hombre que es del capítulo 61 (es decir, "Prendas y complementos de vestir de punto").

**Cuadro 11. EU: importaciones de productos de la cadena HTC de México (1990-2004)
Principales 25 productos a/ a 10 dígitos (según su ubicación en 2004)**

	Valor (millones de dólares)						Participación porcentual			Tasa de crecimiento		
	1990	2000	2001	2002	2003	2004	1990	2004	1990-2004	1991	2004	1990-2004
1 6203424010	26	723	720	816	868	885	4.86	11.39	8.72	63.6	1.9	28.6
2 6204624010	36	810	830	808	705	869	6.75	11.18	7.87	88.1	23.2	25.5
3 6203424015	41	556	398	331	296	310	7.55	4.00	4.96	44.0	4.9	15.6
4 6109100012	1	354	367	308	280	261	0.18	3.36	3.55	120.0	-6.7	49.0
5 6204624020	26	316	242	274	253	206	4.87	2.65	3.16	24.5	-18.5	15.9
6 6203434010	36	218	216	216	197	200	6.62	2.58	2.32	19.3	1.9	13.1
7 6110202075	3	106	148	168	213	198	0.58	2.55	1.41	88.4	-7.3	34.5
8 6109100040	2	246	219	199	182	184	0.35	2.37	2.16	426.9	1.1	38.8
9 6110202065	1	145	125	150	173	140	0.09	1.81	1.66	237.4	-18.8	49.5
10 6110303040	0	184	187	165	156	140	0.04	1.81	1.61	8.6	-9.8	59.5
11 6112410010	1	65	89	92	118	127	0.11	1.63	0.86	214.3	7.2	46.5
12 6212109020	--	230	193	154	108	123	--	1.58	2.29	--	13.1	-1.4
13 6203424035	14	115	116	144	125	105	2.62	1.35	1.49	111.3	-16.1	15.4
14 6204633510	5	109	106	118	100	96	0.93	1.23	1.05	108.3	-4.3	23.5
15 6115929000	--	119	133	140	98	94	--	1.21	1.12	--	-3.8	33.3
16 6108229020	--	92	91	100	91	81	--	1.04	1.10	--	-10.6	6.7
17 6203424050	16	141	128	112	96	79	2.99	1.01	1.57	44.4	-17.5	12.0
18 6109901007	1	105	95	71	79	74	0.12	0.95	1.14	109.0	-5.8	40.3
19 6110303055	1	93	87	92	79	73	0.14	0.94	0.85	106.0	-7.8	38.5
20 6109100014	0	69	74	98	90	73	0.01	0.94	0.71	441.8	-19.0	63.5
21 6211430091	--	42	52	57	59	68	--	0.88	0.51	17.4	15.1	25.1
22 6204624055	9	153	138	102	77	63	1.58	0.81	1.55	-4.4	-17.7	15.4
23 6205302070	0	38	40	43	55	62	0.06	0.79	0.41	82.9	13.1	45.4
24 6305320010	--	58	47	55	52	57	--	0.74	0.48	--	9.8	101.6
25 6103431520	0	72	91	76	56	54	0.00	0.70	0.64	1082.9	-2.6	74.9
Subtotal	218	5,157	4,930	4,889	4,605	4,623	40.47	59.50	53.21	94.1	0.4	24.4
Resto de los productos	320	4,313	4,015	3,731	3,336	3,146	59.53	40.50	46.79	66.8	-5.7	17.7
Total	538	9,470	8,945	8,620	7,941	7,769	100.00	100.00	100.00	79.0	-2.2	21.0

Donde: 6203424010 Los pantalones y bragas de hombres de algodón, no de punto, de mezclilla azul; 6204624010 Los pantalones y bragas de mujer de algodón, no de punto, de mezclilla azul; 6203424015 Los pantalones y bragas de hombres de algodón, no de punto, otros; 6109100012 Otras camisetas de algodón de hombre, de punto o tejidas, excepto la ropa interior; 6204624020 Los pantalones y bragas de mujeres, de algodón, no de punto, otros; 6203434010 Los pantalones y bragas de hombres, no de punto, de fibras sintéticas; 6110202075 Otros *jerseys* de mujeres y jóvenes, y prendas similares, de algodón, de punto o tejidos, conteniendo menos de 36 por ciento del peso de fibras de lino; 6109100040 Las camisetas de algodón de mujeres, de punto o tejidas, excepto la ropa interior; 6110202065 Otros *jerseys* para hombre o muchachos y prendas similares, de algodón, no de punto o tejido, conteniendo menos de 36 por ciento por el peso de fibras de lino; 6110303040 Playeras de sudar para hombre o muchachos, de fibras artificiales, de punto o tejidas, conteniendo menos de 30 por ciento por el peso de seda o seda gastada; 6112410010 Las prendas de nado de mujeres, de punto o tejidas, de fibras sintéticas, conteniendo alrededor de 5 por ciento por ciento del peso o más hilo elastomérico o hilo de caucho; 6212109020 Los sostenes, no conteniendo el cordón, el net o bordado, de fibras artificiales, sea "no de punto" o tejida; 6203424035 Los pantalones y bragas para muchachos, no de punto, de algodón, de algodón, no importado como partes de trajes de juego o mezclilla azul; 6204633510 Los pantalones de mujeres y calzones, de fibras sintéticas, no de punto; 6115929000 Los calcetines y otra calcetería, para las venas varicosas y calzado sin las plantas del pie aplicadas, de punto o tejidos, de algodón; 6108229020 Los *briefs* y *panties* de mujeres, de punto o tejidas, de fibras artificiales; 6203424050 Los shorts de hombres, no tejidos, de algodón; 6109901007 Las camisetas de hombres, de punto o tejidos, de otros materiales de textil de fibras artificiales; 6110303055 Otros *jerseys* de

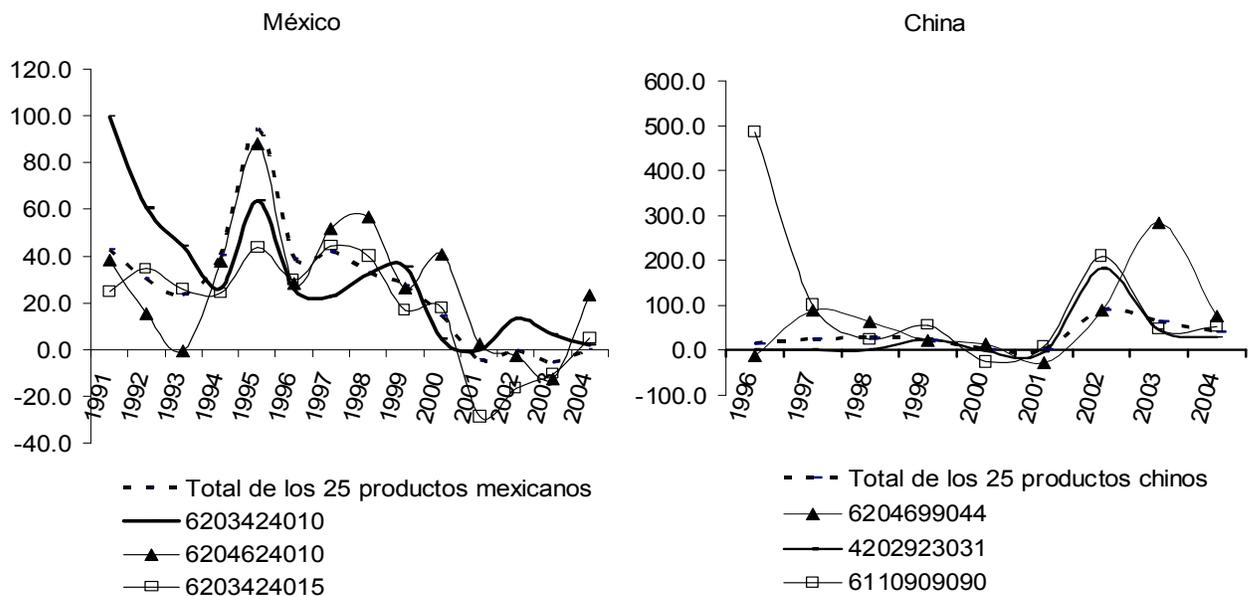
mujeres o jóvenes, y artículos similares, de fibras artificiales, de punto y tejidos, conteniendo menos de 30 por ciento por el peso de seda; 6109100014 Otras camisetas de algodón para muchachos, de punto o tejidas, excepto la ropa interior; 6211430091 Otra ropa para mujeres y jóvenes, de fibras artificiales, no de punto; 6204624055 Los shorts de mujeres, de algodón, no tejidas; 6205302070 Las otras camisas de hombres, de fibras artificiales, no de punto con menos de dos colores en la urdimbre y/o el relleno; 6305320010 Los sacos y bolsas, de un tipo para el empaque de bienes de materiales del textil artificiales: los contenedores de volumen intermedio flexibles a granel, pesando 1 kg o más; 6103431520 Los pantalones y bragas de hombres de punto o tejidas, de fibras sintéticas, que contiene menos de 23 por ciento por el peso de lana o de pelo fino animal;

a/ Los productos están ordenados de acuerdo a su participación en el 2004.

Fuente: Elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a).

El comportamiento promedio de los 25 principales productos es de tasas positivas hasta de dos dígitos durante el período 1990-2000, recordemos que esta fue la etapa de ascenso de la cadena HTC mexicana, sin embargo durante 2000-2004 se reflejó la etapa de descenso (como ya se ha expresado desde el capítulo segundo). Durante 2003-2004, los 25 productos tuvieron una tcapa de 0.4%, mientras que la tasa promedio de 1990-2004 fue de 24.4 por ciento. Sin embargo hay productos que a mediados de los noventa alcanzaron tasas excepcionales alrededor del ciento por ciento y más. En 2000-2004 las tasas de los principales tres productos mexicanos - así como de la mayoría del resto de los productos -, son negativas y en algunos casos llega a ser hasta de dos dígitos (en el gráfico 7 podemos ver la tasa de crecimiento de los tres principales productos chinos y mexicanos).

Gráfico 5. Estados Unidos: importaciones de los primeros 3 productos de la cadena HTC de México y China (Tasa de crecimiento) (1990-2003)



Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a).

b) China

Por otro lado tenemos el análisis de la economía China. En este caso tenemos que los 25 principales productos chinos de la cadena concentran en promedio un 24.4% del comercio

total durante 1990-2004. En el 2004 el porcentaje fue de 41.43% que en términos monetarios significaron 5,936 millones de dólares. Los principales cinco productos a diferencia del caso mexicano apenas suman el 7.1%. En cuanto a la tcapa de 1990-2004 de los 25 principales productos ésta fue de 27.6%, muy semejante a la mexicana. Para conocer las diferencias entre los productos chinos con los mexicanos veamos ahora los primeros cinco productos chinos:

- 1) 6204699044 Pantalones y bragas de mujer y jóvenes, de otros materiales textiles, no de punto (1.81%);
- 2) 4202923031 Bolsas de viaje, deportes y similares, excepto mochilas, de fibra artificial (1.89%);
- 3) 6110909090 *Jerseys* (suéteres) de mujer, playeras para sudar, y artículos similares, de otras fibras textiles, de punto o tejido, *nesoi* (0.98%);
- 4) 6505902060 Sombreros y otros tocados, no de punto, distintos de aquellos para bebé, “*certified handloomed*” y usados para la cabeza, de algodón (1.84%);
- 5) 9404908522 Colchas y edredones con cubierta externa de fibra artificial (0.57%);

Como podemos notar, la concentración en los principales cinco productos es cuatro veces menor a la concentración del caso mexicano, (28.26% para los cinco productos en el caso de México y 7.1% para los chinos), lo cual implica una menor dependencia con respecto a estos productos por parte de la economía china.

Las tasas de crecimiento anuales para los 25 productos son en su mayoría de dos dígitos y a diferencia del caso mexicano no hay decrecimientos en el período 2000-2004 (solamente algunos productos en el 2001 sufrieron decrecimientos). Específicamente durante 2002-2004 para el resto de los 25 productos el crecimiento fue continuo (a excepción de los productos 6110909042, 6206900040, 6110303055). Por otro lado en el gráfico 5 podemos notar que los principales tres productos llegaron a tener tasas de crecimiento entre 100 y 300 por ciento durante 2001-2004.

Otro punto relevante sin duda es el hecho de que no competimos en los mismos productos con China dentro del mercado de Estados Unidos. De hecho los únicos productos en que coinciden México y China en esta muestra de veinticinco son dos: el 6212109020 “Los sostenes, no conteniendo encaje o malla o bordado, de fibras artificiales, de punto o no de punto o tejido” y el 6110303055 “Los otros *jerseys* de mujeres o jóvenes, y los artículos similares, de fibras artificiales, de punto o tejido, conteniendo menos de 30 por ciento por el peso de seda”.

En el producto 6212109020 México presenta una participación de 2.29% y China de 0.98% durante 1990-2004 en relación a las importaciones totales que Estados Unidos hace de cada país. En cuanto al segundo producto, tenemos que para México significa un 0.85% y para China el 1.5 por ciento. Es decir, de acuerdo a esta muestra, nuestro país no compete de forma importante con el mercado chino en el mercado estadounidense bajo la clasificación de productos.

Cuadro 12. EU: importaciones de productos de la cadena HTC de China (1990-2004)
Principales 25 productos a/ a 10 dígitos (según su ubicación en 2004)

		Valor (millones de dólares)							Participación porcentual			Tasa de crecimiento		
		1990	2000	2001	2002	2003	2004	1990-2004	1998	2004	1990-2004	1998	2004	1990-2004
1	6204699044	--	77	55	105	402	714	1,614	0.96	4.98	1.81	62.8	77.5	49.9
2	4202923031	--	108	104	294	426	554	1,683	1.52	3.86	1.89	0.0	30.1	37.1
3	6110909090	--	41	45	138	204	313	876	0.61	2.18	0.98	25.2	53.3	74.1
4	6505902060	16	95	90	175	229	281	1,638	1.81	1.96	1.84	28.4	22.4	22.6
5	9404908522	--	2	3	44	169	273	504	0.04	1.90	0.57	-11.3	61.4	67.3
6	4202228050	17	189	148	172	202	267	1,488	2.19	1.87	1.67	71.0	32.3	22.0
7	6212109020	--	36	44	171	245	263	868	0.38	1.83	0.98	1.9	7.2	38.7
8	4202923020	22	42	42	137	207	247	993	0.78	1.73	1.12	-4.6	19.4	19.0
9	4202128070	10	4	5	80	172	244	562	0.05	1.70	0.63	-37.3	41.6	25.9
10	6115939020	--	1	4	22	79	211	321	0.02	1.48	0.36	130.5	166.7	120.0
11	6204434030	25	156	172	185	198	199	1,732	1.99	1.39	1.95	2.6	0.5	15.9
12	6303922010	--	--	18	55	132	189	395	--	1.32	0.44	--	42.5	170.0
13	6110909042	--	240	217	190	204	184	2,164	3.74	1.29	2.43	-12.1	-9.7	-0.3
14	6306229030	--	2	2	21	75	183	297	0.07	1.28	0.33	77.4	145.3	85.2
15	6206900040	16	46	51	112	194	180	879	0.80	1.25	0.99	9.9	-7.6	18.7
16	6202931000	14	89	63	78	110	179	798	0.78	1.25	0.90	32.0	62.2	20.0
17	6203498045	--	17	11	20	81	178	374	0.23	1.24	0.42	-12.4	119.4	23.1
18	4202224500	33	54	66	136	170	178	847	0.26	1.24	0.95	-8.3	5.0	12.7
19	6301400020	0	2	5	52	97	171	333	0.04	1.20	0.37	111.5	77.4	68.0
20	4202929026	--	36	29	84	122	167	482	0.25	1.17	0.54	--	36.6	53.7
21	6111206020	4	10	7	70	126	167	447	0.12	1.16	0.50	0.3	31.8	30.0
22	6111206010	1	12	6	45	122	164	400	0.15	1.14	0.45	14.2	33.9	47.0
23	6110303055	30	76	157	137	124	161	1,339	2.15	1.12	1.50	32.2	30.0	12.8
24	6204594060	9	33	19	28	72	141	439	0.44	0.98	0.49	62.3	94.9	21.9
25	6303922020	--	--	9	33	69	129	240	--	0.90	0.27	--	87.5	172.7
	Subtotal	197	1,370	1,373	2,586	4,233	5,936	21,710	19.40	41.43	24.40	26.1	40.2	27.6
	Resto de los productos	2,082	5,063	5,163	6,158	7,375	8,393	67,266	80.60	58.57	75.60	-4.8	13.8	10.5
	Total	2,278	6,433	6,536	8,744	11,608	14,329	88,976	100.00	100.00	100.00	0.0	23.4	14.0

Donde: 6204699044 Los pantalones y bragas de mujeres y jóvenes, de otros materiales del textil, no de punto; 4202923031 Las bolsas de viaje, deportes y similares excepto las mochilas, de fibra artificial; 6110909090 Los jerseys para mujeres y jóvenes, playeras para sudar y los artículos similares, de otras fibras del textil, de punto o tejido, *nesoi*; 6505902060 Los sombreros y otro tocado, no de punto, otros que no son para los bebés, *handloomed* certificado y gorros de algodón, 9404908522 Las colchas, edredones y confortadores con la cubierta exterior de fibra artificial; 4202228050 Los maletines, material de textil para superficie exterior, excepto la trencilla o trenza, pila o borla o penacho, de fibra artificial; 6212109020 Los sostenes, no conteniendo *lace or net* o bordado, de fibras artificiales, sea o no de punto o tejido; 4202923020 Las mochilas, de fibra artificial; 4202128070 Los troncos, las maletas, los casos de *vanity* y los recipientes similares, etc, con la superficie exterior de materiales del textil, de fibras artificiales; 6115939020 Los calcetines y otra calcetería, etc., de punto o tejido, de fibras sintéticas,; conteniendo menos de 23 por ciento del peso de lana o pelo animal; 6204434030 Los vestidos de mujeres, de fibras sintéticas, no de punto, con menos de dos colores en la urdimbre; 6303922010 Cortinas de ventana, incluyendo tapiz y balances de ventana, de punto o tejido, de fibras sintéticas; 6110909042 Los suéteres para jóvenes y mujeres, de otras fibras del textil, de punto o tejido; 6306229030 Las tiendas, de fibras sintéticas, distintas a las tiendas en mochila, distintas a las de las *screen house*; 6206900040 Las blusas para jóvenes y mujeres, las camisas y blusas de la camisa, de otros materiales del textil, no de punto; 6202931000 Los *anorakes* para jóvenes y mujeres, las rompe-vientos y los artículos similares, no de punto, de fibras artificiales, que contienen 10 por ciento más de pelusa; 6203498045 Los pantalones y bragas para los muchachos y hombres no de punto, de otros materiales del textil, de otras fibras vegetales no de algodón; 4202224500 Los maletines, material de textil de superficie exterior, excepto la trenza, la fibra vegetal, no construcción de pila o penacho, de algodón; 6301400020 Las mantas y las *traveling rugs*, de fibras sintéticas, distintas a las de tejido; 4202929026 Otras bolsas, con la superficie exterior de material del textil, de fibras artificiales; 6111206020 Los vestidos de los bebés y los accesorios de ropa, de punto o tejido, de algodón,; los conjuntos; 6111206010 Los vestidos de los bebés y los accesorios de ropa, de punto o tejido, de algodón: *sunsuits*, *washsuits*, y la ropa similar; 6110303055 Otros *jerseys* para jóvenes y mujeres, y artículos similares, de fibras artificiales, de punto o tejido, conteniendo menos de 30 por ciento por el peso de seda; 6204594060 Las faldas y las minifaldas para jóvenes y mujeres de otros materiales del textil, no de punto, de otras fibras vegetales no de algodón; 6303922020 Cortinas, incluyendo tapiz, y las persianas interiores; balances de cortina o cama, de punto o tejido, de fibras sintéticas.

Nota: En este caso tomamos como referencia para las participaciones y las tasas de crecimiento los años 1998 y 2004 debido a la falta de datos para los años anteriores de gran parte de los 25 productos.

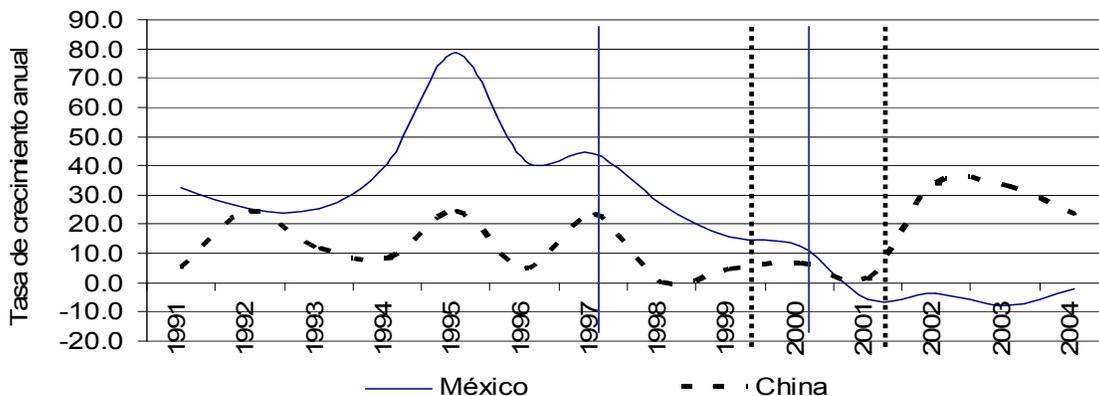
a/ Los productos están ordenados de acuerdo a su participación en el 2004.

Fuente: Elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a).

3.3.2 Dinámica de la participación de los principales 25 productos

Por último, se realizó un análisis de la de la participación de los 25 productos durante distintos períodos. La elección de los períodos fue de acuerdo a la tendencia de la tasa de crecimiento del total de las importaciones hechas por EU provenientes de México y China (véase gráfico 6).

Gráfico 6. Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de China y México (1990-2004). Tasas de crecimiento



Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a).

a) México

Para México se eligieron los siguientes períodos: en primer lugar tenemos el período de 1990-1997, durante el cual la tendencia promedio es de crecimiento y con tasas hasta de dos dígitos; en segundo lugar está el de 1998-2000 para el cual la tendencia es de decrecimiento pero con tasas aún positivas y finalmente el de 2001-2004 para el cual las tasas de crecimiento son negativas. Así pues, el análisis se basa en el promedio de participación de cada uno de los productos en los períodos: 1990-1997, 1998-2000 y 2001-2004, y posteriormente se calcularon índices de crecimiento de los promedios de participación. Esto se hizo con la finalidad de observar qué productos aumentaron su participación respecto al período anterior. Para cada uno de estos períodos se obtuvieron porcentajes de participación promedio y posteriormente se realizaron comparaciones entre ellos. Los resultados son los siguientes:

En promedio los 25 principales productos de México aumentaron su participación en los tres períodos analizados (véase cuadro 3.8), estos son los resultados:

- 1) si comparamos el promedio de 1998-2000 contra 1990-1997 el aumento fue de 13%
- 2) si comparamos el período de 2001-2004 contra el período 1998-2000 el cambio es de 8%.
- 3) por último, durante 2000-2004 y a pesar de ser un período con una tcapa negativa el aumento en la participación es de 22%.
- 4) es decir, mientras que en 1990-1997 los 25 principales productos conformaban el 46.45% del total de las importaciones de EU provenientes de México, en 2001-2004 el porcentaje es de 56.62% (véase cuadro 3.8).

**Cuadro 13. EU: importaciones de productos de la cadena HTC de México (1990-2004)
Principales 25 productos a/ a 10 dígitos (según su ubicación en 2004)**

	Producto	Tasa de crecimiento promedio			Participación porcentual			Índice de crecimiento de la participación porcentual		
		A	B	C	D	E	F	G	H	I
		1990-1997	1998-2000	2001-2004	% 1990-1997	% 1998-2000	% 2001-2004	Cociente (E / D)	Cociente (F / E)	Cociente (F / D)
1	6203424010	40.1	18.8	7.1	8.00	7.66	9.39	95.7	122.5	117.3
2	6204624010	29.7	33.3	1.5	5.25	7.31	9.41	139.2	128.7	179.2
3	6203424015	27.7	17.4	-8.0	5.73	5.68	4.42	99.2	77.9	77.3
4	6109100012	92.9	15.9	-10.7	3.20	3.66	3.67	114.4	100.3	114.7
5	6204624020	26.5	6.9	-5.2	3.22	3.44	3.02	106.6	87.9	93.8
6	6203434010	14.0	29.3	-2.4	2.42	2.03	2.45	84.0	120.8	101.4
7	6110202075	35.5	33.7	10.3	0.53	0.98	1.95	186.2	198.3	369.3
8	6109100040	67.2	34.1	-5.5	1.40	2.43	2.41	173.5	99.2	172.0
9	6110202065	90.8	5.2	4.0	1.03	1.96	1.71	190.6	87.3	166.4
10	6110303040	114.8	35.9	-9.1	0.86	1.69	1.95	196.3	115.0	225.7
11	6112410010	65.8	14.3	12.5	0.31	0.70	1.15	222.6	164.2	365.6
12	6212109020	--	5.7	-14.0	2.62	2.81	1.89	107.4	67.3	72.2
13	6203424035	25.2	8.9	-3.4	1.94	1.19	1.42	61.5	118.6	72.9
14	6204633510	34.8	34.6	-3.2	0.73	0.99	1.24	134.8	124.9	168.4
15	6115929000	--	19.2	-10.9	0.40	1.27	1.37	320.4	108.0	346.0
16	6108229020	--	-1.5	-3.7	1.02	1.17	1.06	115.1	90.5	104.2
17	6203424050	25.1	14.7	-14.9	2.31	1.48	1.30	64.1	87.6	56.1
18	6109901007	85.0	32.7	-7.9	1.64	1.03	0.99	62.9	95.7	60.2
19	6110303055	68.1	23.3	-5.6	0.53	0.88	0.99	166.5	112.8	187.8
20	6109100014	99.8	39.8	-0.4	0.25	0.65	0.94	264.2	145.4	384.1
21	6211430091	--	31.4	9.1	0.28	0.39	0.65	138.2	166.1	229.6
22	6204624055	37.3	10.8	-23.0	2.08	1.72	1.25	82.4	72.7	59.9
23	6205302070	56.8	67.9	15.3	0.23	0.29	0.56	124.0	192.6	238.8
24	6305320010	--	31.5	6.9	0.10	0.54	0.63	537.6	115.9	623.0
25	6103431520	153.6	46.6	-15.7	0.36	0.58	0.82	160.6	140.9	226.2
	Total de los 25 productos	36.8	20.5	-2.1	46.45	52.54	56.62	113.1	107.8	121.9
	Resto de los productos	32.6	7.5	-7.8	53.55	47.46	43.38	88.6	91.4	81.0
	Total exportado a los E.U.	34.4	14.1	-4.6	100.00	100.00	100.00	100.0	100.0	100.0

a/ Se obtuvo el promedio de participación de cada uno de los productos en los períodos: 1990-1997, 1998-2000 y 2001-2004, y posteriormente se calcularon índices de crecimiento de los promedios de participación. Esto para observar qué productos aumentaron su participación respecto al período anterior. El índice se obtuvo mediante la siguiente operación: Ejemplo: Índice de crecimiento E / D = (Participación porcentual 1998-2000 / Participación porcentual 1990-1997*100). La elección de los períodos fue de acuerdo a la tendencia de la tasa de crecimiento del total de las importaciones hechas por EU provenientes de México.

Fuente: Elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

En el caso de los principales cinco productos tenemos que:

- a) para los pantalones y bragas de mujer, de algodón, no de punto, de mezclilla azules y los pantalones y bragas de mujer, no de punto, de algodón no hay aumento sino mas bien hay un importante descenso. Éste es en un rango del 30 al 48 por ciento si comparamos 2004 contra 1990 (véase cuadro 13).

- b) el resto de los productos (es decir 6203424010, 6204624010 y 6109100012) sí aumentaron su participación, y tenemos que al comparar 2004 contra 1990 los aumentos son de 134, 66 y 1767 por ciento respectivamente.

Para el resto de los productos, entre los que aumentaron significativamente su participación comparando el promedio de 2001-2004 con respecto al de 1990-1997 están (véase cuadro 13):

- a) el producto 6112410010 (prendas de nado de mujeres, de punto o tejidas, de fibras sintéticas, que contengan hilo elastomérico o hilo de caucho en alrededor de 5 por ciento de su peso o más) el cual aumentó su porcentaje de participación en un 266%,
- b) el 6115929000 (calcetines y otra calcetería, para las venas varicosas y calzado sin las plantas del pie aplicadas, de punto o tejidos, de algodón: no conteniendo lace o net) el cual aumentó su porcentaje de participación en 246%,
- c) y por último el 6305320010 (sacos y bolsas para el empaque de bienes de materiales del textil artificiales: los de volumen intermedio flexibles a granel de 1 kg o más), el cual aumentó su porcentaje en un 523 por ciento.

b) China

La elección de los períodos fue, como ya lo mencionamos anteriormente, de acuerdo a la tendencia de la tasa de crecimiento del total de las importaciones hechas por EU provenientes de China. Para este país se obtuvo el promedio de participación en los períodos: a) 1990-1997 con tasa de crecimiento promedio de dos dígitos pero menor a la del período 2002-2004, b) 1998-2001 tasa de crecimiento promedio de un dígito y c) 2002-2004 con tasa de crecimiento promedio de dos dígitos y por arriba de 20%. Posteriormente se calcularon índices de crecimiento de los promedios de participación, esto para observar qué productos aumentaron su participación respecto al período anterior.

Haciendo el anterior análisis para China, tenemos que durante los tres períodos analizados los incrementos en la participación porcentual son los siguientes (véase cuadro 14):

En cuanto a los 25 principales productos tenemos un aumento de su participación del 67% si comparamos 1998-2001 contra 1990-1997, de 75% si comparamos 2002-2004 contra 1998-2001 y por último si comparamos el promedio de 2002-2004 contra el de 1990-1997 el aumento es de 191% (véase cuadro 14). Es decir existe un importante aumento en la dependencia por los principales veinticinco principales productos.

Cuadro 14. EU: importaciones de productos de la cadena HTC de China (1990-2004). Principales 25 productos a/ a 10 dígitos (según su ubicación en 2004)

Producto	Tasa de crecimiento			Participación porcentual			Índice de crecimiento de la participación porcentual			
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	
	1990-1997	1998-2001	2002-2004	%	%	%	Cociente (E / D)	Cociente (F / E)	Cociente (F / D)	
1	6204699044	--	0.1	161.2	0.47	1.03	3.52	216.7	343.3	743.7
2	4202923031	--	5.8	37.3	0.00	1.66	3.67	--	221.8	--
3	6110909090	--	8.5	50.4	0.15	0.71	1.89	470.1	265.4	1247.8
4	6505902060	25.9	-4.8	26.7	1.87	1.62	1.98	86.9	121.9	105.9
5	9404908522	--	1.1	148.6	0.03	0.03	1.40	100.6	4191.4	4217.8
6	4202228050	23.9	5.3	24.6	0.70	2.58	1.85	367.7	71.7	263.7
7	6212109020	--	26.6	23.9	0.20	0.53	1.96	270.0	370.6	1000.6
8	4202923020	11.8	-2.2	34.3	0.78	0.69	1.70	88.2	247.4	218.2
9	4202128070	-8.9	12.9	74.7	0.17	0.07	1.43	39.2	2150.8	842.1
10	6115939020	--	43.8	211.6	0.00	0.03	0.90	996.6	3082.8	30721.3
11	6204434030	23.7	14.4	3.5	1.89	2.39	1.68	127.0	70.0	88.9
12	6303922010	--	--	85.0	0.00	0.07	1.09	--	1479.8	--
13	6110909042	--	0.1	-1.6	2.41	3.53	1.67	146.5	47.2	69.2
14	6306229030	--	-21.6	193.1	0.02	0.04	0.81	164.5	1982.1	3259.7
15	6206900040	14.6	3.4	26.6	0.68	0.77	1.40	113.3	181.1	205.2
16	6202931000	13.7	11.8	51.8	0.56	1.08	1.06	193.8	98.4	190.7
17	6203498045	--	-4.9	195.0	0.14	0.21	0.81	154.8	377.3	584.1
18	4202224500	-9.6	64.0	14.3	0.64	0.70	1.40	109.9	199.2	218.9
19	6301400020	37.6	28.3	80.9	0.01	0.04	0.92	420.0	2226.0	9348.8
20	4202929026	--	26.8	41.2	0.00	0.44	1.08	--	247.0	--
21	6111206020	7.9	-0.1	54.2	0.16	0.14	1.05	86.0	738.7	635.5
22	6111206010	39.1	-9.8	89.9	0.10	0.16	0.96	160.5	607.5	974.9
23	6110303055	17.8	8.1	8.2	1.36	2.08	1.22	153.1	58.5	89.5
24	6204594060	8.5	-9.9	126.2	0.32	0.42	0.69	133.6	164.2	219.4
25	6303922020	--	--	96.7	0.00	0.04	0.66	--	1785.0	--
Total de los 25 productos		24.0	7.0	51.5	12.66	21.06	36.78	166.4	174.6	290.5
Resto de los productos		13.0	3.5	16.7	87.34	78.94	63.22	90.4	80.1	72.4
Total exportado a los E.U.		14.2	4.2	28.0	100.00	100.00	100.00	100.0	100.0	100.0

a/ Se obtuvo el promedio de participación de cada uno de los productos en los períodos: 1990-1997, 1998-2001 y 2002-2004, y posteriormente se calcularon índices de crecimiento de los promedios de participación. Esto para observar qué productos aumentaron su participación respecto al período anterior. El índice se obtuvo mediante la siguiente operación: Ejemplo: Índice de crecimiento E / D = (Participación porcentual 1998-2001 / Participación porcentual 1990-1997*100). La elección de los períodos fue de acuerdo a la tendencia de la tasa de crecimiento del total de las importaciones hechas por EU provenientes de China.

Fuente: Elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

En el caso de los principales cinco productos todas las participaciones promedio aumentaron, algunos inclusive fueron aumentos extraordinarios (véase cuadro 14). A continuación comparamos el promedio de 2002-2004 con respecto al de 1990-1997:

- 1) el producto 6204699044 (pantalones y bragas de mujeres y jóvenes, de otros materiales del textil excepto de punto) aumentó su participación en 644%,
- 2) el 6110909090 (jerseys para mujeres, playeras para sudar y los artículos similares, de otras fibras del textil de punto) aumentó 1,148%,
- 3) el producto 6505902060 (sombrosos y otros tocados excepto de punto, y otros excepto para los bebés y gorros de algodón) aumentó en 5.9%,
- 4) el 9404908522 (colchas, edredones y confort con la cubierta exterior de fibra artificial) aumentó 4117%,

- 5) y por último está el producto 4202923031 (bolsas de viaje, deportes y similares excepto las mochilas, de fibra artificial) para el cual el aumento analizado es el del período 1998-2001 contra 1990-1997 y fue de 122 por ciento.

Para el resto de los productos, entre los que aumentaron significativamente su participación durante 2002-2004 en comparación con 1990-1997 promedio se eligieron tres:

- a) El producto 6115939020 (calcetines y otra calcetería, de punto o tejido, de fibras sintéticas, conteniendo menos de 23 por ciento de su peso en lana o en pelo animal fino), el cual aumentó su porcentaje de participación en 30,621%.
- b) El segundo caso es el del 6306229030 (tiendas, de fibras sintéticas, distintas a las tiendas en mochila, distintas a las de las *screen houses*) el cual aumentó su porcentaje en 3,159.7 por ciento.
- c) Y por último el 6301400020 (mantas y *traveling rugs* de fibras sintéticas, distintas a las de tejido) cuyo aumento fue de 9,249 por ciento.

Así entonces, con respecto a los comportamientos de las tasas de crecimiento en los períodos analizados tanto para China como México, podemos destacar las siguientes tendencias:

- 1) A pesar de que 2001-2004 fue un período negativo, los dos primeros productos -los referidos a pantalones y bragas de hombre y de mujer, de algodón, no de punto, de mezclilla azules- crecieron. Además de ellos, los siguientes productos también crecieron durante 2001-2004: el 6110202075, 6110202065, 6112410010, 6211430091, 6205302070, 6305320010 (incluyen productos como los *jerseys* -suéteres-, los trajes de baño y accesorios para nado, otras prendas de fibra artificial, sacos y bolsas, shorts, entre otros).
- 2) Para el caso del país asiático sólo habrá que decir, que mientras México decreció durante 2001-2004, en 2002-2004 China alcanzó una tasa de 28%, mientras que los principales 25 productos crecieron 50.5 por ciento (aquí no se está argumentando una causalidad de una tendencia sobre la otra, sino simplemente es un llamado de atención ante la falta de expansión de nuestra cadena en un mercado al que le dedicamos el 90% de nuestra cadena HTC y que otros mercados están aprovechando).

3.4 Competencia por principales distritos de entrada

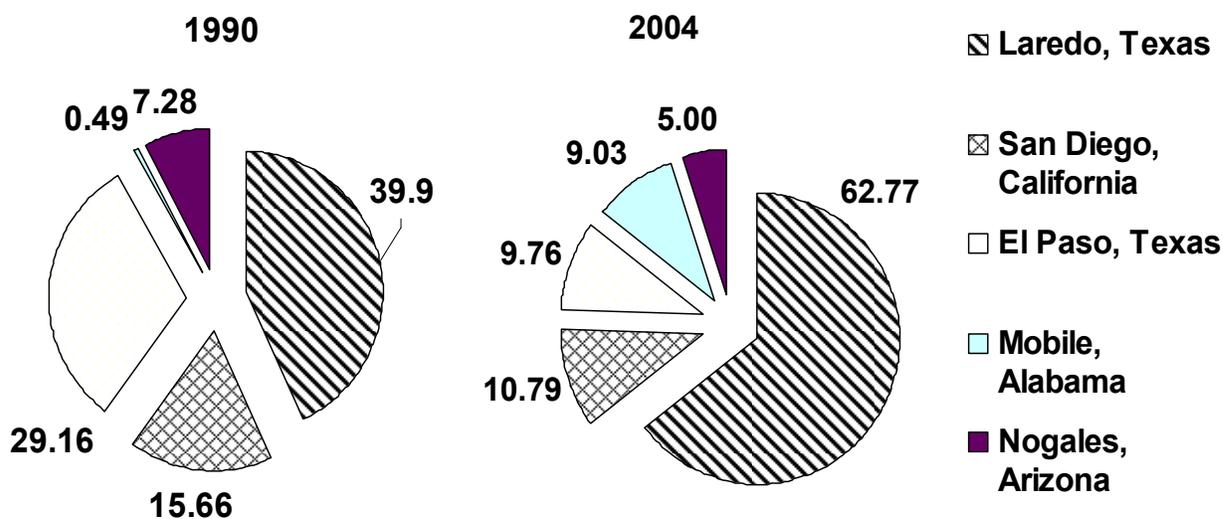
Para el estudio de la competencia entre ambos países, el análisis por distrito de entrada se vuelve importante. Esto se argumenta debido a que es necesario localizar los territorios por los cuales se introducen nuestros productos al mercado estadounidense y saber si éste es un aspecto de competitividad ante China. Además, el conocer los distritos donde se localizan los compradores del producto nacional es fundamental para mantener y fortalecer los vínculos entre los empresarios nacionales y extranjeros de la cadena en el futuro.

En este caso analizamos los principales cinco distritos de entrada para el 2004 e hicimos una comparación con respecto al año 1990. Se analizaron los cambios en el porcentaje de participación de importaciones que entran a cada distrito con respecto al total de importaciones estadounidenses. Todo con respecto al comercio exclusivo de la cadena HTC.

a) México

En primer lugar, es interesante saber que en el caso de México existe una alta concentración de las exportaciones de la cadena HTC en únicamente cinco distritos de Estados Unidos Laredo, Texas; San Diego, California; El Paso, Texas; Mobile, Alabama y Nogales, Arizona (véase gráfico 7). En el 2004 estos cinco distritos recibieron 7,563 millones de dólares, es decir el 97.3% de las importaciones totales de EU de la cadena HTC provenientes de México se concentran en dichos territorios norteamericanos.

Gráfico 7. Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de México por distrito de entrada a (1990-2004). Porcentajes de participación.



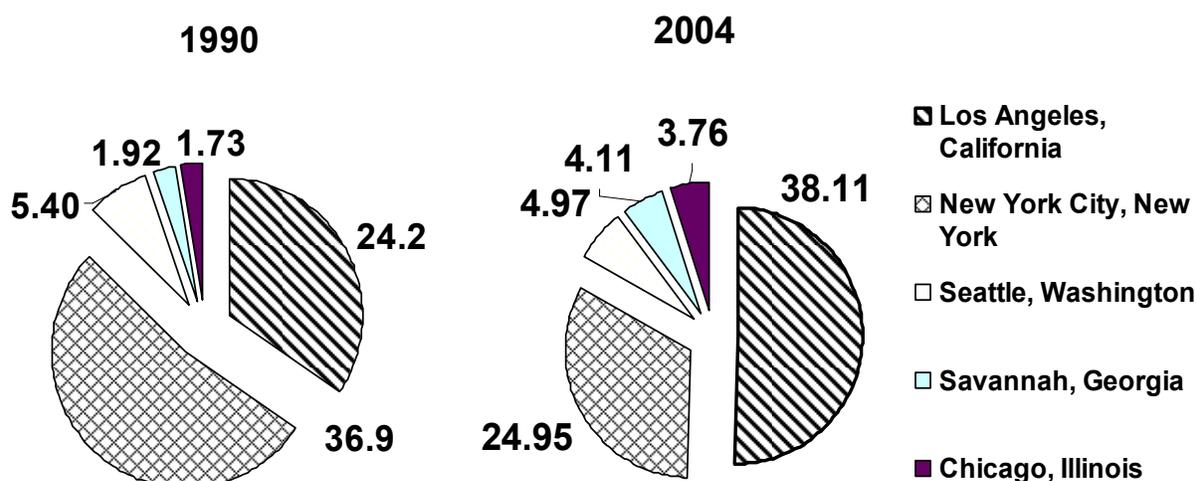
Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

Si bien en 1990 la concentración en el distrito Laredo, Texas -el principal distrito de acuerdo al 2004 -era de alrededor de 40% en el 2004 la participación es de 62.7%. En cuanto al resto de los distritos tenemos que en el 2004 San Diego, California es el segundo distrito de entrada de productos mexicanos ya que participa con el 10.79%; El Paso, Texas con el 9.76% y Mobile, Alabama participa con el 9.03%. Por último Nogales, Arizona recibe el 5% de las importaciones provenientes de México.

b) China

Para el caso de China, la situación es distinta. La participación de los cinco distritos de entrada estadounidenses es importante con respecto al resto, pero sólo concentran alrededor del 76% del total de las importaciones estadounidenses chinas bajo la cadena en el 2004, esto significa 10,876 millones. Debemos destacar que estos cinco distritos son distintos a los que mencionamos para el caso mexicano y son: Los Angeles, California; New York City; Seattle, Washington; Savannah, Georgia y Chicago, Illinois.

Gráfico 8. Estados Unidos: importaciones de la cadena HTC de China por distrito de entrada a (1990-2004). Porcentajes de participación.



Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

En el 2004 Los Angeles, California, el mayor de ellos, participa con 38.11% mientras que el segundo distrito en importancia New York City, New York recibe alrededor de la cuarta parte de las importaciones estadounidenses provenientes de China bajo la cadena. Cada uno de los distritos restantes apenas tienen una participación de 3.8 a 5 por ciento aproximadamente.

Así pues, una vez expuesta la competencia que China y México han tenido durante 1990-2004 en el mercado estadounidense bajo la cadena HTC, daremos las conclusiones preliminares de este capítulo.

3.5 Conclusiones preliminares

A lo largo de este capítulo observamos que el lugar que ocupaba México en el mercado de Estados Unidos bajo la cadena HTC ha disminuido preocupantemente durante 2000-2004. Aunado a esto, durante 2002-2003, China se convirtió en el principal país del cual E. U. importa productos de la cadena, desplazando a México al segundo lugar.

Para la economía mexicana ha significado un fuerte golpe ya que ha perdido espacio en todos los segmentos de la cadena y con más importancia en los de confección y otros. Esto se vuelve un reto para la economía ya que existe una elevada dependencia de la cadena con el mercado estadounidense. Así pues entre los puntos relevantes de las estructuras de las cadenas mexicana y china en Estados Unidos tenemos los siguientes:

- 1) En primer lugar la dependencia por el mercado estadounidense se refleja en tres aspectos: a) alrededor del noventa por ciento del total de las importaciones de Estados Unidos provenientes de México de la cadena HTC se concentran en el segmento confección durante 1990-2004, b) en el 2004 únicamente 25 productos concentran alrededor de dos terceras partes del total de importaciones provenientes de México y c) el 90% del valor importado por Estados Unidos bajo la cadena proveniente de México se concentra en solamente 5 distritos de entrada.
- 2) Cabe destacar como segundo punto, que de acuerdo a la fuente estadounidense USITIC (2004) la cadena HTC es sobradamente superavitaria para México ya que las exportaciones a Estados Unidos fueron ocho veces mayores a las importaciones en el 2004. Sin embargo, la fuente mexicana (SIC-M 2004) indica que México pudiera presentar un comportamiento deficitario en los próximos años debido a las grandes importaciones textiles (véase cuadro 5 y 9). Esto lo decimos debido a que el monto de exportaciones hacia Estados Unidos que arroja dicha fuente mexicana es apenas 1.5 veces más grande que el de las importaciones.
- 3) Por otro lado, Estados Unidos depende fuertemente de sus importaciones del segmento confección. En este aspecto, y dado que México y China están compitiendo fuertemente en éste, nuestro país tiene que repensar si seguirá dedicando más de cuatro quintas partes del comercio de su cadena a este segmento o tendrá que diversificar como lo hace China.
- 4) Por otro lado, México tiene un lugar importante en el segmento hilo, ya que el porcentaje de las importaciones de Estados Unidos provenientes de México bajo este segmento es nueve veces más grande que el de China. Sin embargo, en el caso del segmento otros el porcentaje de las importaciones provenientes de China es once veces más grande que el de México. Al verlo desde el punto de vista de la estructura importadora por segmentos de Estados Unidos éste dedica siete veces más al segmento otros que al de hilo. Ante este contexto México no puede decir que su competitividad en hilo le puede permitir una ventaja sobre China dada la estructura de demanda estadounidense. En cuanto al segmento textil, las participaciones durante 2002-2004 son muy cercanas para ambos países, sin embargo China también ha superado a México durante 2003-2004. Ante esto, México debería buscar oportunidades para penetrar el mercado del segmento otros y deberá hacer importantes reconversiones en el textil, segundo segmento en importancia para su

estructura exportadora, para poder competir contra China dado que ésta lo está superando.

- 5) Por otro lado tenemos lo que ha pasado con la economía china. Este país también concentra sus exportaciones en productos del segmento confección, aunque en su caso dicha concentración es menor a la que presenta la mexicana y ha ido disminuyendo ante el aumento del segmento otros durante los últimos años de nuestro período de estudio. Por otro lado el monto de exportaciones de la cadena HTC chinas en promedio durante 1990-2004 es alrededor de 200 veces más grandes que el de las importaciones, por ende es superavitaria. Esto invita a México a investigar más a fondo el papel del segmento otros, por ejemplo lo puede hacer en cuanto al tema de capacidad y flexibilidad de su planta productiva para penetrar ese nicho de mercado.
- 6) Haciendo un comparativo por productos resultan cuestiones interesantes entre México y China. Mientras que México concentra casi dos terceras partes de sus exportaciones a EU en solamente 25 productos durante 2004, la economía asiática concentró en promedio una cuarta parte de sus exportaciones a EU en sus 25 productos durante 1990-2004. Esto nos habla de una mayor diversificación china en comparación con la mexicana.
- 7) Debemos decir sin embargo, que si bien entre México y China existe una fuerte competencia en segmentos, no sucede lo mismo cuando hablamos de productos. China exporta productos del segmento confección y otros, entre los que destacan pantalones de materiales textiles, bolsas de fibra artificial, jerseys de fibras textiles, sombreros y hasta colchas. Mientras que México se ha especializado en pantalones de mezclilla y algodón para ambos sexos y camisetas de algodón para hombre. Esta dinámica mantiene a nuestro país hasta ahora lejos de la competencia con China a nivel de producto, pero puede ser que en el momento en que aquél país logre hacer también pantalones de mezclilla y algodón, nuestro país estaría poniendo en juego alrededor de una sexta parte del total de sus exportaciones bajo la cadena HTC a Estados Unidos. Aunque debemos decir que esto es sólo una suposición, ya que China tuvo aumentos extraordinarios de participación en casi todos sus principales productos en los últimos años. Esto invitaría a pensar que están buscando especializarse cada vez más en sus propios productos, sin embargo habrá que mantener un seguimiento de esta tendencia para estar seguros de ello.
- 8) Ante esto, México debe pensar en las posibilidades de diversificar sus exportaciones. Este proceso si bien puede ser costoso puede llevarse a cabo si se realiza un análisis detenido del resto de los más de 2000 mil productos que existen para la cadena mexicana. Esta acción, sin olvidarnos de la promoción de los pantalones de mezclilla azules para mujer y de hombre, invitaría a incentivar otros productos tales como las prendas de nado de punto, sacos y bolsas de otros materiales textiles y calcetines y

otra calcetería para las venas varicosas, los cuales han tenido un importante aumento en su participación dentro del total de productos exportados en los últimos años.

- 9) Por otro lado, desde el punto de vista de distritos de entrada se puede pensar que existe una ventaja para poder discriminar mercados en Estados Unidos que reciban los productos mexicanos. En este caso los distritos de entrada están claramente delimitados, lo cual ayudaría a las empresas mexicanas a establecer contactos mayores con las matrices estadounidenses. Además, el esfuerzo puede ser fructífero ya que son distritos de entrada distintos a los que exporta China. Este análisis por distritos puede ser útil inclusive para monitorear la entrada de mercancías chinas que muchas veces hacen triangulación con EU para entrar ilegalmente a nuestro país.
- 10) En conclusión, es claro que sí existe competencia entre China y México a nivel de segmentos, sin embargo, la competencia a nivel de productos no se manifiesta. Esto nos hace ver la importancia de conocer la cadena en su total y su desglose en partes. Con base en esta segmentación nos hemos percatado que nuestro país no puede mantener su dependencia en solamente algunos de sus componentes y que sería deseable que nuestro país penetrara en el segmento *otros* basándose en el incentivo de nuevos productos. En este aspecto, se vuelve importante hacer futuros análisis a nivel de 10 dígitos del sistema armonizado, lo cual nos dará con seguridad resultados interesantes.

4. CONCLUSIONES FINALES

Estados Unidos, el mercado de importancia bajo el contexto de la cadena de valor global mexicana, ya no es un mercado seguro para nuestro país. México, con la firma del TLCAN, apostó desde mediados de la década de los noventa a mantener su primacía dentro del mercado del norte. Sin embargo, en lo referido a una de las cadenas más importantes para el mercado externo mexicano, la cadena HTC, el embate de nuevos competidores es impresionante.

El proceso por el cual ha atravesado la cadena HTC ha sido complejo y demandante desde el momento en que México se vuelve el principal socio comercial de Estados Unidos. La complejidad es debida a la fuerte dependencia que la cadena tiene con aquél mercado desde el punto de vista comercial. Sin embargo, México no logró consolidarse dentro del proceso de *upgrading* durante la permanencia del TLCAN y mientras tanto China, desde el 2001, alcanzó el primer lugar dentro del mercado estadounidense tal que ni siquiera las trabas arancelarias fueron obstáculo para desplazar a nuestro país.

La cadena HTC, a pesar de tener a su favor el marco de competitividad comercial del TLCAN, la ventaja geográfica para reducir costos de transporte y tiempos de entrega y la experiencia exportadora con Estados Unidos, aún no ha logrado el escalamiento del paquete completo al de marca propia. Esta deficiencia está causando estragos a la economía mexicana y a ello se suman las facilidades que otros mercados están teniendo en el marco comercial estadounidense. China ya cuenta con la ventaja arancelaria para poder penetrar el mercado de Estados Unidos, y además mantiene involucrados a diversos actores privados y públicos dentro de su economía para poder mantener a la cadena en esta tendencia.

China es hoy por hoy el mercado más fuerte en la cadena HTC dentro del mercado de Estados Unidos y por ende la necesidad de analizar las implicaciones para la economía mexicana dentro de aquel importante mercado. Con base en esta tendencia del comercio mexicano bajo la cadena HTC es que nos hicimos las siguientes preguntas: ¿a qué nivel está compitiendo México ante China bajo la cadena HTC dentro de Estados Unidos?, es decir, ¿competimos en los mismos segmentos y productos bajo la cadena HTC?

En primer lugar decimos que durante 2000-2004 se presentó un importante descenso en las importaciones de la cadena HTC de Estados Unidos provenientes México. En este período el lugar que ocupaba México en el mercado de Estados Unidos bajo esta cadena disminuyó preocupantemente tal que durante 2002-2004 China se convirtió en el principal país del cual EU importa productos de la cadena, desplazando a México al segundo lugar.

Para la economía mexicana ha significado un fuerte golpe ya que ha perdido espacio en todos los segmentos y compite fuertemente con China en los de confección y textil. Esto se

vuelve un reto para la economía ya que existe una elevada especialización o dependencia en estos segmentos de la cadena.

Primeramente en nuestro período de estudio descubrimos que más de cuatro quintas partes del comercio a Estados Unidos en la cadena está dedicado al segmento confección y que alrededor de tres quintas partes del total de las exportaciones a Estados Unidos se concentraron en únicamente 25 productos, los cuales todos pertenecen al mismo segmento.

En segundo lugar, decimos que México tiene un nicho interesante en sus exportaciones de hilo, sin embargo es un segmento que se dedica a proveer materias primas en la organización industrial de la cadena y que además no es tan importante en la demanda de Estados Unidos, lo cual invita a preocuparnos. A pesar de ello, nuestro país tiene fábricas de fibras sintéticas muy exitosas y de hecho gran parte de los 25 principales productos están hechos con este tipo de material. Puede ser que estemos ante un segmento de poco valor agregado pero que con base en las alianzas en México y Estados Unidos puedan descubrirse nuevos nichos de mercado que antes se pasaron por alto.

En tercer lugar, en cuanto al segmento otros, Estados Unidos le dedica alrededor del 14% de sus importaciones. Esto es relevante ya que China está incursionando dentro de este segmento cada vez con más fuerza, ya que en el 2004 alrededor de la tercera parte de sus exportaciones a Estados Unidos están dedicadas a este segmento, proporcionando artículos como sombreros, bolsas de fibra artificial y colchas. México sin embargo, no ha participado en este segmento de forma competitiva dentro del mercado estadounidense durante el período de nuestro estudio. Este tema entonces, merecerá futuras líneas de investigación para buscar las razones por las cuales nuestro país no produce productos de este segmento y buscar si hay posibilidades de hacerlo crecer en el mediano plazo.

En cuarto lugar, en el segmento textil las participaciones durante 2002-2004 son muy cercanas para ambos países, sin embargo China también ha superado a México en éste durante 2003-2004. México además presenta déficit en éste y cabe mencionar que dicho comportamiento deficitario se presentó en varios años del período 1990-2004. Esto es preocupante dado que es un segmento nodal para los eslabonamientos de la cadena. Esto indica que si bien somos exportadores de bienes de confección, la masiva importación de textiles muestra que aún no somos capaces de producir las telas y demás insumos del segmento textil dentro del país. Esto ha provocado una dependencia de insumos para la confección provenientes de otros países, sobre todo de Estados Unidos.

Por otro lado, debemos decir que la economía china también concentra sus exportaciones en productos del segmento confección, aunque en su caso dicha concentración es menor a la que presenta la mexicana y ha ido disminuyendo ante el aumento del segmento otros. El monto de exportaciones de la cadena HTC china en promedio durante 1990-2004 es alrededor de 200 veces más grande que el de las importaciones, por ende es holgadamente superavitaria. Esto nos sirve de alerta ya que China no únicamente le apuesta a productos de

confección sino que está diversificando su mercado. Además, el país asiático no depende de los insumos del resto del mundo puesto que hilo y textil son segmentos superavitarios por mucho. Esto será clave para la sustentabilidad del modelo exportador chino en la cadena HTC.

Haciendo un comparativo por productos resultan cuestiones interesantes entre México y China. En primer lugar la economía asiática concentró en promedio una cuarta parte de sus exportaciones a EU en 25 productos durante 1990-2004, lo que la hace mucho más diversificada que México a este nivel de agregación. Además de ello, China exporta productos del segmento confección y otros, como ya lo habíamos mencionado antes, entre los que destacan pantalones de materiales textiles, bolsas de fibra artificial, *jerseys* de fibras textiles, sombreros y hasta colchas. Mientras que México se ha especializado en pantalones de mezclilla y algodón para ambos sexos y camisetas de algodón para hombre.

Esta dinámica mantiene a nuestro país hasta ahora lejos de la competencia con China a nivel de producto, pero puede ser que en el momento en que aquél país incursionara en nuevos productos tales como estos mismos pantalones de mezclilla y algodón, nuestro país estaría en serios problemas dada su estructura tan especializada. Esto tal vez es una suposición sin sustento ya que no hemos realizado una investigación precisa sobre el tema, sin embargo nadie dice que estamos exentos de que esto suceda. Además aunado a esta gran especialización, recordemos que la producción de ropa de paquete completo de prendas de ropa estándar tales como pantalones de mezclilla, camisas y pantalones de punto y ropa interior no cuentan con encadenamientos nacionales que produzcan los insumos para su creación. Ante esta situación, las posibilidades de diversificar pueden ser viables y necesarias, sin embargo este tema formaría parte de futuras investigaciones. En estos estudios sería necesario realizar análisis precisos del resto de los productos. Esto obviamente puede dar pie también al análisis de los procesos que están detrás de cada uno de estos productos para poder tener conclusiones más robustas sobre sus efectos de endogeneidad en el territorio.

México tiene productos excepcionales tales como los pantalones y bragas no de punto, de mezclilla azules para mujer y hombre que ocupan los primeros dos lugares de participación y que han aumentado su participación promedio durante el período 2001-2004. Sin embargo, los principales cinco productos chinos aumentaron también su participación promedio y de forma casi extraordinaria. Lo anterior nos indica que China ha logrado crecimientos de participación sorprendentes en tan sólo seis años y México, si bien ha aumentado su dependencia por los principales 25 productos, presenta una tendencia negativa en cuanto a su dinámica de crecimiento en los últimos cuatro años. Esto no significa que México no tenga las capacidades para poder generar otro nuevo proceso de orientación a las exportaciones en esta cadena con una mejor planificación. Sin embargo, sí significa que los esfuerzos deben ser realizados en el corto plazo y con estudios a nivel microeconómico y mesoeconómico de los segmentos más débiles, tal es el caso del textil.

Nuestra ventaja en Estados Unidos fue alguna vez arancelaria, pero hoy debe ser una ventaja nacional basada en compromisos entre sector privado y público. Sabemos que la cadena hilo-textil-confección ha sido una de las cadenas perdedoras durante el 2000-2004, con expulsión de casi el 30 por ciento de su empleo. Por ello, es preciso que la Secretaría de Economía y otras instituciones trabajen con mucho más ahínco en el aspecto del financiamiento, de la promoción externa, de la inversión en tecnología, etc. Estos temas no han sido tocados en este trabajo, pero abre la posibilidad de futuras líneas de investigación a nivel macroeconómico y mesoeconómico.

En este caso esta investigación principalmente reparó en conocer en qué segmentos y productos está especializado el país dentro del mercado estadounidense y las posibilidades de seguir en esta línea de especialización o de diversificar los mercados. La investigación de procesos y a nivel de organización industrial no ha sido parte de los objetivos y por ende la necesidad de que en futuras indagaciones otros investigadores dediquen un esfuerzo a conocer la cadena a nivel territorial, organizacional y empresarial.

El argumento de incluir la perspectiva de cadena, segmentos y productos fue de suma importancia ya que cada una de estas partes tiene características distintas a nivel territorial y estructural. Por esta razón es necesario conocer sus problemas de forma exclusiva a nivel de variables tan relevantes como el empleo y el comercio externo. Esta subdivisión nos permitió a lo largo de la investigación entender las diferencias en el escalamiento de los territorios. Sobre todo, nos ayudó para observar cuáles son los retos que las economías mexicana y china enfrentan actualmente para lograr un escalamiento más rápido y para mantener su posición dentro del mercado estadounidense. El compromiso fundamental que se puede deducir de este trabajo es continuar conociendo la cadena a este nivel de desagregación y propiciar mayor interés en las dependencias nacionales tales como la Cámara Nacional Industria del Vestido y la Cámara Nacional de la Industria Textil, así como la SE. Estas instituciones tienen capacidad para realizar este tipo de análisis tan necesarios para conocer la cadena en la que se están perdiendo empleos y se están beneficiando países que estuvieron en peores condiciones comerciales que el nuestro.

El reto siguiente sin embargo podría ser el conocer cuáles son los empresarios que se dedican a cada nivel de desagregación y así tener claro qué legislación especial puede aplicar a cada empresario dado el nivel de cadena al que pertenezcan. En el aspecto comercial existen ciertamente puntos que no pueden ser alcanzados a dilucidar tales como cuáles de los 25 principales productos a 10 dígitos son los que están generando encadenamientos hacia el interior del país, sin embargo podemos saber cuáles son los segmentos y productos en los que México puede poner un esfuerzo mayor para poder competir en sus principales mercados. En este caso se puede hacer una discriminación primero sobre productos que tengan las mayores tasas de crecimiento y encontraremos tal vez, como se hizo en esta investigación, que productos como los *jerseys* (suéteres), los trajes de baño y accesorios para nado, otras prendas de fibra artificial, sacos y bolsas, shorts, entre otros, están creciendo. En este aspecto las preguntas que nos hacemos son ¿por qué no incentivar estos productos con

políticas directas o porqué no dedicarnos a otros productos? ¿cuáles son las respuestas que pueden dar las instituciones públicas y privadas ante este resultado?

El problema está en dedicar recursos para hacer este tipo de trabajos y obtener conclusiones firmes y posteriormente desarrollar las políticas que incentiven a aquellos productos que generen mayores procesos de endogeneidad en el territorio. Los incentivos pueden ser monetarios o en especie, fiscales, arancelarios o de otro tipo. El hecho es que se debe conocer y estudiar más a fondo este tipo de cadenas si es que se quiere mantener el nivel dentro del comercio internacional que ha alcanzado nuestro país desde el momento en que decidió cambiar de modelo de crecimiento y formar una parte muy importante dentro de los GCC.

Conocer qué tipo de empresarios hay en México, qué tipo de productos venden y qué cantidad de valor agregado añaden al total nacional es difícil si no se cuentan con análisis serios a nivel de cadena u otro tipo de desagregación. Las opciones son varias y la investigación que se ha presentado ahora es una de ellas. Podemos por un lado seguir compitiendo por el mercado estadounidense bajo el marco del TLCAN, o tal vez competir como región latinoamericana. Es decir crear un nuevo acuerdo comercial regional con Estados Unidos y nuestros vecinos centroamericanos o empezar a buscar nuevos mercados distintos a estos dos.

En la cadena HTC mexicana hace falta llegar a niveles de análisis como al que llegamos ahora para poder promover productos y segmentos precisos. Si los apoyos se dan de forma dispersa, si no se dan a conocer cuáles son los productos que pueden competir en el exterior y si no se clasifica a la misma industria bajo un mecanismo eficiente para poder llevar a cabo legislaciones precisas sobre los productos, entonces seguramente los esfuerzos conjuntos de diversas Instituciones nacionales no tendrán el impacto suficiente. El mejor esfuerzo es seguir investigando para poder proponer en un futuro las políticas necesarias que cambien la tendencia de esta cadena que hoy está sufriendo un grave deterioro.

ANEXO 1. METODOLOGÍAS, CLASIFICACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA CADENA HTC

1.1 Los criterios para certificar el origen regional de una mercancía (Mercado de Valores 1991b; Gazol 2004a; Secretaría de Economía 2005c)

- 1) Que se produzca en alguno (s) país(es) del TLCAN;
- 2) Cambio en la clasificación arancelaria (principal método para definir los productos que gozarán el trato preferencial). El cambio de clasificación arancelaria o salto arancelario, obliga a que la exportación de un bien, con preferencia, se realice bajo una fracción arancelaria distinta a las fracciones por las cuales ingresaron los insumos a la región¹. Este se aplica cuando el bien contenga materiales de otros países no miembros pero que han sido transformados en la región;
- 3) Porcentaje de contenido regional (en la práctica este método ha tenido serios problemas de interpretación). Si el contenido regional (el valor de los insumos regionales más el costo directo de procesamiento en la región) del producto es superior a un porcentaje predeterminado del valor, el bien es considerado de la región².
- 4) Transformación sustancial. Esta ocurre cuando un artículo adquiere, dentro de un proceso productivo, un nombre, características o uso diferentes a aquellos materiales utilizados para su elaboración; y
- 5) Determinación de procesos productivos específicos. Consiste en definir los procesos de fábrica que determinan el origen de los bienes y que deben dar lugar a una modificación significativa de los materiales importados fuera de la región.

1.2 Aspectos relevantes del Cuarto Informe de la SE (SE 2004b)

Este apartado se hace un análisis del tercer informe de la Secretaría de Economía (SE 2005a) para conocer las acciones del Programa de competitividad de la cadena HTC (al cual

¹ Un ejemplo de “salto arancelario” lo es el de “Marcos de madera”. La aplicación de la regla de origen para marcos de madera permite que gocen de trato preferencial si son clasificados en una partida distinta a la de los insumos procedentes de fuera de la región. Como la madera en bruto se clasifica en la partida “4403” y los marcos de madera en la partida “4414”, éstos sí tienen derecho al trato preferencial porque ya dieron el “salto” de clasificación (SE 2004b).

² Un ejemplo es la industria del automóvil, la cual dispone que los bienes deben cumplir con un mínimo de “contenido regional” conforme al procedimiento de costo neto, de 62.5% para automóviles pasajeros, camiones ligeros y motores y transmisiones para éstos; y de 60% para los demás vehículos y autopartes (SE 2004b).

llamaremos P-HTC y que fue mencionado en el capítulo 2 en el apartado 2.2.1) y para destacar los puntos débiles en la propia planeación del programa.

En primer lugar, dentro de las metas específicas del P-HTC (SE 2005a) se destaca que se busca apoyar a los empresarios para recuperar los niveles de inversión, pero no se especifica qué tipo de inversión, si nacional o extranjera. En segundo lugar, se proponía generar 500,000 empleos nuevos para el 2006 y hasta al 2004 de acuerdo al Tercer informe, ha habido sólo un incremento de 13,000 empleados (SE 2004b:113). Debemos decir sin embargo, que en cuanto al combate a la ilegalidad el tercer informe da buenos indicios. Podemos notar que son más claros los mecanismos para evitar prácticas ilícitas en el comercio de mercancías como el contrabando proveniente del resto de países, sobre todo asiáticos. En este tema se ha trabajado intensamente en el ámbito de la Comisión Mixta para el combate a la ilegalidad y el contrabando; en 2003 se modificaron los ordenamientos jurídicos aplicables a los programas de fomento a las exportaciones; a partir de agosto de 2003 el SAT instaló el sistema electrónico *Valunet*, para detectar operaciones de “contrabando documentado”, y se implementó un sistema de monitoreo electrónico a empresas con programas PITEEX³ y Maquila a fin de evitar posibles desvíos de mercancía importada temporalmente al mercado nacional⁴.

En cuestión de otros temas, pareciera que existe una debilidad, y es que las instancias involucradas en el programa son muchas. Si bien se especifica el papel que tendrá cada una de ellas, es necesario un eje que comande las acciones de las mismas y aunque existe un Comité técnico, no se clarifican los alcances de éste. El comité, de hecho, es el que presenta un informe anual a la presidencia y se reúne para sesionar de manera quincenal pero nada más. En este aspecto, durante los seis primeros meses de 2004, tenemos que los primeros resultados publicados fueron los de la Secretaría de Economía. La Secretaría analizó 20 proyectos presentados por los organismos empresariales de la cadena HTC, de los cuales se aprobaron nueve y están por entregarse los recursos del Fondo PYME. Dichos fondos podrían ser de hasta casi ocho millones de pesos con lo cual se apoyará la elaboración de estudios, proyectos de capacitación y promoción de esta cadena productiva.

Por otro lado al momento de que se habla de vinculación entre cadena y gobierno ¿Quién es la cadena: Pequeñas y medianas empresas (PYMES) o segmentos específicos, o productos? Esto es relevante ya que al hablar de productos o de empresas, estamos refiriéndonos a ciertos segmentos de la cadena, de acuerdo al programa de competitividad no se fomentan

³ El programa PITEEX consiste en el otorgamiento de estímulos por parte del gobierno mexicano a las empresas de la industria nacional para que puedan importar temporalmente de cualquier parte del mundo y sin el pago de los impuestos de importación, impuesto al valor agregado y, en su caso, cuotas compensatorias según corresponda, las materias primas, maquinaria y equipo con las características necesarias para la fabricación de sus productos de exportación, permitiendo así el incremento y fortalecimiento de la actividad exportadora (Álvarez y Dussel Peters, 2001)

⁴ En el primer semestre de 2004 el decomiso de mercancías ilegales fue 66 por ciento mayor al registrado en el mismo periodo del año anterior (SE, 2004b).

productos específicos sino que solamente se habla de fomentar los “tres eslabones de la cadena”. Cuando se habla de manera más desagregada, se dice que habrá un monitoreo por fracción para identificar prácticas ilegales y para conocer productos clave y segmentos de promoción susceptibles de promoción de sus exportaciones. En este aspecto es interesante decir que el estudio que se presentó en el capítulo tercero puede servir para colaborar a la realización de este punto.

Y cuando se habla de la unidad empresarial se buscan microempresas que satisfagan el mercado de bajos ingresos con la finalidad de ganar espacio en el mercado interno y posteriormente lograr un crecimiento de escala para que cuando sean medianas empresas pueda alentarse su vinculación y coordinación con compradores comercializadores. Sin embargo, no son claros los incentivos para lograr este objetivo. Además existe una problemática entre los organismos empresariales y la SE, puesto que tienen que compartir información y detectar casos de triangulación y contrabando, y sobre todo generar las condiciones para lograr el paquete completo. Sin embargo, ¿qué instancia privada representa a éstos minoristas y quién a las PYMES? ¿lo hará la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)? También se plantean reuniones entre organismos empresariales y tiendas departamentales y de autoservicio bimestralmente, sin embargo tampoco se han visto resultados sobre el tema.

¿Es únicamente el mercado de Estados Unidos el propicio para que la cadena siga creciendo? Para la SE sí, puesto que se dará más incentivos a aquellas empresas que cumplan la regla de origen del TLCAN, ¿Y qué pasó con la búsqueda de nuevos mercados? En este aspecto, consideran necesario la consolidación de un bloque comercial en América, Norteamérica, Centroamérica y Caribe, para avanzar en el ALCA y fortalecer la región. De hecho, se apoyó el cabildeo que realizaron industriales textiles en Estados Unidos en la negociación del Acuerdo de Libre Comercio de Centro América y los Estados Unidos (CAFTA), en donde se logró que los textiles mexicanos puedan utilizarse como insumos en ciertas prendas confeccionadas en la región y que gozaran de preferencias en el marco de este Acuerdo comercial. Esto es un punto importante ya que permite a México realizar una triangulación con el mercado centroamericano y fomentará el débil segmento textil mexicano.

Se implementó además una segunda etapa de la campaña “Fíjate que esté hecho en México”, para promocionar el consumo de prendas de vestir manufacturadas en el país, asociado con los empleos que se generan y los encadenamientos internos. Este tipo de programas pueden promover las marcas mexicanas para poder generar confianza e interés en los consumidores nacionales.

Quedan sin embargo preguntas en el aire sobre todo con respecto al crédito: ¿Cuáles son las ventajas reales que se les ha dado a los proveedores nacionales para competir frente al tratamiento otorgado a los importadores? Se plantea que BANCOMEXT apoye a los integrantes

de la cadena que realicen eventos de misiones de compradores y promoción de difusión de eventos y ferias y medios de difusión electrónicos e impresos. Pero cuánto se les dará y ¿por qué no mejor incentivar por tipo de producto y por nivel de importancia dentro de la cadena de valor a nivel de PIB, o de Exportaciones o de creación de tecnología y diseño? En este punto, se plantea aumentar el crédito otorgado sobre todo diferenciando las necesidades financieras de cada empresa, por tamaño y eslabón al que pertenecen, revisar tope máximo de crédito cuando sea intensiva en capital y establecer garantías para que la banca privada otorgue crédito. Por otro lado se plantea elaborar un perfil y capacidades de cada empresa para elaborar una base de datos, esto se puede volver un avance interesante si se logra llevar a cabo antes del 2006. En este aspecto, se realizó un análisis en torno a la logística de paquete completo y resurtido rápido, entre la SE y la UNAM. A partir del diagnóstico que se genere, se emitirán recomendaciones para impulsar la competitividad, a través de acciones específicas para mejorar las prácticas de logística de las empresas. Por último, no queda muy claro quien será el comité que mida los avances en todos los puntos antes mencionados y cuáles son los índices de medición. Si bien el programa lo menciona no se especificó cuáles serían y cuándo se darán a conocer. Finalmente, durante el primer semestre de 2004, la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa, ha canalizado recursos específicos a la elaboración de estudios para la industria y apoyo a proyectos de capacitación, así como para la creación de un centro de desarrollo para la industria textil y del centro de diseño por computadora de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido. Esperamos que Centros como éste se promuevan seriamente y sirvan de ejes para la política de competitividad de la cadena HTC.

1.3 Clasificación de la Encuesta Industrial Mensual y Anual (205 clases); Encuesta Industrial Anual

3. Sector Manufacturero

- Subsector 31 Productos Alimenticios, Bebidas y Tabaco
- Subsector 32 Textiles, Prendas de Vestir e Industria del Cuero
 - Rama 3211 Industria Textil de Fibras Duras y Cordelería de Todo Tipo
 - Rama 3212 Hilado, Tejido y Acabado de Fibras Blandas. Excluye de Punto
 - Rama 3213 Confección con Materiales Textiles. Incluye la Fabricación de Tapices y Alfombras de Fibras Blandas
 - Rama 3214 Fabricación de Tejidos de Punto
 - Rama 3220 Confección de Prendas de Vestir
 - Rama 3230 Industria del Cuero, Pieles y sus Productos. Incluye los Productos de Materiales Sucedáneos. Excluye Calzado y Prendas de Vestir de Cuero
 - Rama 3240 Industria del Calzado. Excluye de Hule y/o Plástico

- Subsector 34 Papel, Productos de Papel, Imprentas y Editoriales
- Subsector 35 Sustancias Químicas, Productos Derivados del Petróleo y del Carbón, de Hule y de Plástico
- Subsector 36 Productos de Minerales no Metálicos, Excepto Derivados del Petróleo y Carbón
- Subsector 37 Industrias Metálicas Básicas
- Subsector 38 Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo. Incluye Instrumentos Quirúrgicos y de Precisión
- Subsector 39 Otras Industrias Manufactureras

ANEXO 2. CUADROS ESTADÍSTICOS

Cuadro 1. México: comparación de las bases de datos del Censo Industrial (INEGI) y la Encuesta Industrial Anual para la industria textil, prendas de vestir y cuero (1993-2004)

VARIABLES	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1993-2004
PIB (millones\$corrientes)	19,257	20,605	26,918	39,149	51,235	59,990	68,586	76,570.3	75,254.7	75,275.4	74,522.5	78,586.3	675283
Valor de la producción (205 clases) millones de pesos	--	20,141	25,680	38,163	47,171	53,260	58,260	63,568.7	59,270.8	57,850.6	51,524.9	56,294.4	531184.142
PIB (millones\$corrientes) %	--	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Valor de la producción(205 clases) / PIB (%)	--	97.75	95.40	97.48	92.07	88.78	84.95	83.02	78.76	76.85	69.14	71.63	78.66
Insumos totales, Censo Industrial Anual 1999 (Miles de pesos)	23,615,324	--	--	--	--	88,892,454	--	--	--	--	--	--	40,632,062
Insumos Totales (205 clases) (millones de pesos, \$ corr)	--	13,276,623	16,961,165	25,102,722	30,790,646	34,185,940	36,648,736	40,389,322	37,725,879	36,513,149	--	--	30,177,131
Insumos Totales (205 clases) / Insumos totales censo industrial 1999 (%)	--	--	--	--	--	38.46	--	--	--	--	--	--	--
Unidades económicas censadas , Censo Industrial Anual 1999	44,126	--	--	--	--	55,252	--	--	--	--	--	--	38,666
Número de Establecimientos (205 clases)	--	1,031	1,022	1,012	960	915	832	811	784	767	--	--	904
Número de Establecimientos (205 clases) / Unidades económicas censadas , Censo Industrial Anual 1999 (%)	--	--	--	--	--	1.66	--	--	--	--	--	--	--
Empleo Encuesta Industrial Anual	515,872	497,454	481,971	548,010	620,088	655,760	704,228	747,547	695,336	623,722	587,120	--	6677108
Personal Ocupado 205 clases	--	152,556	132,155	143,515	156,780	156,995	156,542	158,615	142,188	126,966	111,498	110,247	1,548,056
Personal Ocupado 205 clases/ Empleo Encuesta Industrial Anual	--	30.67	27.42	26.19	25.28	23.94	22.23	21.22	20.45	20.36	18.99	--	23.18

a/ El total de la División 32 Textiles, prendas de vestir e industria se excluyeron aquellas clases que forman parte de la industria del cuero y por lo tanto nuestra selección únicamente incluye las siguientes clases a 6 dígitos: 321111 Preparación de fibras de henequén, 321112 hilado y tejido de henequén, 321120 Fabricación de cordelería de fibras de todo tipo naturales o químicas 321202, Hilado de fibras blandas, 321203 Fabricación de hilo para coser, bordar y tejer, 321204 Fabricación de estambres de lana y fibras químicas, 321205 Fabricación de telas de lana y sus mezclas, 321206 Tejido de fibras blandas, 321207 Acabado de hilos y telas de fibras blandas, 321208 Fabricación de encajes, cintas, etiquetas y otros productos de pasamanería, 321214 Fabricación de algodón absorbente, vendas y similares, 321215 Fabricación de telas no tejidas, 321216 Fabricación de textiles recubiertos o con baño, 321217 Hilado, tejido y acabado de fibras artificiales, 321311 Confección de sábanas, manteles, colchas y similares, 321312 Confección de productos bordados y deshilados, 321321 Confección de toldos, cubiertas para automóviles y tiendas de campaña, 321332 Fabricación y tejido de alfombras y tapetes de fibras blandas, 321401 Fabricación de medias y calcetines, 321402 Fabricación de suéteres, 321403 Fabricación de ropa interior de punto, 321404 Fabricación de telas de punto, 321405 Fabricación de ropa exterior de punto y otros artículos, 322001 Confección de ropa exterior para caballero, 322003 Confección de ropa exterior para dama, 322005 Confección de camisas, 322006 Confección de uniformes, 322009 Confección de ropa exterior para niños y niñas. El procedimiento de selección que hace INEGI de los establecimientos para conformar la muestra de la Encuesta Industrial Total se realiza de la siguiente forma: 1. Se seleccionaron las clases de actividad que aportan un mayor valor de producción; 2. En cada clase de actividad fueron seleccionados los establecimientos que sumados aportan como mínimo el 80% del valor bruto de producción; 3. En general se incorporaron todos aquellos establecimientos con 100 o más personas ocupadas en cada clase de actividad; 4. Para actividades en las que la producción está concentrada en pocos establecimientos, se tomaron todos; 5. En las clases de actividad donde la producción se encuentra

distribuida en establecimientos pequeños, se tomó una muestra de 100 establecimientos como mínimo, por lo que a diferencia de la muestra anterior, en la actual los establecimientos pequeños tienen una mayor participación. Para el caso de la Industria Las unidades de observación de la encuesta son los establecimientos del sector manufacturero; se excluyen los establecimientos que se dedican a la maquila de exportación, toda vez que éstos se divulgan específicamente a través de la Maquiladora de Exportación que también genera el INEGI.

Fuente: elaboración propia con base en Censo Industrial, INEGI (1999 y 2004)

Cuadro 2. Principales exportadores e importadores textiles y de prendas de vestir mundiales (2002)

Principales exportadores e importadores de textiles, 2002									
Miles de millones de dólares, participación porcentual y tasa de crecimiento									
	Valor	Parte en las exportaciones/ importaciones mundiales				Tasa de crecimiento			
	2002	1980	1990	2000	2002	1995-00	2000	2001	2002
Exportadores									
Unión Europea (15 países) (1)	52.05	49.4	48.7	34.3	34.2	-3	-4	-3	1
Exportaciones extra-UE	23.12	15.0	14.5	14.1	15.2	0	1	2	4
China a (2)	20.56	4.6	6.9	10.5	13.5	3	24	4	22
Hong Kong, China (3)	12.37	-	-	-	-	-1	10	-9	1
exportaciones locales	0.98	1.7	2.1	0.8	0.6	-8	-4	-11	-7
reexportaciones	11.40	-	-	-	-	0	11	-9	2
Estados Unidos (4)	10.70	6.8	4.8	7.1	7.0	8	15	-4	2
Corea, República de (5)	10.59	4.0	5.8	8.2	7.0	1	9	-14	-3
México a (12)	2.21	0.2	0.7	1.7	1.5	15	12	-19	6
Importadores									
Unión Europea (15 países) (1)	46.21	46.5	46.7	29.9	28.8	-3	-4	-4	-1
Importaciones extra-UE	17.27	14.0	13.2	10.7	10.8	1	2	-2	1
Estados Unidos (2)	17.00	4.5	6.2	9.8	10.6	9	12	-4	10
China a (3)	13.06	1.9	4.9	7.9	8.1	3	16	-2	4
Hong Kong, China (4)	12.02	-	-	-	-	-4	9	-11	-1
importaciones definitivas	0.62	3.7	3.8	0.9	0.4	-21	-4	-30	-39
México a (5)	6.37	0.2	0.9	3.8	4.0	29	...	-3	6
Principales exportadores e importadores de prendas de vestir, 2002									
(Miles de millones de dólares y porcentajes)									
	Valor	Parte en las exportaciones/ importaciones mundiales				Tasa de crecimiento			
	2002	1980	1990	2000	2002	1995-00	2000	2001	2002
Exportadores									
Unión Europea (15 países) (1)	50.45	42.0	37.7	24.1	25.1	0	-5	2	4
Exportaciones extra-UE	16.59	10.4	10.5	7.4	8.3	0	0	7	6
China a (2)	41.30	4	9	18.3	21	8	20	2	13
Hong Kong, China (3)	22.34	-	-	-	-	3	8	-3	-5
exportaciones locales	8.31	11	9	5.0	4	1	4	-7	-10
reexportaciones	14.04	-	-	-	-	4	12	-1	-1
Turquía (4)	8.06	0.3	3.1	3.3	4.0	1	0	2	21
México a (5)	7.75	0.0	0.5	4.4	3.9	26	11	-7	-3
Estados Unidos (6)	6.03	3.1	2.4	4.4	3.0	5	4	-19	-14
Importadores									
Unión Europea (15 países) (1)	84.88	54.3	50.6	38.8	40.3	2	-2	1	5
Importaciones extra-UE	51.02	23.0	25.2	22.9	24.2	3	2	2	6
Estados Unidos (2)	66.73	16.4	24.0	32.5	31.7	10	14	-1	1
Japón (3)	17.60	3.6	7.8	9.5	8.4	1	20	-3	-8
Hong Kong, China (4)	15.64	-	-	-	-	5	8	1	-3
importaciones definitivas	1.60	0.9	0.7	0.8	0.8	14	-12	11	-16
México a (5)	4.06	0.3	0.5	1.9	1.9	16	...	-5	6
China a (14)	1.36	0.1	0.0	0.6	0.6	4	8	7	6

Nota: Entre paréntesis el lugar que ocuparon de acuerdo al 2002

a: Incluye importantes exportaciones e importaciones de las zonas de elaboración.

Fuente: elaboración propia con base en OMC (2004a)

Cuadro 3. México: número de empresas por valor de ventas miles de pesos y rama a 6 dígitos de la cadena fibras-textil-confección (2005)

6 DIGITOS	RANGO DE VENTAS (MILES DE PESOS \$)								Total genera
	0-51	51-100	101-200	201-500	501-1000	1001-3000	3001-6000	12,000-30,000	
321111 PREPARACION DE FIBRAS DE HENEQUEN	1	1	0	0	1	0	4	0	9
321112 HILADO Y TEJIDO DE HENEQUEN	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HILADO Y TEJIDO DE IXTLE DE PALMA Y OTRAS FIBRAS									
321113 DURAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FABRICACION DE CORDELERIA DE FIBRAS DE TODO TIPO									
321120 NATURALES O QUIMICAS	0	0	0	0	1	1	0	0	4
321201 DESPEPITE Y EMPAQUE DE ALGODON	1	1	0	2	2	0	2	0	8
321202 HILADO DE FIBRAS BLANDAS	9	3	7	5	6	9	10	0	88
321203 FABRICACION DE HILO PARA COSER, BORDAR Y TEJER	0	0	0	0	0	0	0	0	7
FABRICACION DE ESTAMBRES DE LANA Y FIBRAS									
321204 QUIMICAS	0	0	0	0	0	2	0	0	4
321205 FABRICACION DE TELAS DE LANA Y SUS MEZCLAS	0	0	1	0	0	0	2	0	12
321206 TEJIDO DE FIBRAS BLANDAS	11	4	3	5	10	8	15	0	89
321207 ACABADO DE HILOS Y TELAS DE FIBRAS BLANDAS	4	2	2	3	1	5	4	0	34
FABRICACION DE ENCAJES, CINTAS, ETIQUETAS Y OTROS									
321208 PRODUCTOS DE PASAMANERIA	4	0	3	0	1	1	6	0	25
FABRICACION DE FIELTRO Y ENTRETELAS DE FIBRAS									
321209 BLANDAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FABRICACION DE ALGODON ABSORBENTE, VENDAS Y									
321214 SIMILARES	0	0	0	0	0	0	0	0	0
321215 FABRICACION DE TELAS NO TEJIDAS	0	1	0	0	1	3	0	0	16
321216 FABRICACION DE TEXTILES RECUBIERTOS O CON BA-O	1	0	0	0	0	0	0	0	1
CONFECCION DE SABANAS, MANTELES, COLCHAS Y									
321311 SIMILARES	18	2	7	7	4	5	7	0	55
321312 CONFECCION DE PRODUCTOS BORDADOS Y DESHILADOS	42	15	16	33	18	17	11	0	165
CONFECCION DE OTRO ARTICULOS CON MATERIALES									
321322 TEXTILES NATURALES O SINTETICOS	128	12	26	18	27	30	24	0	302
TEJIDO A MAQUINA DE ALFOMBRAS Y TAPETES DE FIBRAS									
321332 BLANDAS	0	0	0	0	1	0	0	0	4
321401 FABRICACION DE MEDIAS Y CALCETINES	1	1	1	1	4	6	8	0	36
321402 FABRICACION DE SUETERES	1	0	0	0	0	2	2	0	6
321403 FABRICACION DE ROPA INTERIOR DE PUNTO	1	0	0	0	0	1	0	0	3
321404 FABRICACION DE TELAS DE PUNTO	1	2	1	2	1	7	3	0	28
CONFECCION DE ROPA EXTERIOR PARA CABALLERO									
322001 HECHA EN SERIE	22	9	10	7	26	23	43	0	191
CONFECCION DE ROPA EXTERIOR PARA DAMA HECHA EN									
322003 SERIE	99	20	64	32	41	41	46	0	369
CONFECCION DE ROPA EXTERIOR PARA DAMA HECHA									
322004 SOBRE MEDIDA	11	0	5	0	9	6	3	0	37
322005 CONFECCION DE CAMISAS	4	0	6	3	1	7	5	0	31
322006 CONFECCION DE UNIFORMES	9	1	3	3	8	9	16	0	52
322011 CONFECCION DE CORSETERIA	14	3	5	8	3	7	8	0	62
FABRICACION DE SOMBREROS, GORRAS Y SIMILARES,									
322014 HECHOS DE PALMA Y OTRAS FIBRAS DURAS	10	9	2	1	0	1	2	0	26
CONFECCION DE GUANTES, CORBATAS, PA-UELOS Y									
322015 SIMILARES	2	0	5	2	4	7	10	0	34
FABRICACION DE ARTICULOS DE PLASTICO PARA EL									
356005 HOGAR	9	5	4	5	5	3	10	0	52
FABRICACION DE CORCHOLATAS Y OTROS PRODUCTOS									
381408 TROQUELADOS Y ESMALTADOS	9	1	2	2	8	0	2	0	28
FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS NO CLASIFICADOS									
390011 EN OTRA PARTE	808	158	97	153	128	133	95	0	1911
COMERCIO AL POR MENOR DE TELAS, CASIMIRES Y									
623021 BLANCOS	1303	247	158	129	79	53	58	0	2060
COMERCIO AL POR MENOR DE ARTICULOS DE MERCERIA,									
623022 SEDERIA Y SIMILARES	2536	619	252	162	57	32	29	0	3716
623023 COMERCIO AL POR MENOR DE ROPA	15806	3108	1768	1112	684	384	222	0	23368
COMERCIO AL POR MENOR DE ALFOMBRAS, CORTINAS Y									
623032 PRODUCTOS SIMILARES	474	118	75	60	47	33	22	0	839
TOTALES GENERALES: NÚMERO DE EMPRESAS DEL PADRÓN DEL SIEM	21339	4342	2523	1755	1178	836	669	0	33672

Fuente: elaboración propia con base en SIEM (2005).

Cuadro 3.a México: participación y rango de ventas en miles de pesos de empresas bajo categorías a 6 dígitos de la cadena fibras-textil-confección (2005)

6 DIGITOS		RANGO DE VENTAS (MILES DE PESOS)								% TOTAL	
		0-51	51-100	101-200	201-500	501-1000	1001-3000	3001-6000	30,000-MAS	PORCENTAJE	Número de empresas
Total general		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00 =	33672
623023	COMERCIO AL POR MENOR DE ROPA	74.07	71.58	70.08	63.36	58.06	45.93	33.18	27.57	69.40	
623022	COMERCIO AL POR MENOR DE ARTICULOS DE MERCERIA, SEDERIA Y SIMILARES	11.88	14.26	9.99	9.23	4.84	3.83	4.33	2.82	11.04	
623021	COMERCIO AL POR MENOR DE TELAS, CASIMIRES Y BLANCOS	6.11	5.69	6.26	7.35	6.71	6.34	8.67	3.20	6.12	
390011	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS NO CLASIFICADOS EN OTRA PARTE	3.79	3.64	3.84	8.72	10.87	15.91	14.20	32.91	5.68	
623032	COMERCIO AL POR MENOR DE ALFOMBRAS, CORTINAS Y PRODUCTOS SIMILARES	2.22	2.72	2.97	3.42	3.99	3.95	3.29	0.97	2.49	
322003	CONFECCION DE ROPA EXTERIOR PARA DAMA HECHA EN SERIE	0.46	0.46	2.54	1.82	3.48	4.90	6.88	2.52	1.10	
321322	CONFECCION DE OTRO ARTICULOS CON MATERIALES TEXTILES NATURALES O SINTETICOS	0.60	0.28	1.03	1.03	2.29	3.59	3.59	3.59	0.90	
322001	CONFECCION DE ROPA EXTERIOR PARA CABALLERO HECHA EN SERIE	0.10	0.21	0.40	0.40	2.21	2.75	6.43	4.95	0.57	
	Resto	0.76	1.17	2.89	4.67	7.56	12.80	19.43	21.46	2.72	

Fuente: elaboración propia con base en SIEM (2005).

Cuadro 3.b México: número y rango de ventas en miles de pesos de empresas de la cadena fibras-textil-confección (2005)

6 DIGITOS		RANGO DE VENTAS (MILES DE PESOS)								TOTAL
		0-51	51-100	101-200	201-500	501-1000	1001-3000	3001-6000	30,000-MAS	
Total general		63.37	12.89	7.49	5.21	3.50	2.48	1.99	3.06	100.00
623022	COMERCIO AL POR MENOR DE ARTICULOS DE MERCERIA, SEDERIA Y SIMILARES	68.25	16.66	6.78	4.36	1.53	0.86	0.78	0.78	100.00
623023	COMERCIO AL POR MENOR DE ROPA	67.64	13.30	7.57	4.76	2.93	1.64	0.95	1.22	100.00
623021	COMERCIO AL POR MENOR DE TELAS, CASIMIRES Y BLANCOS	63.25	11.99	7.67	6.26	3.83	2.57	2.82	1.60	100.00
623032	COMERCIO AL POR MENOR DE ALFOMBRAS, CORTINAS Y PRODUCTOS SIMILARES	56.50	14.06	8.94	7.15	5.60	3.93	2.62	1.19	100.00
321322	CONFECCION DE OTRO ARTICULOS CON MATERIALES TEXTILES NATURALES O SINTETICOS	42.38	3.97	8.61	5.96	8.94	9.93	7.95	12.25	100.00
390011	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS NO CLASIFICADOS EN OTRA PARTE	42.28	8.27	5.08	8.01	6.70	6.96	4.97	17.74	100.00
322014	FABRICACION DE SOMBREROS, GORRAS Y SIMILARES, HECHOS DE PALMA Y OTRAS FIBRAS DURAS	38.46	34.62	7.69	3.85	0.00	3.85	7.69	3.85	100.00
321403	FABRICACION DE ROPA INTERIOR DE PUNTO	33.33	0.00	0.00	0.00	0.00	33.33	0.00	33.33	100.00

Fuente: elaboración propia con base en SIEM (2005).

Cuadro 4. México: variables socioeconómicas seleccionadas de la cadena hilo-textil-confección (1988-2004)

	1988	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1993-2004*
PIB nacional (millones \$corrientes) a/	416 305	1 256 196	1 420 159	1 837 019	2 525 575	3 174 275	3 846 350	4 594 724	5 491 708	5 809 688	6 263 137	6 891 434	7 634 926	51 161 497
PIB manufacturero (millones\$corrientes) a/	91 240	219 934	245 012	350 156	494 520	615 478	749 293	884 331	1 013 598	1 031 218	1 068 603	1 123 213	1 253 500	9 140 096
PIB textiles miles	9 334 216	19 256 816	20 604 890	26 918 030	39 148 676	51 234 930	59 990 215	68 585 878	76 570 319	75 254 660	75 275 391	74 522 489	78 586 253	675 282 763
PIB textiles, prendas de vestir e industria del cuero (millones\$corrientes)a/	9 334	19 257	20 605	26 918	39 149	51 235	59 990	68 586	76 570	75 255	75 275	74 522	78 586	675 283
PIB nacional (millones de \$ constantes, 1993=100) a/	1 042 066	1 256 196	1 311 661	1 230 771	1 294 197	1 381 839	1 451 351	1 505 876	1 605 128	1 604 601	1 616 988	1 640 258	1 709 780	18 650 712
PIB manufacturero (millones de \$ constantes, 1993=100) a/	178 416	219 934	228 892	217 582	241 152	265 113	284 643	296 631	317 092	304 990	302 829	296 733	310 345	3 464 353
PIB textiles, prendas de vestir e industria del cuero (millones de \$ constantes, 1993=100)a/	17 408	19 257	19 460	18 232	21 092	23 297	24 195	24 957	26 301	24 047	22 650	20 642	21 447	282 983
PIB textiles, prendas de vestir e industria del cuero miles de \$ constantes, 1993=100)a/	17 407 841	19 256 816	19 459 943	18 231 989	21 092 280	23 296 891	24 194 724	24 956 798	26 300 549	24 046 679	22 650 335	20 641 965	21 446 604	282 983 412
Empleo total b/	--	--	--	33 881 068	35 226 036	37 359 758	38 617 511	39 069 095	38 983 855	39 385 505	40 301 994	40 633 197	42 306 063	385 764 082
Empleo del sector manufacturero b/	--	--	--	5 066 909	5 721 717	6 176 525	6 921 601	7 282 792	7 478 851	7 365 612	7 055 010	6 991 470	7 350 670	67 411 157
Personal ocupado remunerado total c/	--	27 457 478	28 165 783	27 347 482	28 270 586	29 346 956	30 623 772	31 363 158	32 008 326	31 826 570	31 545 416	31 681 125	31 954 940	361 591 592
Personal ocupado remunerado del sector manufacturero c/	--	3 309 755	3 238 906	3 066 717	3 278 436	3 566 045	3 768 116	3 913 387	4 102 052	3 989 763	3 652 406	3 531 030	3 558 212	42 974 825
Productividad del sector Industria Textil y fabricación de prendas de vestir e industria del cuero (PIB \$ corr miles de pesos sobre num. De empleados)	--	37.3	41.4	55.8	71.4	82.6	91.3	97.4	102.4	108.2	122.2	129.7	138.1	93.4
Personal ocupado remunerado industria textil y prendas de vestir excepto industria del cuero c//	--	515 872	497 454	481 971	548 010	620 088	657 228	704 228	747 547	695 336	616 124	574 582	569 000	7 227 440
Asegurados Nacional d/	--	--	10 293 288	10 112 028	10 916 490	12 713 824	13 611 183	14 559 729	15 240 131	15 130 640	15 516 699	15 749 567	16 288 232	150 131 811
Asegurados Industrias de transformación d/	--	--	2 956 506	2 869 628	3 208 949	3 654 597	3 965 954	4 242 825	4 398 870	3 922 323	3 838 593	3 665 327	3 724 349	40 447 921
Asegurados Industria Textil y fabricación de prendas de vestir confeccionados con textiles y otro más d/	--	--	406 778	412 773	504 530	613 163	715 575	773 527	807 831	678 799	660 167	587 120	570 304	6 730 567
Manufactura (horas-hombres trabajadas por semana) e/	--	--	46	45	45	46	46	46	46	46	46	46	46	46
Textiles y prendas de vestir (horas-hombres trabajadas por semana) e/	--	--	43	42	44	44	44	45	45	44	44	44	44	44
Salarios Mínimos profesionales en actividades relacionadas con la industria textil y del vestido (pesos diarios) f/	--	13	14	17	21	24	30	32	35	38	40	42	43	31

Continúa cuadro 4

Remuneraciones promedio en la industria manufacturera (pesos diarios por persona ocupada) f/	--	--	101	119	144	173	207	244	283	321	344	364	381	2681
Remuneraciones promedio en la industria maquiladora de exportacion (pesos diarios por persona ocupada) f/	--	--	54	68	87	107	129	154	175	204	226	236	246	1688
Remuneraciones medias Textiles y prendas de vestir (pesos diarios por persona ocupada) f/	--	--	65	70	82	98	118	139	163	181	192	201	211	1519
Prestacionestotal manufactura (pesos diarios por persona ocupada)g/	--	--	29	35	41	48	57	65	75	87	91	95	96	718
Prestaciones textiles y prendas de vestir (pesos diarios por persona ocupada)g/	--	--	16	18	20	24	30	33	39	43	45	48	48	364
Unidades económicas Textiles y Prendas de Vestir (Número de unidades censadas)h/	16,621	44,126	--	--	--	--	55,252	--	--	--	--	47,400	--	163399
Insumos totales Textiles y Prendas de Vestir (Miles de pesos)h/	9,388,407	23,615,324	--	--	--	--	88,892,454	--	--	--	--	90,223,212	--	212,119,397
FBKF Textiles y prendas de vestir (Millones de pesos)h/	599,280	1094486.3	--	--	--	--	6,076,371	--	--	--	--	3,026,972	--	10,797,110
FBKF Total (miles de pesos constantes a precios de comprador, 1993=100) h/	--	107,960,940	119,395,656	75,347,415	92,714,159	124,283,898	145,155,735	160,123,858	185,640,560	173,675,454	166,683,538	163,237,484	--	1,514,218,697
FBKF Manufactura (miles de pesos constantes a precios de comprador, 1993=100) h/	--	107,284,138	117,678,177	74,954,807	92,232,054	123,539,190	144,446,619	159,391,384	184,777,549	172,717,093	165,601,780	162,251,255	--	1,504,874,046
FBKF textiles y del vestido (miles de pesos constantes a precios de comprador, 1993=100) h/	--	251,695	247,122	232,281	259,013	280,741	280,905	292,219	288,925	265,050	259,109	234,126	--	2,891,186
IED Total (Millones de dólares)i/	--	--	10,661	8,345	7,816	12,182	8,317	13,207	16,781	27,635	15,129	11,373	15,846	147,292
IED industria manufacturera (Millones de dólares)i/	--	--	6,207	4,858	4,815	7,295	5,157	8,994	9,502	6,032	6,500	5,045	8,246	72,649
IED industria textil (Millones de dólares) i/	--	--	--	--	--	--	317	411	399	212	342	196	89	1,966
Exportaciones Totales j/	--	51832	60817	79,541	96,004	110,237	117,442.1	136,703.4	166,454.8	158,442.9	160682.0166	164,860	189,200	1,492,216
Importaciones Totales j/	--	65,365	79,345	72,453	89,469	109,808	125,242	142,064	174,458	168,396	168,679	170,551	197,303	1,563,134

Continúa cuadro 4.

Exportaciones Hilo-Textil- Confección j/	--	2,170	2,615	3,934	5,392	7,797	8,836	10,298	11,470	10,301	10,174	9,623	9,783	92,394
Importaciones Cadena Hilo-Textil- Confección j/	--	3,203	3,913	3,635	4,800	6,317	7,481	8,810	9,052	8,903	9,375	9,008	8,932	83,429
Ventas totales al mercado interior (Miles de pesos) k/	--	7,368,290	11,953,380	15,064,014	21,961,353	27,510,152	30,650,231	58,971,804	63,412,227	59,720,317	59,233,622	59,506,397	65,437,782	480,789,569
Importación de maquinaria textil (Miles de pesos) l/	--	585,742	889,759	1,311,175	1,039,076	4,036,838	4,560,629	647,615	7,373,203	5,100,500	4,363,010	5,143,055	5,120,309	40,170,911
Indice nacional de precios al consumidor (Variación porcentual anual) m/	--	9.8	7.0	35.0	34.4	20.6	15.9	12.3	9.0	4.4	5.7	4.0	5	--
Indice nacional de precios al consumidor Textiles , prendas de vestir e ind. cuero (Variación porcentual anual) m/	--	8.5	5.0	27.2	36.9	23.1	16.4	13.8	8.2	3.6	1.4	-0.1	0.9	--
Crédito Bancario otorgado a la Industria Textil y del vestido (Millones de pesos) n/	--	--	16,276	19,786	22,259	21,983	27,680	25,798	24,346	19,113	18,556	17,828	15,157	228,782
Banca comercial (Millones de pesos) n/	--	--	16,112	19,553	21,772	21,462	26,248	23,945	21,421	16,249	15,005	14,195	10,814	206,776
Banca de desarrollo (Millones de pesos) n/	--	--	164	233	487	521	1,432	1,853	2,925	2,864	3,551	3,633	4,343	22,006
Crédito Bancario otorgado a la Industria Textil y del vestido en moneda extranjera (Millones de pesos) n/	--	--	9,923	13,644	14,021	13,959	18,460	15,964	16,437	12,949	12,421	11,839	9,256	148,873
Banca comercial en moneda extranjera (Millones de pesos)n/	--	--	9,865	13,549	13,642	13,534	17,198	14,160	13,568	10,140	9,000	8,438	5,862	128,956
Banca de desarrollo en moneda extranjera (Millones de pesos)n/	--	--	58	95	379	427	1,261	1,804	2,869	2,809	3,421	3,401	3,394	19,918
Crédito Bancario otorgado a la Industria Textil y del vestido a través de agencias de bancos mexicanos en el extranjero (Millones de pesos) n/	--	--	3,734	3,766	3,891	3,857	3,141	3,729	4,253	3,932	3,739	3,368	2,611	40,021

Notas:

*El período 1993-2004 depende del último y primer año en que exista información.

-- Dato no disponible

a/ Los datos anuales para el PIB \$ corrientes se obtuvieron de INEGI, "Estadísticas de Contabilidad Nacional, Sistema de Cuentas, Cuentas Económicas Totales, Producto Interno Bruto Total y por Gran División, a Precios Básicos y de Mercado". De acuerdo al INEGI no existen datos anualizados para el PIB del sector manufacturero, por lo tanto los datos anuales que aparecen en este cuadro se obtuvieron a partir de un promedio simple de los cuatro trimestres para cada año.

- b/ Elaboración propia con base en Encuesta Nacional de Empleo INEGI y STPS (1993-2004)
- c/ Se refiere a la cantidad de puestos remunerados promedio anual que se estima fueron requeridos para la producción. Fuente: "La Industria Textil y del Vestido en México", 1999, 2002 y 2005, INEGI. Incluye las ramas 24 (hilados y tejidos de fibras blandas), 25 (hilados y tejidos de fibras duras), 26 (otras industrias textiles), 27 (prendas de vestir) y 28 (cuero y calzado). Para el año 2004 el empleo se obtuvo de la fuente CANAINTEC (2005). "La industria textil en México 2004" que incluye empleo en las industrias confección y textil.
- d/ Fuente: elaboración propia con base en IMSS (2005). Dirección de planeación y finanzas.
- e/ Se calculó relacionando el promedio de las horas-hombre totales trabajadas durante el mes y se dividió entre el promedio del personal ocupado, al resultado se le dividió entre 4.3 para obtener el número de horas-hombre trabajadas por semana. Los datos anuales se calcularon promediando las cifras mensuales. Fuente: Encuesta Industrial Mensual, INEGI.
- f/ Pesos diarios. Del 1o de enero al 31 de diciembre. Para los años 1995, 1996 es el promedio de tres periodos presentados: 1o enero al 31 de marzo, 1o de abril al 2 de diciembre y 3 de diciembre al 31 de diciembre; para 1998 promedio de 1o de enero al 2 de diciembre y del 3 de diciembre al 31 de diciembre. Fuente: "La Industria Textil y del Vestido en México", 1999, 2002 y 2004, INEGI.
- g/ Los datos anuales se calcularon promediando las cifras mensuales. Con motivo de la entrada en vigor de la nueva normatividad aplicable al programa de maquiladoras, un número considerable de empresas fueron desincorporadas a ese programa, según se pudo constatar en la revisión llevada a cabo con la Secretaría de Economía. Como resultado de esta revisión a partir del año 2001 se ajustaron las series de la Industria Maquiladora de Exportación. Para 2004 son cifras preliminares. El salario mínimo general es el promedio ponderado con la población asalariada total de cada zona salarial, estimada con base en datos censales. Las remuneraciones promedio en la industria manufacturera y maquiladora se calculó mediante la relación de las remuneraciones totales (sueldos, salarios y prestaciones sociales) y el personal ocupado total, al resultado se le dividió entre los días del mes correspondiente para obtener las remuneraciones promedio diarias. Para el mes de diciembre incluye el aguinaldo. Fuente: Salarios Mínimos, CONASAMI y; Encuesta Industrial Mensual, Estadística de la Industria Maquiladora de Exportación, Encuesta Nacional de Empresas Constructoras y Encuesta Mensual Sobre Establecimientos Comerciales, INEGI.
- h/ Los datos anuales se calcularon promediando las cifras mensuales. Corresponde a 205 clases de actividad. Cifras preliminares al 2004. Fuente: INEGI. Encuesta Industrial Mensual.
- i/ Fuente: "La Industria Textil y del Vestido en México" (1999-2005), INEGI. Con base en XIII Censo Industrial, Resumen General. Censos Económicos, 1989 y XIV Censo Industrial, Industrias Manufactureras, Extractivas y Electricidad. Censos Económicos, 1994
- j/ Para el periodo 1994-1998, la inversión extranjera directa (IED) se integra con los montos notificados al RNEI al 31 de diciembre de 2004 y materializados en el año de referencia, más importaciones de activo fijo por parte de empresas maquiladoras. Para los datos de la Industria textil, 2004 incluye enero-septiembre 2004. (Secretaría de Economía. Dirección General de Inversión Extranjera, 2005) Para los datos de la Industria textil, los datos de 1993-1998 fueron obtenidos de "La Industria Textil y del Vestido en México", 1997, 1999, 2002 (INEGI).
- k/ Elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)
- l/ Para 1993 abarca 129 clases de actividad, a partir de 1994 hasta 1998 comprende 205 clases de actividad. Excluye fabricación de fibras químicas ya que se integra en la industria química, en base a "La Industria Textil y del Vestido en México" (1999). A partir de 1999-2003 los datos pueden no coincidir con los anteriores debido a que la fuente es "La Industria Textil y del Vestido en México (2005)" INEGI.
- m/ Cifras al cierre del año. Fuente: "La Industria Textil y del Vestido en México", 1999, 2002 y 2004, INEGI.
- n/ Fuente: "La Industria Textil y del Vestido en México", 1999-2005, INEGI.

Cuadro 5. México: encuesta industrial de textiles y prendas de vestir (1994-2004)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Valor de la Producción (millones de pesos, \$ corr.)											
Sector Manufacturero a/	418766	613500	882922	1073863	1269517	1445909	1650832	1632222	1664633	1663383	1885471
Textilesy Prendas de Vestir b/	20141	25680	38163	47171	53260	58260	63569	59271	57851	51525	56294
Valor de la Producción (% de participación)											
Sector Manufacturero a/	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Textilesy Prendas de Vestir b/	4.81	4.19	4.32	4.39	4.20	4.03	3.85	3.63	3.48	3.10	2.99
Ventas de producto elaborados (millones de pesos, \$ corr)											
Sector Manufacturero	396,733	576,689	838,832	1,018,666	1,207,185	1,377,520	1,574,846	1,555,678	1,584,568	1,637,562	1,850,497
Textilesy Prendas de Vestir b/	18,579	23,264	34,584	42,692	48,525	52,602	57,200	53,302	52,274	50,785	55,791
	396,733	576,689	838,832	1,018,666	1,207,185	1,377,520	1,574,846	1,555,678	1,584,568	1,637,562	1,850,497
	18,579	23,264	34,584	42,692	48,525	52,602	57,200	53,302	52,274	50,785	55,791
Ventas de productos elaborados a nivel nacional (millones de pesos, \$ corr)											
Sector Manufacturero	332,764	415,054	592,875	727,740	857,487	978,503	1,110,964	1,101,943	1,131,291	--	--
Textilesy Prendas de Vestir b/	17,549	19,998	29,042	35,529	40,122	44,073	47,919	44,867	44,342	--	--
Ventas de productos elaborados al extranjero (millones de pesos, \$ corr)											
Sector Manufacturero	63,970	161,635	245,957	290,926	349,698	399,017	463,882	453,735	453,277	--	--
Textilesy Prendas de Vestir b/	1,030	3,267	5,542	7,163	8,403	8,530	9,281	8,435	7,932	--	--
Ventas de producto elaborados (% de participación)											
Ventas de p. elab. Textiles y Prendas de Vestir	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		
Ventas p. elab. Textiles y Prendas de Vestir (Nacionales)	94.46	85.96	83.98	83.22	82.68	83.78	83.77	84.18	84.83	--	--
Ventas p. elab. Textiles y Prendas de Vestir (Extranjero)	5.54	14.04	16.02	16.78	17.32	16.22	16.23	15.82	15.17	--	--

Continúa cuadro 5

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Insumos Totales											
(millones de pesos, \$ corr)											
Sector Manufacturero	263,645	394,767	578,067	708,455	832,629	939,896	1,075,847	1,054,299	1,066,928	--	--
Textilesy Prendas de Vestir b/	13,277	16,961	25,103	30,791	34,186	36,649	40,389	37,726	36,513	--	--
Insumos Totales (% respecto al Valor de la producción)											
Sector Manufacturero a/	62.96	64.35	65.47	65.97	65.59	65.00	65.17	64.59	64.09	--	--
Textilesy Prendas de Vestir b/	65.92	66.05	65.78	65.28	64.19	62.91	63.54	63.65	63.12	--	--
Número de Establecimientos											
Sector Manufacturero	6,856.00	6,783.00	6,684.00	6,438.00	6,226.00	5,934.00	5,801.00	5,707.00	5,591.00	--	--
Textilesy Prendas de Vestir b/	1,031.00	1,022.00	1,012.00	960.00	915.00	832.00	811.00	784.00	767.00	--	--
Personal Ocupado (miles de personas)											
Sector Manufacturero a/	1,370	1,260	1,294	1,371	1,420	1,436	1,457	1,394	1,322	1,252	1,246
Textilesy Prendas de Vestir b/	153	132	144	157	157	157	159	142	127	111	110
Personal Ocupado (tasa de crecimiento)											
Sector Manufacturero a/		-8.07	2.72	5.94	3.61	1.12	1.43	-4.32	-5.16	-5.32	-0.41
Textilesy Prendas de Vestir b/		-13.37	8.60	9.24	0.14	-0.29	1.32	-10.36	-10.71	-12.18	-1.12
Personal Ocupado (% de participación)											
Sector Manufacturero a/	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Textilesy Prendas de Vestir b/	11.13	10.49	11.09	11.44	11.05	10.90	10.89	10.20	9.60	8.91	8.85
Personal Ocupado por Establecimiento											
Sector Manufacturero a/	200	186	194	213	228	242	251	244	236	--	--
Textilesy Prendas de Vestir b/	148	129	142	163	172	188	196	181	166	--	--
Inversión Bruta (millones de pesos, \$ corr)											
Total de la Encuesta	25,722	44,110	62,360	64,552	76,525	74,459	77,863	58,118	58,971		
Textiles y vestir	996	3,165	3,588	4,242	3,906	3,688	3,718	2,289	1,718		
Inversión Bruta (% respecto al Valor de la producción)											
Total de la Encuesta	6.14	7.19	7.06	6.01	6.03	5.15	4.72	3.56	3.54	--	--
Textiles y vestir	4.94	12.33	9.40	8.99	7.33	6.33	5.85	3.86	2.97	--	--

-- Datos no disponibles

Notas: Incluye ramas 3211, 3212, 3213, 3214, 3220. Las ramas 3230 y 3240 se excluyeron porque forman parte de la industria del cuero. Para la clase 321111, no hay datos disponibles desde 2003/01 hasta 2004/08. (véase Anexo de Anexo 1. Metodologías, criterios y diversos aspectos teóricos.

Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Industrial Anual y Mensual, 205 clases de actividad (INEGI).

Cuadro 6. México: situación financiera de empresas textiles (1998-2003)

Miles de pesos

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
1 INFORMACIÓN FINANCIERA DE PARRAS						
Pasivo circulante	1,010,592	1,651,980	1,130,183	1,699,603	815,967	671,091
Proveedores	176,436	726,853	388,757	547,126	356,990	331,881
Créditos bancarios	766,123	811,626	595,881	1,038,353	340,198	222,809
2 INFORMACIÓN FINANCIERA DE SYNKRO						
Pasivo circulante	1,104,007	294,584	285,668	332,716	445,242	18,839
Proveedores	198,796	61,549	46,656	23,547	11,039	0
Créditos bancarios	434,179	9,488	8,370	0	0	0
3 INFORMACIÓN FINANCIERA DE HILASAL						
Total pasivo circulante + largo plazo	275,747	284,461	326,937	274,652	310,139	305,350
Pasivo circulante	91,522	101,356	172,684	103,753	104,997	139,001
Proveedores	31,378	23,262	43,522	22,923	26,750	38,121
Créditos bancarios	47,083	50,505	111,224	56,967	55,842	78,595
Pasivo a largo plazo	184,225	183,105	154,253	170,899	205,142	166,349
Créditos bancarios	184,225	183,105	154,253	170,899	205,142	166,349
Otros	0	0	0	0	0	0
4 INFORMACIÓN FINANCIERA DE GEASA						
Pasivo circulante	958,989	1,287,150	1,471,799	1,751,895	2,016,631	0
Proveedores	31,708	35,102	31,776	25,366	0	0
Créditos bancarios	615,337	694,945	735,870	755,668	849,649	0
5 INFORMACIÓN FINANCIERA DE EDOARDO						
Pasivo circulante	110,974	129,934	116,227	80,773	112,570	106,182
Proveedores	49,637	55,514	47,413	44,059	48,286	35,715
Créditos bancarios	0	27,895	4,026	0	16,003	14,572
6 INFORMACIÓN FINANCIERA DE CYDSASA						
Total pasivo circulante + largo plazo	8,276,783	8,274,381	8,215,684	6,233,209	6,686,498	6,885,737
Pasivo circulante	3,248,774	3,248,650	4,933,563	3,369,293	5,782,223	6,108,830
Proveedores	937,545	1,290,082	1,090,596	897,559	1,054,044	1,212,501
Créditos bancarios	1,869,064	1,247,383	2,926,599	206,127	2,343,630	2,304,321
Pasivo a largo plazo	5,028,009	5,025,731	3,282,121	2,863,916	904,275	776,907
Créditos bancarios	2,485,628	2,537,016	2,834,589	2,364,717	373,810	294,977
Créditos bursátiles	2,216,744	2,069,921	0	0	0	0
Otros créditos	325,637	418,794	447,532	499,199	530,465	481,930
7 INFORMACIÓN FINANCIERA DE COVARRA						
Pasivo circulante	641,279	873,158	656,550	1,104,685	1,159,595	1,321,687
Proveedores	175,520	213,551	176,706	176,200	124,326	127,188
Créditos bancarios	359,866	549,532	299,352	749,896	836,541	904,407

Notas respecto a las empresas:

- 1/ Fabricación y venta de telas. Estados financieros consolidados del 1° de enero al 31 de diciembre.
- 2/ Controladora de empresas industriales y comerciales que operan en áreas diversificadas entre otras la textil. Estados financieros consolidados del 1° de enero al 31 de diciembre.
- 3/ Fabricación de toallas y batas. Estados financieros sin consolidar del 1° de enero al 31 de diciembre.
- 4/ Sociedad controladora de diversas empresas que fabrican y comercializan básicamente telas de algodón y/o algodón con fibras sintéticas. Estados financieros consolidados del 1° de enero al 31 de diciembre.
- 5/ Fabricación distribución y comercialización de terciopelo para confección decoración y uso industrial y artesanal. Estados financieros consolidados del 1° de enero al 31 de diciembre.
- 6/ Controladora de empresas industriales comerciales y de servicios que operan en áreas diversificadas entre otras la textil. Estados financieros consolidados del 1° de enero al 31 de diciembre.
- 7/ Sociedad tenedora de acciones conjuntamente con sus subsidiarias se dedican a la fabricación de casimires confección de trajes para caballero y venta de ropa formal e informal. Estados financieros consolidados del 1° de enero al 31 de diciembre.

Fuente: elaboración propia con base en "La Industria Textil y del Vestido en México", 2004 FUENTE: BMV S.A. de C.V. Boletín de Información Financiera Trimestral (varios años).

Cuadro 6.a México: situación financiera de empresas textiles de (1998-2003)a/
(miles de pesos)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
PASIVO CIRCULANTE a/						
Total pasivo circulante	7,166,137	7,586,812	8,766,674	8,442,718	10,437,225	8,365,630
Suma de créditos de corto plazo bancarios	1,601,020	2,405,913	1,825,426	1,736,780	1,621,435	1,745,406
Suma de créditos de corto plazo de proveedores	4,091,652	3,391,374	4,681,322	2,807,011	4,441,863	3,524,704
Otros pasivos de corto plazo	1,473,465	1,789,525	2,259,926	3,898,927	4,373,927	3,095,520
	Participación porcentual					
Suma de créditos de corto plazo bancarios	22.34	31.71	20.82	20.57	15.54	20.86
Suma de créditos de corto plazo de proveedores	57.10	44.70	53.40	33.25	42.56	42.13
Otros pasivos de corto plazo	20.56	23.59	25.78	46.18	41.91	37.00
PASIVO DE LARGO PLAZO (CYDSASA E HILASAL)						
Total pasivo de largo plazo (suma de CYDSASA E HILASAL)	5,212,234	5,208,836	3,436,374	3,034,815	1,109,417	943,256
Créditos bancarios (suma de CYDSASA E HILASAL)	2,669,853	2,720,121	2,988,842	2,535,616	578,952	461,326
Otros créditos (suma de CYDSASA E HILASAL)	2,542,381	2,488,715	447,532	499,199	530,465	481,930
	Participación porcentual					
Créditos bancarios (suma de CYDSASA E HILASAL)	51.22	52.22	86.98	83.55	52.19	48.91
Otros créditos (suma de CYDSASA E HILASAL)	48.78	47.78	13.02	16.45	47.81	51.09

a/ Incluye pasivos de corto plazo de 7 empresas del ramo: COVARRA, CYDSASA, EDOARDO, GEASA, HILASAL, SYNKRO, PARRAS, elaboración propia en base a cuadros del anexo 4.3 SITUACIÓN FINANCIERA DE EMPRESAS TEXTILES de "La Industria Textil y del Vestido en México", 2004, INEGI.

b/ El total de pasivos de largo plazo únicamente corresponde a las dos empresas más destacables (CYDSASA e HILASAL)

Fuente: elaboración propia con base en "La Industria Textil y del Vestido en México" (2004).

Cuadro 6.b México: pasivo bancario de diversas empresas textiles (1998-2003)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Crédito Bancario otorgado a la Industria Textil y del vestido (Millones de pesos) a/	27,680	25,798.0	24,346.0	19,113.0	18,556.0	17,828.0
Participación porcentual del crédito bancario de corto plazo de 7 empresas mexicanas respecto al crédito total de la industria textil y vestido b/	5.78	9.33	7.50	9.09	8.74	9.79
Participación del crédito bancario de corto plazo de 7 empresas mexicanas + el de largo plazo de 2 de las más grandes (CYDSASA E HILASAL) respecto al crédito total de la industria textil y vestido	15.43	19.87	19.77	22.35	11.86	12.38
Suma del crédito bancario de corto plazo de 7 empresas mexicanas + el de largo plazo de 2 de ellas (CYDSASA E HILASAL) (millones de pesos) c/	4,271	5,126	4,814	4,272	2,200	2,207
TOTAL PASIVO CIRCULANTE (millones de pesos) d/	7,166	7,587	8,767	8,443	10,437	8,366
Suma de créditos de corto plazo bancarios	1,601	2,406	1,825	1,737	1,621	1,745
Suma de créditos de corto plazo de proveedores	4,092	3,391	4,681	2,807	4,442	3,525
Otros pasivos de corto plazo	1,473	1,790	2,260	3,899	4,374	3,096
Créditos bancarios de largo plazo (suma de CYDSASA E HILASAL) e/	2,670	2,720	2,989	2,536	579	461

a/ Fuente: "La Industria Textil y del Vestido en México" (2004), con base en Banco de México (2005).

b/ Incluye créditos de corto plazo de COVARRA, CYDSASA, EDOARDO, GEASA, HILASAL, SYNKRO, PARRAS, elaboración propia en base a 4.3 SITUACIÓN FINANCIERA DE EMPRESAS TEXTILES, "La Industria Textil y del Vestido en México", 2004, Diversos cuadros del apartado

c/ Incluye créditos de corto plazo de COVARRA, CYDSASA, EDOARDO, GEASA, HILASAL, SYNKRO, PARRAS y además los créditos de largo plazo de CYDSASA e HILASAL

d/ Suma del crédito bancario de corto plazo de COVARRA, CYDSASA, EDOARDO, GEASA, HILASAL, SYNKRO, PARRAS.

e/ suma de créditos bancarios de largo plazo únicamente de las dos empresas más grandes de esta muestra que son CYDSASA e HILASAL.

Fuente: elaboración propia con base en "La Industria Textil y del Vestido en México" (2004).

Cuadro 7. México: crédito otorgado a la industria textil, prendas de vestir e industria del cuero (1994-2004)

Crédito otorgado a textiles, prendas de vestir e industria del cuero 1994-2004 Millones de Pesos							
Trimestre	Total de endeudamiento del sector privado	Textiles prendas de vestir e industria del cuero					
		Total		Crédito bancario	No bancario		
		Valor	% participación respecto al total de endeudamiento		No bancario	No bancarios del país	No bancarios del extranjero
IV 1994	832185.8	20115.9	2.4	16276.0	3839.9	2258.2	1581.8
IV 1995	1082164.5	24997.7	2.3	19785.0	5212.7	3073.8	2138.9
IV 1996	1156055.8	28306.0	2.4	22259.0	6047.0	3567.3	2479.7
IV 1997	1225219.9	24879.2	2.0	21983.0	2896.2	1653.7	1242.4
IV 1998	1474338.9	30493.2	2.1	26566.0	3927.2	2127.9	1799.3
IV 1999	1442799.0	28777.9	2.0	25798.0	2979.9	1721.9	1258.0
IV 2000	1634290.7	28043.8	1.7	24836.2	3207.6	2136.5	1071.1
IV 2001	1595740.2	23314.7	1.5	19627.3	3687.4	2656.0	1031.4
IV 2002	1615731.1	22995.0	1.4	19098.0	3897.0	3072.1	825.0
IV 2003	1736291.0	22341.6	1.3	18389.8	3951.8	1777.1	2174.7
IV 2004	1940743.0	19205.6	1.0	16162.1	3043.5	897.8	2145.7

Nota Metodológica :

El crédito bancario proviene de la estadística de crédito por actividades de la banca comercial y de desarrollo, que publica el Banco de México. El crédito incluye cartera vigente, vencida, redescontada, reestructurada en UDIS, y la asociada a programas del FOBAPROA, intereses devengados vigentes y vencidos. El endeudamiento no bancario tiene como fuentes de información la estadística de recursos y obligaciones de otros intermediarios no bancarios, que contiene a las sociedades de ahorro y préstamo (SAPS), sociedades financieras de objeto limitado (SOFOLLES), uniones de crédito, arrendadoras financieras y empresas de factoraje. Asimismo, se incluye el pasivo no bancario de la información de los balances contables consolidados de las empresas que reportan a la Bolsa Mexicana de Valores, así como la emisión de deuda de aquellas empresas que no cotizan en bolsa. En el caso de tiendas departamentales, (Copel, Elektra, El Palacio de Hierro, El Puerto de Liverpool, Sanborns, Sears y Soriana) y otras no bancarias, se incluye el financiamiento otorgado a través de sus propias tarjetas de crédito.

Se considera también la encuesta sobre pasivos contratados en el exterior denominada Outstanding Consolidated Claims on Mexico . Esta información no contiene PIDIREGAS.

A partir de las cifras de marzo de 2001 se reemplazó el saldo del pagaré asociado al esquema de participación de flujos con FOBAPROA con la cartera afecta al esquema de participación de flujos con FOBAPROA. Asimismo los saldos de los CETES ESPECIALES UDIS se reemplazaron con la cartera reestructurada en UDIS. Estos dos cambios permiten una medición más adecuada del nivel de financiamiento otorgado por la banca.

Las modificaciones metodológicas que ha sufrido este cuadro se han aplicado retroactivamente desde diciembre de 1994.

Fuente: elaboración propia con base en BANXICO (2005)

Cuadro 8. México: exportaciones totales a dos dígitos del sistema armonizado, principales 10 capítulos (1993-2004)

(millones de dólares)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1993-2004
TOTAL	51,832	60,817	79,541	96,004	110,237	117,442	136,703	166,455	158,443	160,682	164,860	189,200	1,492,216
Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes, aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imágenes y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.	13,778	16,890	20,315	23,860	28,156	31,835	38,056	47,521	43,277	42,298	40,835	46,850	393,672
85 Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.	5,080	7,044	8,807	10,652	13,161	15,336	18,837	22,201	23,680	23,874	25,508	29,228	203,409
84 Vehículos automóbiles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios.	7,051	8,408	12,223	16,551	17,804	19,523	23,587	28,158	27,918	27,884	27,281	28,574	244,963
87 Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, materias bituminosas, ceras minerales.	7,229	7,217	8,203	11,458	11,048	6,978	9,734	16,073	12,630	14,313	18,523	23,515	146,922
27 Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o de precisión; instrumentos y aparatos médico-quirúrgicos; partes y accesorios de estos instrumentos o aparatos.	1,149	1,254	1,431	1,997	2,686	3,342	3,750	4,449	5,026	5,244	5,599	6,223	42,151
90 Muebles; mobiliario médico - quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otras partidas; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos, y artículos similares; construcciones prefabricadas.	927	1,064	1,095	1,657	2,157	2,361	2,867	4,042	4,156	4,296	4,767	5,195	34,584
94 Prendas y complementos de vestir excepto los de punto.	785	1,098	1,649	2,283	3,378	3,970	4,487	5,175	4,548	4,458	4,189	4,582	40,603
62 Materias plásticas y manufacturas de estas materias.	1,269	1,406	1,744	1,828	2,196	2,267	2,541	3,090	2,944	2,895	3,209	3,993	29,383
39 Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios.	1,245	1,319	1,776	1,683	1,723	2,045	2,146	2,150	2,331	2,236	2,614	3,019	24,286
7 Prendas y complementos de vestir, de punto.	214	402	871	1,274	2,039	2,433	3,067	3,259	3,286	3,165	2,998	2,808	25,817
61 Subtotal	38,726	46,102	58,113	73,243	84,349	90,092	109,073	136,119	129,797	130,663	135,524	153,987	1,185,788
Resto	13,106	14,715	21,428	22,761	25,888	27,350	27,630	30,336	28,646	30,019	29,336	35,213	306,428
Participación (en porcentajes)													
TOTAL	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes, aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imágenes y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.	26.58	27.77	25.54	24.85	25.54	27.11	27.84	28.55	27.31	26.32	24.77	24.76	26.38
85 Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.	9.80	11.58	11.07	11.10	11.94	13.06	13.78	13.34	14.95	14.86	15.47	15.45	13.63
84 Vehículos automóbiles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios.	13.60	13.82	15.37	17.24	16.15	16.62	17.25	16.92	17.62	17.35	16.55	15.10	16.42
87 Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, materias bituminosas, ceras minerales.	13.95	11.87	10.31	11.93	10.02	5.94	7.12	9.66	7.97	8.91	11.24	12.43	9.85
27 Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o de precisión; instrumentos y aparatos médico-quirúrgicos; partes y accesorios de estos instrumentos o aparatos.	2.22	2.06	1.80	2.08	2.44	2.85	2.74	2.67	3.17	3.26	3.40	3.29	2.82
90 Muebles; mobiliario médico - quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otras partidas; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos, y artículos similares; construcciones prefabricadas.	1.79	1.75	1.38	1.73	1.96	2.01	2.10	2.43	2.62	2.67	2.89	2.75	2.32
94 Prendas y complementos de vestir excepto los de punto.	1.51	1.81	2.07	2.38	3.06	3.38	3.28	3.11	2.87	2.77	2.54	2.42	2.72
62 Materias plásticas y manufacturas de estas materias.	2.45	2.31	2.19	1.90	1.99	1.93	1.86	1.86	1.86	1.80	1.95	2.11	1.97
39 Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios.	2.40	2.17	2.23	1.75	1.56	1.74	1.57	1.29	1.47	1.39	1.59	1.60	1.63
7 Prendas y complementos de vestir, de punto.	0.41	0.66	1.10	1.33	1.85	2.07	2.24	1.96	2.07	1.97	1.82	1.48	1.73
61 Subtotal	74.71	75.80	73.06	76.29	76.52	76.71	79.79	81.78	81.92	81.32	82.21	81.39	79.46
Resto	25.29	24.20	26.94	23.71	23.48	23.29	20.21	18.22	18.08	18.68	17.79	18.61	20.54

Fuente: elaboración propia con base en Dussel Peters (2004a)

**Cuadro 9. Comparación de costos en la industria de la confección 2002.
Países seleccionados**

	México	China	India/ Pakistán	Caribe- Honduras	Italia y España
Ensamble (mano de obra y producción). Hora estándar permitida (U.S. dol/SAH) a/	6.3	3.5	3.8	5.1	24
Sueldos mano de obra directa-vestido a/	1.2	0.48	0.43	1.1	7.5
% Prestaciones MOD-Vestido a/	98%	67%	40%	90%	40%
Electricidad U.S. ¢/KWH a/	7.2	6	7.8	7.7	7.5
Agua y tratado de aguas residuales U.S. \$/1000gal a/	4	1	3.5	1	4
Transporte a los Estados Unidos (\$ por libra) b/	0.08	0.16	---	---	---
Aceite combustible U.S \$ a/	0.52	0.3	0.55	0.6	0.84

a/CANAINTEX y Kurt Salmon (2002) datos al primer trimestre del 2002

b/Hightower (2004), datos al 2004

Fuentes: elaboración propia con base en CANAINTEX y Kurt Salmon (2002) y Hightower

Bibliografía

- Álvarez, Galván José Luis y Dussel Peters Enrique (2001). *“Causas y efectos de los programas de promoción sectorial en la economía mexicana”*, en Revista de Comercio Exterior, Mayo, Vol. 51, Núm. 5, Pp. 446-456. México.
- Balassa, Bela (1988). *“Los países de industrialización reciente en la economía mundial”, 1. El proceso del desarrollo industrial y las diversas estrategias del desarrollo*, Trad. Eduardo L. Suárez, Fondo de Cultura Económica, México.
- BANXICO (2005). *Información económica y financiera*, www.banxico.org.mx. México.
- BANCOMEXT (1993) *“Tratado de Libre Comercio de América del Norte”*. Industria Textil y prendas de vestir, Síntesis de principales disposiciones y desgravación arancelaria. México
- BANCOMEXT (2001). *“Textil y Confección”*, www.bancomext.com. México.
- BANCOMEXT (2004). SIC-M. *Sistema de Consulta*, Estadísticas de comercio de México.
- Brusco, S. y Sabel, C. (1983). *“Artisanal production and economic growth”*, en Wilkinson, F. (Ed.), *The dynamics of Labor Market Segmentation*. Academic Press. Pp. 99-113. Londres.
- Calderón, Salazar Jorge A. (2004). *“Diez años del TLCAN. Balance inicial”*, Economía Informa, Num. 327, Junio, pp. 48-67. México.
- CANANINTEX y Kurt Salmon (2002). *“Análisis estratégico de la cadena de suministro fibras-textil-vestido”*, México.
- CANAINTEX (Cámara Nacional de la Industria Textil) (2005). *La industria textil en México 2004*, 16p. México.
- Carrillo, Jorge (2000). *“La importancia del impacto del TLC en la industria maquiladora en América Latina”* en De la Garza, Toledo Enrique (comp.), *“Reestructuración productiva, mercado de trabajo y sindicatos en América Latina”* Pp. 157-179, CLACSO, agosto, 200p. Buenos Aires, Argentina.
- Carrillo Jorge y Gomis Redi (2003). *“Los retos de las maquiladoras ante la pérdida de competitividad”*, en Revista Comercio Exterior, Vol. 53, No. 4, Abril, Pp. 318-327. México.
- CEPAL y ONU (1999). *“Inversión extranjera en América Latina y el Caribe, Informe 1999”*. Conferencia de prensa 18 de enero por Michael Mortimore. México D.F.
- CEPAL (2000). *“La inversión extranjera en América Latina y el Caribe; informe 1999”, Cap. 4. “La industria del vestido: Inversiones y estrategias empresariales en América Latina y el Caribe”*. Pp.179-207. Santiago, Chile
- Cerezo García Verónica (2003). *“El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en el sector textil mexicano: 1994-2000”*. Tesis de Licenciatura, UNAM, 38p. México.
- Coriat Benjamín (1985). *“El taller y el cronómetro. Ensayo sobre le taylorismo, el fordismo y la producción en masa”*. Editorial S. XXI, traducción de Juan Manuel Figueroa Pérez. México.

- Dussel Peters Enrique, Michael Piore y Clemente Ruíz Durán (1997a). *"Pensar globalmente y actuar regionalmente. Hacia un nuevo paradigma industrial para el siglo XXI"*. UNAM/Friedrich Ebert Stiftung/JUS. México.
- Dussel, Peters Enrique (1997b). *"La Economía de la polarización. Teoría y evolución del cambio estructural de las manufacturas mexicanas (1988-1006)"*, Ed. JUS. México.
- Dussel, Peters Enrique (1999). *"La subcontratación como proceso de aprendizaje: el caso de la electrónica en Jalisco (México) en la década de los noventa"*. CEPAL/ONUDI. Santiago de Chile.
- Dussel, Peters Enrique (2002). *"Territorio y competitividad en la Agroindustria en México: condiciones y propuestas de política para los clústers de limón mexicano en Colima y la piña en Veracruz"*. Ayuntamiento de Veracruz/SE/México Plaza y Valdez. México.
- Dussel, Peters Enrique (2003a). *"Ser maquila o no ser maquila, ¿es ésta la pregunta?"*, en *Revista Comercio Exterior*, Vol. 53, No. 4, Abril, Pp. 328-336. México
- Dussel, Peters Enrique (2003b). *"Perspectivas y retos de la competitividad en México"*. UNAM/Facultad de Economía de la UNAM/CANACINTRA y Centro de Desarrollo Empresarial UNAM-CANACINTRA, 328p. México.
- Dussel Peters Enrique (2004a). *"Oportunidades y retos económicos de China para México y Centroamérica"*. CEPAL/ ONU, 125p. México, D.F.
- Dussel, Peters Enrique (2004b). *"La competitividad de la industria maquiladora de exportación en Honduras"*. *Condiciones y retos ante el CAFTA"*. CEPAL, 17 de febrero, 157p. México, D.F.
- Dussel, Peters Enrique (2005a). *"La industria manufacturera y la maquila: condiciones y debate"*. Ponencia en la Cátedra Extraordinaria Mtro. Octaviano Campo Salas, Teorías Aplicadas y Economía Internacional, Facultad de Economía, UNAM. Febrero 15. México.
- Dussel, Peters Enrique (2005b). *"El caso de las estadísticas comerciales entre China y México: para empezar a sobrellevar el desconocimiento bilateral "*, en *Economía Informa*, No. 335 julio-agosto. México.
- Dussel, Peters Enrique (2005c). *"Global commodity chains in Mexico: concepts and current performance in the yarn-textile-garment commodity chain"*. Paper prepared for the *International Conference Production Networks and Commodity Chains in the Global Economy*, Yale University, May 13-14. Estados Unidos.
- Portalplanetasedna (2006). www.portalplanetasedna.com.ar/fibras.htm
- Ekelund, Robert B. Jr y . Robert F. Hébert, (1992). *"Historia de la teoría económica y su método"*. Trad. Jordi Pascual Escutia, Mc Graw-Hill, 3ª edición, 731 p. España.
- Fröbel, F., Jürgen Heinrichs y Otto Kreye, (1980). *"La nueva división internacional"* México, S. XXI, del original *"The new international division of labour : structural unemployment in industrialised countries and industrialisation in developing countries"*. Cambridge, New York.
- Fuentes, Flores Noé Aarón (2003). *"Apertura comercial y divergencia económica regional en México"*, en *Revista Comercio Exterior*, vol. 53, Núm. 10, octubre, pp. 970-978. México.

- Gazol, Sánchez Antonio (2004a). *"Bloques Económicos"*, Cátedra Maestro Octaviano Campos Salas, Facultad de Economía, UNAM, 494p. México.
- Gazol, Sánchez Antonio (2004b). *"Diez años del TLCAN: una visión al futuro"*, en *Economía UNAM*, Num. 3, Septiembre-Diciembre, UNAM, p. 1-29. México.
- Gazol, Sánchez Antonio (2004c). *"Diez años del TLCAN. Balance inicial"*, en *Economía Informa*, Num. 327, Junio, pp. 48-67. UNAM. México
- Gereffi, Gary and Miguel Korzeniewicz, (1994). *"Commodity chains and global capitalism"*, Greenwood Press Group, Inc. 335p. Estados Unidos.
- Gereffi, G. y Tam, T. (1998). *"Industrial Upgrading Through Organizational Chains: Dynamics of Rent, Learning-By-Doing, and Mobility in the Global Economy"*, mimeo.
- Gereffi, G. y Bair, J. (1999). *"The transformation of the North American Apparel Commodity Chain: Inter-firm Networks and the Rise of Full Package in México"* en Carrillo, Gereffi y Bair *"La transformación de la industria automotriz y del vestido en México, Estados Unidos y Canadá"*. El Colegio de México. México.
- Gereffi, Gary (2000). *"El tratado de libre comercio de América del Norte en la transformación de la industria del vestido: ¿bendición o castigo?"*, CEPAL, 59p. Santiago de Chile.
- Gereffi, Gary (2001). *"El sistema mundial de producción y el desarrollo del tercer mundo"*, Miguel Angel Rivera Ríos (Trad.), Facultad de Economía, UNAM. México.
- Gereffi, Gary, John Humphrey, Raphael Kaplinsky y Timothy Sturgeon (2001). *"Introduction: Globalisation, Value Chains and Development"*. IDS Bulletin 32 (3), pp. 1-8.
- Gereffi, Gary (2002). *"Outsourcing and Changing Patterns of International Competition in the Apparel Commodity Chain"*. Paper from the Conference "Responding to Globalization: Societies, Groups and Individualst", April 4-7. <http://www.colorado.edu/IBS/PEC/gadconf/papers/gereffi.html>. Colorado.
- Gereffi Gary and Memedovic Olga (2003). *"The global apparel value chain: What prospects for upgrading by developing countries"* ONUDI. Viena.
- Gereffi Gary y Jeniffer Bair (2003). *"Los conglomerados locales en las cadenas globales: la industria maquiladora de confección en Torreón, México"*, en *Revista Comercio Exterior*, Vol. 53, Num. 4, Abril. México.
- González, Marín María Luisa (2004). *"Efectos del TLCAN en la industria textil y de la confección mexicana"*, en *"La industria de la confección en México y China ante la globalización"*, Isabel Rueda, Simón Domínguez y González Marín (coord.). UNAM/Miguel Angel Porrúa, Febrero, Pp. 91-115. México.
- Hecksher, Eli F. y B. Ohlin (1991). *Heckscher-Ohlin Trade Theory*. The MIT Press Cambridge.
- Hightower, Neil (2004). *"Comparison of the Textile Industry in México in China"*, Asamblea Anual de CANAINTEX, Marzo. México.
- Hirshman, Albert O. (1964). *"La estrategia de las economías en desarrollo"* .Ma. Teresa de Silva Herzog (Tr) del original *"The strategy of economic development"*, FCE, 210p. México.

- INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) (1997, 1999, 2002 y 2004). Estudios Sectoriales. "La Industria Textil y del Vestido en México".
- INEGI (2004). Banco de Información Económica. www.inegi.gob.mx. México.
- IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social) (2005). www.imss.gob.mx. México.
- ITMF (2002). "ITMF Conference 2002: the markets are dominant", ITB International Textile Bulletin 1. <http://www.itmf.org>.
- ITAM (2004). "La Industria del Vestido en México". CANAINTEX. México.
- Jo, Foo Lora y Nikki Fortunato Bas (2005). "La surgente amenaza del libre comercio para los trabajadores del vestido en todo el mundo". Septiembre. 51p. www.sweatshopwatch.org/global/SWtradepaper-sp.html
- Krugman, Paul R. y Maurice Obstfeld (1994). "Economía Internacional: Teoría y política". Joaquín Turmo Garus y Emili Sánchez Díaz (traductores) Mc Graw Hill, Madrid. Pp.14-17. México.
- McLachlan, Ian y Adrián Guillermo Aguilar (1998). "Maquiladora myths: locational and structural change in México's export manufacturing industry", Professional Geographer, Vol. 50, No. 3.
- Mercado de Valores (1991a). "La competitividad, punto esencial del TLC". Intervención del Secretario de Comercio y Fomento Industrial, Dr. Jaime Serra Puche, 19 de septiembre de 1991, Foro México Joven, Monografía No. 1, No. 19, Octubre, Pp. i-iv. México.
- Mercado de Valores (1991b). "Reglas de Origen: el estímulo a la inversión productiva". Intervención del Secretario de Comercio y Fomento Industrial, Dr. Jaime Serra Puche, 6 de septiembre de 1991, Foro México Joven, Monografía No. 1, No. 19, Octubre, Pp. v-viii. México.
- Messner, Dirk (1998). "Latinoamérica hacia la economía mundial: condiciones para el desarrollo de la competitividad sistémica", Materiales de trabajo No. 5, Friedrich Ebert Stiftung, pp. 17-44.
- Messner, Dirk (2002). "The concept of the "World Economic Triangle: Global Governnace Patterns and Options for Regions". IDS (Institute for Development Studies) Working Paper, 173, 2002, pp.1-99.
- Mexcostura (2005). "Programa para la Competitividad de la Cadena Fibras - Textil - Vestido". Propuesta de la Lic. Rocío Ruíz a la Subsecretaria de Industria y Comercio. www.mexcostura.com/28/competitividad.htm. México-
- Nanjudan, S. (1987). "Small and medium enterprises: some basic development issues", Industry and Development.
- OIT (1996). "La mundialización cambia la fisonomía de las industrias de los textiles, el vestido y el calzado", 28 de octubre, www.ilo.org/public/spanish/bureau/inf/pr/96-33.htm
- OMC (2003). "Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido", Acuerdo de la Ronda de Uruguay. <http://www.wto.org/>
- OMC (2004a). Datos estadísticos diversos. Link: Trade topics, Goods, Textiles. <http://www.wto.org/>

- OMC (2004b). *"Declaración de China"*, Adhesión de China a la OMC. <http://www.wto.org/>
- Piore, Michael J. y Charles F. Sabel (1990). *"La segunda ruptura industrial"*. Versión española de María Esther Tabasco y Luis Toharia, Alianza Editorial. Madrid, España.
- Porter, Michael (1990). *"The competitive advantage of nations"*. The Free Press, Nueva York.
- Porter Michael (1998a). *"On competition"*, Harvard Business School Press, 320 p.
- Porter, Michael (1998b). *"Clusters and the new economics of competition"* in Harvard Business Review, Boston, Nov/Dec.
- Ricardo, David (1959). *"Principios de economía política y tributación"*. Juan Broc B., Nelly Wolf y Julio Estrada M. (traductores), FCE, 332 p. México.
- Rivera, Ríos Miguel Angel (2004). *"La reestructuración de la industria de la confección en México"*, en *La industria de la confección en México y China ante la globalización*, Isabel Rueda, Simón Domínguez y González Marín (coord.), UNAM/Miguel Angel Porrúa, Febrero, Pp.69-89. México.
- Rueda, Peiro Isabel (2004). *"China y México en la globalización"*, en *"La industria de la confección en México y China ante la globalización"*, Isabel Rueda, Simón Domínguez y González Marín (coord.) UNAM/Miguel Angel Porrúa, Febrero, Pp.15-41. México.
- Ruíz, Durán Clemente y Enrique Dussel Peters (1999). *"Dinámica Regional y competitividad industrial"*, Universidad Nacional Autónoma de México,/Fundación Friedrich Ebert/ Editorial JUS. Agosto. 285p. México.
- Samuelson, Paul A. (1949). *"International Factor-Price Equalisation Once Again"*. En J. Bhagwati, 1981. International Trade: Selected Readings. The MIT Press, Cambridge.
- Samuelson, Paul A. (1962). *"The Gains from International Trade Once Again"*. En J. Bhagwati, 1981. International Trade: Selected Readings. The MIT Press, Cambridge.
- SE (Secretaría de Economía) (2003). *"Programa para la Competitividad de la Cadena Fibras -Textil-Vestido"*, ANIQ/CANAINTEX/Cámara nacional de la Industria del Vestido. México.
- SE (2004a). *"Textil y Confección"*. Centro de Información. Estadísticas e Informes. Información de Sectores . Sector Manufacturero. www.bancomext.com. México.
- SE (2004b). *"Cuarto Informe de Labores"*.Pp.112-113.www.economia.gob.mx. México.
- SE (2004c). *"Programa para la competitividad de la cadena Fibras-Textiles-Vestido"*, texto completo, Versión final. Octubre. México.
- SE (2005a). *"Programa para la competitividad de la cadena Fibras-Textiles-Vestido"*. www.economia.gob.mx. México.

- SE (2005b). *“Tratado de Libre Comercio de América del Norte”* Decreto de promulgación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Lunes 20 de Diciembre de 1993, 560p. México.
- SE (2005c). Dirección General de Inversión Extranjera. www.economia.gob.mx. México.
- SE (2005d). *Informe del Grupo de Trabajo Trilateral sobre Textiles y Vestido de la Comisión de Libre Comercio del TLCAN*. 7 de marzo, www.economia.gob.mx. México
- STPS (Secretaría del Trabajo y Previsión Social) (2005). www.stps.gob.mx. México.
- Simón Domínguez Nadima y Rueda Peiro Isabel (2004). *“Comportamiento de la industria del vestido en México y China en el mercado de Estados Unidos”*, en *“La industria de la confección en México y China ante la globalización”*, Isabel Rueda, Simón Domínguez y González Marín (coord.), UNAM/Miguel Angel Porrúa, Febrero, Pp.43-68. México.
- SIEM (Sistema de Información Empresarial de México) (2005). Cadenas productivas. Directorio de la cadena fibras-textil-vestido. www.siem.gob.mx. México.
- Smith, Adam (1983). *“Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones”*. Barcelona bosch, 1983, Vol. I. España.
- UNIDO (2003). United Nations Industrial Development Organization. *“Inserting local industries into global value chains and global production networks: Opportunities and challenges for upgrading with a focus on Asia”*. Vienna, 2004
- USITC (2004). United States International Trade Commission, <http://www.usitc.gov>
- Storper, Michael (1997). *“The regional world: territorial development in a global economy”*. Guilford. New York.
- USITC (2005). *United States Imports of Merchandise* (versión en CD, Años 1990 al 2004).