



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD ECONOMÍA

**La industria del calzado en México:
condiciones y desafíos ante la presencia
de Vietnam**

TESIS

Para obtener el título de
Licenciada en Economía

P R E S E N T A

Abril Fabián Margarito

DIRECTOR DE TESIS

Dr. Samuel Ortiz Velásquez



Ciudad Universitaria, Cd. MX., septiembre 2020



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A mi pequeña familia, a mis profesores, sinodales y a todas esas personas que una vez estuvieron allí y, por supuesto, a los lectores

Índice

	Introducción	4
1	Capítulo I: Cadenas Globales de Valor	8
1.1	Antecedentes: Industrialización y desarrollo económico	8
1.2	Cambios en la organización de la industria mundial	9
1.3	El enfoque cadenas globales de valor como marco analítico para la globalización	11
1.4	Competitividad sistémica y endogeneidad territorial	26
1.5	Conclusiones del capítulo	29
2	Capítulo II: Tendencias internacionales en la industria del calzado	31
2.1	Principales países productores, exportaciones e importaciones de calzado	31
2.2	Actores clave: países y empresas	38
2.2.1	Principales exportadores e importadores	38
2.2.2	Principales empresas	48
2.3	Diseño y medio ambiente	50
2.4	Tecnología e innovación	53
2.5	Conclusiones del capítulo	55
3	Capítulo III: Breve recuento de los antecedentes del TIPAT	58
3.1	Breve repaso de las relaciones bilaterales México-Vietnam	65
3.2	México y Vietnam en el TIPAT	66
3.3	Análisis del comercio de México con los países del TIPAT con acuerdo comercial previo	68
3.4	Conclusiones del capítulo	85
4	Capítulo IV: El calzado en Vietnam y México	86
4.1	Vietnam	87
4.1.1	Inversión Extranjera Directa e Inversión Estatal en Vietnam	87
4.1.2	Sector externo para Vietnam	93
4.1.3	Características empresariales	94
4.1.4	Organización industrial	96
4.2	México	100
4.2.1	Inversión Extranjera Directa en México	100
4.2.2	Sector externo para México	102
4.2.3	Características empresariales	103
4.2.4	Organización industrial	106
4.3	Ejercicio estadístico	109
4.4	Conclusiones del capítulo	115

5	Conclusiones	119
6	Bibliografía	127
	Anexos	132

Introducción

Según la Matriz Insumo Producto de México 2013 la industria del calzado genera 151 mil 681 puestos de trabajo de forma directa e indirecta. Ante un aumento del 10% en el consumo privado de la rama calzado nuestra industria genera 12 mil 282 nuevos puestos de trabajo en la economía total; mientras que un ejercicio similar en la rama aeroespacial (que genera 49 mil 148 empleos), muestra que su impacto en generación de nuevos empleos es cero.¹

Es decir, la industria del calzado es estratégica desde el punto de vista de los encadenamientos verticales hacia atrás que genera y ello representa *per se*, un argumento para apoyarla (en un contexto donde seis de cada diez ocupados en México laboran en la economía informal); frente a otras industrias tipificadas como modernas y exportadoras (*v.gr.*, la aeroespacial), que en la actualidad genera un débil efecto de arrastre sobre la actividad económica. Comparar la industria del calzado con la aeroespacial tiene su razón de ser en el hecho de los apoyos gubernamentales que se le proporcionan a la segunda.

En la actualidad la industria mexicana del calzado está altamente expuesta a la competencia internacional. Efectivamente, la República Socialista de Vietnam (Vietnam para abreviar), se ha insertado en el mercado mexicano mediante el papel de socio comercial, un socio al que México le importa cantidades considerables que han desembocado en una balanza comercial deficitaria con dicho país, *v.gr.*, el déficit comercial con aquel país pasó de 33 millones de dólares en 2000 a 5,928 millones de dólares en 2019, el calzado explica el 6.5% de dicho déficit.

Desde una perspectiva mexicana, las importaciones a Vietnam han inundado el mercado local del calzado en los últimos años, no solo de bienes finales sino también con producción intermedia, que cuyo epítome sería restar valor agregado a la manufactura nacional de calzado. La causa de esto radica en la competitividad de precios que tienen los productos del exterior frente a los internos.

En tal contexto, es vital comprender las diferencias que separan al sector nacional del vietnamita para visualizar la posibilidad de competir, frenar y, consecuentemente, recuperar el mercado perdido por las mismas.

¹ Cálculos efectuados con el simulador de impactos de la Matriz Insumo Producto 2013. [<https://www.inegi.org.mx/app/simuladormip/>]. Fecha de consulta: 10 de abril de 2020.

Ahora, con la entrada en vigor del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT), el problema es incluso mayor, pues si con anterioridad era alarmante las cantidades importadas siendo los aranceles en promedio del 30% en línea con Dussel Peters (2017), no puede esperarse sino un abrupto incremento de estas cuando los impuestos a la importación desaparezcan.

En la actualidad hay escasos documentos que detallen los impactos potenciales de la alianza comercial entre México y Vietnam, en el ámbito internacional existen 3 análisis que brindan una idea general de estos. Como lo es el análisis de Petri y Plummer (2016), que en el marco del TPP (antecedente del TIPAT), destaca una disminución de las barreras no arancelarias en el mercado estadounidense (cuando formaba parte del acuerdo) del 4.1% en 2015 al 2.7% en el 2030, si bien es verdad que ya no forma parte del acuerdo, al seguir dentro México se vuelve el pase de entrada de Vietnam al mercado de Estados Unidos, haciendo con ello de nuevos clientes de forma indirecta. Además, señala que para el caso mexicano los beneficios del tratado en conjunto no son realmente grandes, verbigracia, el PIB aumentaría un 1% para el 2030, en el mejor de los casos.

La hipótesis de investigación es que las importaciones de calzado de Vietnam han contribuido a la caída de la producción y el empleo en México en la industria del calzado, por un efecto desplazamiento en donde estas sustituyen a proveedores locales y reducen encadenamientos internos inhibiendo su producción y empleo. Es previsible que el TIPAT profundice tales tendencias por la ausencia de políticas públicas de apoyo a los productores nacionales.

El presente trabajo tiene como objetivo examinar a profundidad la cadena productiva del calzado vietnamita y compararla con la industria del calzado en México. Ello es relevante en la medida que permite identificar los eslabones endebles dentro de la industria nacional y las divergencias que hacen a la industria de Vietnam más competitiva que la industria de México.

Para cumplir con tal propósito, la tesis se divide en cinco capítulos. En la primera parte, se contextualiza la metodología del marco analítico de Cadenas Globales de Valor con la que se espera la comprensión de cómo las actividades productivas en la economía determinan la cantidad de valor agregado de la que pueden apropiarse. Esta metodología tiene seis dimensiones: en una primera división se separan los aspectos globales de los locales, dentro de la esfera global se encuentran los conceptos gobernanza, estructura de entrada-salida y ámbito

geográfico; en la esfera local están el escalamiento, contexto institucional local y partes interesadas.

La importancia de esta metodología radica en la visualización del funcionamiento de la industria local y las deficiencias que presenta, y cómo esto la hace estar en uno u otro eslabón dentro de una cadena de valor, además, obliga a la tipificación y la identificación de actores clave.

En la segunda parte, se analizaron las tendencias internacionales del sector calzado, tanto en comercio como en producción, los precios que los diversos actores ofrecen al mercado y su impacto en la industria del calzado mundial. De igual modo, se abordan los principales países exportadores y/o importadores, el tipo de calzado que se exporta en determinadas regiones y el calzado que se importa en estas. Las empresas más relevantes también son consideradas, así como el nivel de empleo que generan. Tópicos como la tecnología que se usa o que se busca implementar a la par de materiales innovadores son expuestos en este capítulo.

En el capítulo tres, se presentan brevemente los antecedentes del TIPAT, las razones por las que México decidió participar en un inicio, y la relación que ha tenido con Vietnam tanto económica como diplomática. El TIPAT, en línea con la Secretaría de Economía (SE), entró en vigor el 30 de diciembre de 2018 para México y 5 países que concluyeron los procedimientos internos (Australia, Canadá, Japón, Nueva Zelanda y Singapur) y, para el caso de Vietnam entró en vigor el 15 de enero de 2019. Asimismo, se retoman experiencias previas de México con países con los que ya contaba con un tratado comercial previo al TIPAT.

En el cuarto capítulo se localiza el aporte del trabajo, primero se examina de forma comparativa la organización de la industria del calzado en Vietnam y México. Se abordan *grosso modo* las características de las empresas; el grado de participación de inversión extranjera directa (IED) en la rama; principales socios comerciales y de inversión a nivel de empresas y países, así como otros tópicos de organización industrial. A partir del diagnóstico, se realizó un ejercicio (a nivel estadístico) para México, donde se examina para cada segmento (cuero, tela, plástico) del calzado en México, su nivel de exposición a la competencia internacional de Vietnam, China y Estados Unidos. Confrontando la conducta de indicadores clave como producción, empleo e insumos nacionales; con la conducta de las importaciones vietnamitas.

En el apartado cinco, se abordan las conclusiones generales de la tesis y se presentan un grupo de líneas de acción para apoyar a la industria del calzado en México.

Capítulo I. Cadenas Globales de Valor

1.1. Antecedentes: industrialización y desarrollo económico

La relación industrialización y desarrollo económico ha sido abordada desde múltiples enfoques. Prebisch (1948), por ejemplo, construyó su teoría sobre el deterioro de los términos de intercambio de los productos primarios frente a los productos manufacturados. El mecanismo detrás de tal fenómeno se localizaba en las diferentes elasticidades ingreso de la demanda que presentan los productos primarios que exportaba la periferia a los centros industriales (cuya demanda es inelástica con respecto al ingreso) y los productos manufactureros que importaba de los centros industriales (cuya demanda es elástica). La idea de que el patrón de especialización comercial puede tener efectos importantes en el crecimiento económico fue formalizada tiempo después por Thirlwall.

Como apunta López (2016), ambos autores demostraron que bajo ciertos supuestos, la tasa de crecimiento del producto compatible con equilibrio externo (gr^x) depende de la capacidad para importar, la cual a su vez depende de la tasa de crecimiento de las exportaciones (x) y de la elasticidad ingreso de las importaciones (π), de manera formal: $gr^x = x/\pi$. La industrialización se presenta como la respuesta a los problemas estructurales de tales países, pues al reasignar los recursos hacia los sectores de mayor dinamismo comercial, genera cambios en las elasticidades, relajando la restricción externa y acelerando el crecimiento.

Desde una perspectiva de organización industrial se ha señalado que más que concentrar la atención en la dinámica comercial y las elasticidades ingreso agregadas, es crucial examinar la estructura del comercio exterior. Dicho en otras palabras, el concepto patrón de especialización comercial es relevante como determinante del crecimiento, pero puede ser más significativo avanzar de la comprensión de los factores que explican la dinámica del comercio exterior, a los factores que explican la estructura del comercio exterior (Ortiz Velásquez 2019). Pues como en el modelo primario exportador, en pleno siglo XXI es relativamente fácil encontrar industrias dinámicas, modernas y exportadoras, que operan como simples actividades de enclave.

Las tesis clásicas de industrialización se deben actualizar incorporando el impacto que los cambios en la organización de las industrias globales -conducidas usualmente por empresas

transnacionales (ET)- tienen sobre el desarrollo económico (Ortiz Velásquez 2019). Efectivamente, desde la década de los setenta, las ET inician de forma exitosa con la fragmentación espacial del proceso productivo; dando origen a la aparición de complejas redes de producción con múltiples empresas y territorios interconectados, donde la empresa del centro, la dominante, controla la información principal. Al respecto la evidencia muestra que el 80% de las exportaciones mundiales están vinculadas a las redes internacionales de producción de las ET (UNCTAD 2011). El fenómeno descrito ha generado efectos a nivel local, en la medida que empuja a industrias locales a competir por participar en segmentos específicos del proceso productivo, todo lo cual ha tenido implicaciones en términos de apropiación de valor agregado. Por ejemplo, en las cadenas autopartes-automotriz y electrónica, los segmentos de investigación y desarrollo pueden apropiarse de un valor agregado superior al apropiado por los segmentos de ensamble. En coherencia con la nueva organización industrial del globo, en años recientes se ha observado un interés creciente por estimar estadísticas de valor agregado contenido en el comercio exterior (Ortiz Velasquez 2019). El trabajo empírico ha estado altamente influenciado por el desarrollo conceptual Cadenas Globales de Valor (CGV) de Gary Gereffi. El concepto dota de elementos analíticos para examinar la geografía y la organización de la producción internacional actual vista como una red.

1.2 Cambios en la organización de la industria mundial

La inevitable unificación de las economías del mundo ha abierto un abanico de oportunidades de crecimiento para los países en desarrollo, gracias a la división del trabajo y el comercio internacional que brindan la ocasión de insertarse en una cadena de suministro según las capacidades y características del territorio en cuestión; pudiendo ser benéfico o perjudicial en el largo plazo, si no se busca mejorar la posición dentro. Sin embargo, en primera instancia proveer a empresas transnacionales incluso siendo mano de obra barata enfocada al ensamblaje simple no es algo que un país en desarrollo esté dispuesto a rechazar, porque si hay algo claro de la globalización es precisamente eso: la flexibilización del proceso de producción, que rompió con los paradigmas de antaño y que, en comparación con los actuales, divergen sustancialmente al

permitir que un producto no sea originario de un área geográfica en específico. Es decir, descompuso el valor de una cadena.

Gereffi (2001) señala la existencia de tres tendencias mundiales que dan cuenta de la naturaleza del capitalismo global y que facilitan lo anterior (tendencias hasta 2014 con base en el mismo autor):

- I. La propagación de la industrialización diversificada a grandes segmentos en países en desarrollo.
- II. El cambio hacia estrategias de desarrollo orientadas a la exportación en las naciones periféricas con énfasis en las manufacturas.
- III. Altos niveles de especialización de producción.

El proceso de integración entre diversos países ha demostrado que una mercancía no necesariamente tiene que estar hecha en un solo lugar; por el contrario, debido a la diferencia de costos esta cadena de producción puede ser segmentada en distintas regiones del mundo, haciendo del proceso uno más complejo, pero más barato; concluyendo en lo que se conoce como internacionalización. Se dice que una empresa está internacionalizada cuando lleva a cabo las distintas fases de elaboración de su mercancía en fronteras distintas. Siguiendo a Basave (2016), bien se puede sostener que la globalización (y su rasgo fundamental: la segmentación internacional de la producción) fue un detonador del surgimiento de la empresa multinacional en economías emergentes.

Con todo lo mencionado, no es *in promptu* que las empresas se internacionalicen si los beneficios serán cuantiosos. La integración del comercio tiene una relación creciente con la desintegración de la producción en la economía internacional, el cada vez mayor entrelazamiento de los mercados ha conllevado una fragmentación en los procesos de manufactura de empresas líderes, esto por lo que se mencionó antes: los menores costos obtenidos en distintos mercados (Feenstra 1998).

1.3 El enfoque “cadenas globales de valor” como marco analítico para la globalización

En las líneas siguientes se abordan a nivel conceptual diversos aspectos del enfoque: la definición de cadena global de valor, segmentos, estructuras de gobernabilidad, escalamiento y enfoques complementarios como la competitividad sistémica y la endogeneidad territorial. Ello es relevante, pues la industria mundial del calzado está inmersa en el proceso de segmentación internacional de la producción y por lo tanto el marco analítico de las cadenas globales de valor es útil para comprender su funcionamiento. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en el reporte del 2011 señala la relevancia de comprender los nuevos modos desiguales de producción en industrias intensivas en mano de obra por la especificidad que se requiere para apoyarlas, además, el calzado tuvo ventas en 2010 por 50-55 miles de millones de dólares (mmd) y un valor añadido de 10-15 mmd, mano de obra que va desde 1.7 a 2.0 millones de empleados, y un empleo de 1.6-1.8 millones de personas en países en desarrollo.

La manufactura por contrato en el calzado (que significa que una empresa externa produzca parte del bien o todo, a partir de la existencia de un contrato), supera en tasas de crecimiento a la industria misma, revelando que cada vez más la producción se transforma en una realizada por contrato y, se destaca en este sector en particular la dispersión entre sus puntos de producción. Las empresas trasnacionales de países en desarrollo suelen actuar como intermediarios entre la producción nacional y las empresas trasnacionales mundiales.

Los mayores productores de calzado en economías en desarrollo por contrato y servicios de *outsourcing* en 2009 fueron: Pou Chen (Taiwán) con ventas de 6.5 mmd y un empleo de 333 mil personas, en segundo lugar, Stella International (Taiwán) cuyas ventas fueron de 1.0 mmd y un empleo de 50 mil personas, en tercer lugar, se encontró Feng Tay con 0.8 mmd en ventas y 68 mil empleados, le continuó Symphony (Hong Kong) 0.2 mmd y 14 mil empleados, en quinto sitio Kingmaker Footwear (Hong Kong) con 0.2 mmd en ventas y 12 mil empleados, según el reporte de la UNCTAD de 2011.

La fabricación por contrato en la industria del calzado opera en un mercado altamente competitivo, caracterizado por un gran número de pequeños proveedores que prestan servicios

a un número limitado de marcas y minoristas internacionales. Entre ellos se encuentran marcas como Adidas (Alemania), Christian Dior (Francia) y Nike (Estados Unidos); los minoristas incluyen comerciantes masivos como Walmart (Estados Unidos) y Marks and Spencer's (Reino Unido) y minoristas especializados, incluidos Gap (Estados Unidos) y H&M (Suecia).

a) *Cadenas globales de valor, segmentos y apropiación de valor*

El marco analítico de cadenas globales de valor (CGV) permite comprender cómo las actividades en las que se concentra una economía determinará en gran medida el tamaño del valor agregado del que pueda apropiarse. Se permite, entonces, un acercamiento al desarrollo económico mediante el análisis de estructuras y tendencias mundiales de la industria, estudiando a detalle las cadenas existentes y las repercusiones que tienen en variables como el empleo o el número de establecimientos (Gereffi, Fernández-Stark 2011; Gereffi, Lee 2012). De ello, se facilita la identificación de los principales actores dentro de la industria, así como la tipificación del tipo de cadena comprendida.

De acuerdo con Gereffi (2005, p. 79) "en su forma más básica, una cadena de valor agregado es el proceso mediante el cual la tecnología se combina con insumos de material y mano de obra, y luego los insumos procesados se ensamblan, comercializan y distribuyen. Una sola empresa puede consistir en un solo enlace en este proceso, o puede estar ampliamente integrada verticalmente. . ."². La distribución de las actividades en una cadena de valor se describe en la gráfica I-1.

Evidentemente, las actividades que más valor añadido se apropian son las de inversión y desarrollo, así como las de comercialización. Los países se encuentran conectados a través de las cadenas globales de valor, estas conexiones pueden ser clasificadas en 5, mismas que se apropian de distintas cantidades de valor agregado, según Gereffi (1995):

1.-Exportadores de productos primarios. Aunque fue un factor importante de crecimiento del tercer mundo entre 1970-1992, las desventajas de esto son múltiples y se profundizan si, como mayormente ocurre, el país se especializa solo en un bien primario.

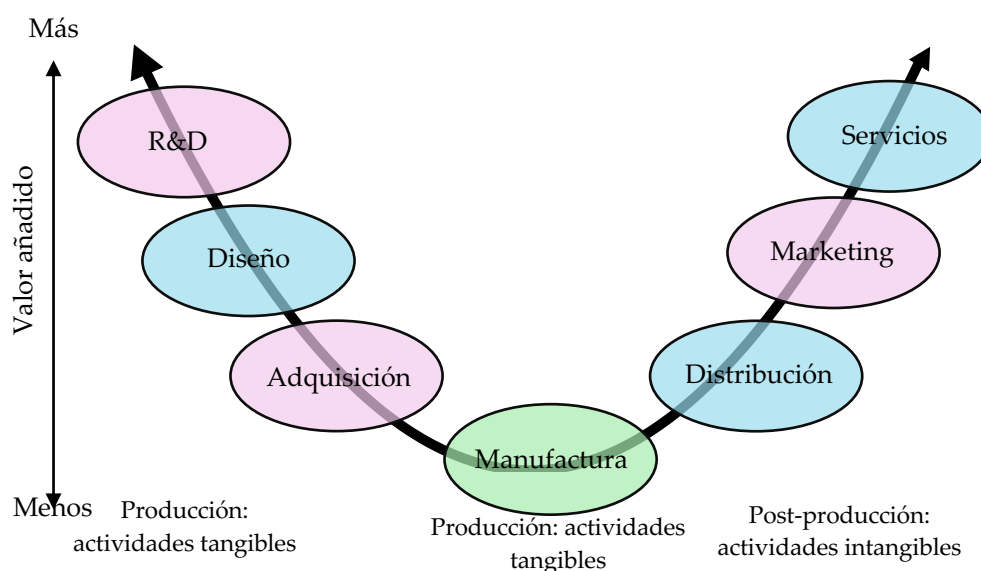
² Traducción propia, texto original en inglés

El primer inconveniente surge por la volatilidad de los precios, dicha inestabilidad es causada por los pocos países que ostentan el control de la producción mundial al poseer un alto porcentaje de esta.

El segundo problema se manifiesta en el deterioro de los términos de intercambio en el comercio de bienes primarios, que consecuentemente afectarían el desarrollo de los países en desarrollo.

Por último, dentro de los bienes primarios existen niveles de productividad, y la especialización en uno o pocos, conduce a menores niveles de bienestar, así como mayor o menor vulnerabilidad a los primeros problemas.

Gráfica I- 1. Curva de Stan Shin



Fuente: Recuperado de Fernández-Stark 2017.

2.-*Manufactura para exportar*. Este rol exportador es intensivo en mano de obra que se dedica a ensamblar bienes para exportar, pero cuyos componentes son en su mayoría importados. De este peldaño nace la ventaja de salarios bajos que hace a la nación competitiva frente a otras en la atracción de IED para la creación de nuevos empleos; sin embargo, estos no aportan valor agregado nacional de forma significativa y por demás, contienen una pronunciada división de género, la mayor parte de la fuerza laboral de bajos salarios en industrias como electrónicos,

juguets y calzado es femenina: mujeres jóvenes y solteras constituyen la fuerza laboral a medio tiempo, pues no solo laboran en la fábrica sino también lo hacen en la casa.

3.-*Subcontratación para el suministro de componentes.* Este caso referido a la manufactura y exportaciones de componentes a industrias tecnológicamente avanzadas en los países desarrollados, esto cuenta con la ventaja de facilitar el escalamiento y la transferencia de tecnología, y tal vez generar vínculos entre los proveedores locales. Aquí la división de trabajo está bien definida.

4.-*Manufactura del equipo original.* Entendido como la producción de bienes finales por contrato, la cual frecuentemente está localizada en las fábricas de la empresa que se encuentran en países en desarrollo. El abastecimiento de insumos y la producción del bien final son responsabilidades del contratista, y la producción es distribuida y comercializada en el extranjero por grandes empresas comerciales, cadenas minoristas extranjeras o comercializadores de marca. Este rol es de los más rentables, aunque también de los más exigentes e inestables. La producción realizada bajo este marco es comercializada con el nombre de la marca, y el fabricante debe tener la capacidad de interpretar diseños, obtener insumos, monitorear calidades, cumplir con el precio del comprador y garantizar la entrega en tiempo y forma. Se destaca, que la tarifa cobrada por el contratista cubre todo el material y la producción, así como una modesta ganancia, quienes obtienen la mayor parte del excedente son los compradores.

La ventaja principal de aquí subyace en la oportunidad para los empresarios locales de aprender a hacer productos finales con la posibilidad de competir a nivel internacional, y de generar vínculos hacia atrás con la economía doméstica.

5.-*Creación de una marca.* El último eslabón es la exportación de bienes originales mediante una marca registrada propia, un ejemplo claro sería la marca Huawei de China.

Esta óptica fuerza a los países a inquirirse cómo integrarse en una cadena de valor, cómo mantenerse dentro cuando hay tantos otros países con iguales características a las propias y, finalmente, cómo escalar dentro de, es decir, cómo pasar de actividades simples a aquellas complejas que se apropien de mayor valor agregado.

Lograr el escalamiento no solo es cuestión de hacer énfasis en las actividades productivas, sino también de considerar los siguientes factores históricos a modo de guía en futuras políticas (Dussel 2018):

1. El éxito en el primer ascenso no implica éxito en el segundo: pasar de ensamblador a fabricante de la marca reconocida es más sencillo que pasar de fabricante a diseñador de la marca; se debe considerar la posibilidad de retroceso.
2. El ascenso industrial significa aprendizaje organizativo para mejorar la posición de las empresas o de las naciones en el comercio internacional y, en las redes de producción (Gereffi y Tam 1998).
3. El ascenso industrial requiere también capital, esto significa que en la medida en que el capital sea más abundante en relación con la fuerza laboral y con las dotaciones de otros países, las naciones desarrollan ventajas comparativas en las industrias intensivas de capital y de habilidades (Porter 1990).

Para que esto se logre es necesario llegar a convenios en donde las políticas económicas beneficien a la industria nacional, sin perjudicar al consumidor ni la competitividad. Gereffi (2015) ha hecho hincapié en que la política sectorial y los programas e incentivos que ofrecen las naciones, juegan un papel fundamental en la atracción de actividades de investigación y diseño, o de postventa mediante la IED e inclusive las actividades productivas de empresas multinacionales.

La metodología de CGV proviene de la confluencia de tres corrientes de literatura: i) economía de costos de transacción; ii) redes de producción; iii) capacidad tecnológica y aprendizaje a nivel de empresa. Estas sirvieron para identificar las principales variables determinantes de las CGV y, también, en cómo esta cambia ante las distintas combinaciones de dichas variables. Se enlistan a continuación:

- i. Complejidad de transacciones
- ii. Capacidad de codificación de transacciones
- iii. Capacidad de los proveedores

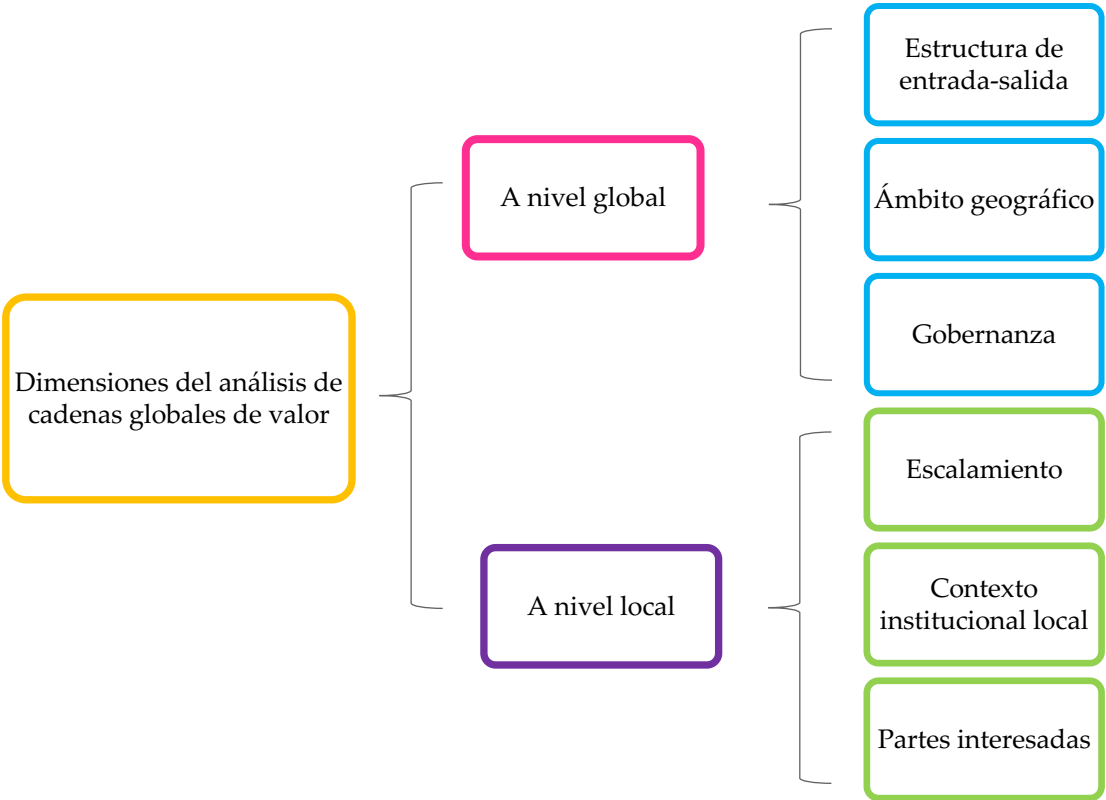
La primera comprendida como la transferencia de información y conocimiento requerido para mantener una transacción, particularmente con respecto a las especificaciones de mercancías y procesos, el ejemplo ilustrativo es cuando se requieren productos de elaboración *just in time*. La segunda se refiere a las especificaciones de un producto, si es posible elaborarlo con los activos existentes o si se requerirá de nuevas inversiones en activos específicos. La tercera que como su nombre lo indica, es la capacidad de los proveedores de satisfacer las demandas (Gereffi 2005).

Estas variables son definidas por las características tecnológicas de los productos y procesos, algunas transacciones son por naturaleza más complejas y difíciles de codificar que otras, por ende, es común que se dependa de la efectividad de los actores de la industria y los procesos sociales que rodean el desarrollo, difusión y adopción de normas de codificación.

b) Dimensiones en la metodología de cadenas globales de valor

Existen seis dimensiones exploradas por la metodología, teniendo una primera división entre lo global y lo local; lo primero se enfoca en la dinámica de la industria a nivel global, y la segunda inicia el análisis por la manera en que los países se integran en las cadenas de valor (Fernández-Stark 2018).

Ilustración I- 1. Dimensiones del análisis de cadenas de valor



Fuente: recuperado de Fernández-Stark, Bamber y Gereffi (2013).

La estructura de entrada-salida se refiere al proceso que se requiere en la elaboración de un producto, desde la concepción de la idea hasta el bien final. Se describe todo el proceso de

transformación, si bien no existe una estructura definida para esto dado que varía de acuerdo con la industria de la que se hable, sí es posible mencionar algunas actividades en las que se coincide están presentes en la mayoría, por no afirmar categóricamente que en todas, tales como investigación y diseño, insumos, producción, distribución y comercialización, y ventas (Fernández-Stark 2018).

En línea con la misma autora, el ámbito geográfico está comprendido por las distintas capacidades de un territorio, esto explica cómo la industria está dispersa en el mundo y en qué países se lleva a cabo qué actividades. Es preciso señalar que es habitual encontrar que los países en desarrollo cuentan como ventaja frente a los desarrollados el bajo costo de la mano de obra e insumos, mientras los segundos son escogidos por las empresas trasnacionales para actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos.

c) Gobernanza en una cadena de valor

La gobernanza es la clasificación que se otorga a las cadenas de valor para comprender cómo se controla y coordina cuando existen jugadores que poseen más poder que otros; Gereffi (1994, p. 113) definió el concepto como «relaciones de autoridad y poder que determinan cómo se asignan y fluyen los recursos financieros, materiales y humanos dentro de una cadena».

En un inicio, se clasificó solamente dos tipos de cadenas de valor, una enfocada al productor y otra al consumidor. Las cadenas productivas dirigidas al productor son aquellas en las que las grandes empresas trasnacionales llevan la voz cantante en el proceso de producción, esto significa que controlan dichas redes. Estas empresas supervisan la producción desde dónde se lleva a cabo, controlando el suministro hacia atrás y dictando las características a sus subsidiarias o contratistas para obtener el producto deseado; así como el vínculo de distribución y venta hacia adelante. En este tipo de cadenas abundan los oligopolios. Verbigracia, las industrias intensivas en capital, tales como la automotriz o la aeroespacial.

Las ganancias de este tipo de cadenas dependen del volumen vendido o del avance tecnológico de la producción (Gereffi 1994). Aquí destacan las rentas tecnológicas que surgen cuando existe una disparidad en el acceso a productos clave y procesos tecnológicos, similar al *know-how* que incluye técnicas tales como el “justo a tiempo”, control de calidad, producción modular, el mantenimiento preventivo, entre otros (Gereffi 2001).

Las cadenas productivas dirigidas al comprador, por el contrario, son dominadas por los grandes detallistas, marcas importantes y comerciantes que descentralizan la producción en diversos países, en su mayoría del Tercer Mundo, estos actores especifican las particularidades del producto que desean a pequeños productores, ejerciendo control sobre cómo, cuándo y dónde se manufacturará la producción, su principal influencia recae en la distribución y venta del producto; en estos casos la industria es intensiva en mano de obra. En esta cadena existe una alta competitividad. Verbigracia, el sector calzado, el textil o la industria de juguetes.

Las ganancias de estas provienen de la investigación de alto valor, diseño, ventas, comercialización y servicios financieros que les concede un lugar estratégico para vincular fábricas y comercializadores en el extranjero (Gereffi 1994). Las rentas existentes en estas cadenas son las rentas relacionales, que se refieren a las relaciones entre empresas, a las técnicas de administración que engarza a grandes ensambladores con empresas pequeñas, a la construcción de alianzas y a elementos de eficacia; asimismo, cuentan con rentas de política comercial, que se refieren al valor de la escasez, y a las rentas por la marca, que no son más que las ganancias por el uso del logo para la diferenciación de productos (Gereffi 2001).

En relación con lo anterior y para dilucidar, la gobernanza hace alusión a las formas en que el poder corporativo puede influir en la distribución de beneficios y riesgos en una industria, puesto que el poder dentro de las cadenas es ejercido por empresas líderes, ya sean grandes detallistas o empresas de renombre.

Para Gereffi (2014) el siglo XXI trajo cambios significativos en la organización y la gobernanza de las industrias globales, por lo que se consideró que la tipología de las estructuras de gobernanza basadas en el productor y en el comprador eran insuficientes. Con ello, se introducen cinco tipos de estructura de gobernanza que dan cuenta de las nuevas formas de coordinación de las CGV (Gereffi 2005):

- 1) **De mercado.** Ocurre cuando las relaciones entre las empresas se basan en precios y costos, y cuando sus vínculos no son completamente transitorios, estos pueden persistir en el tiempo con transacciones asiduas; el punto esencial de este tipo de gobernanza es que los costos de cambiar de socios son bajos para ambas partes. Este tipo de gobernanza es lo más parecido a un mercado de competencia perfecta.

- 2) **Cadenas de valor modulares.** Surgen de relaciones donde los proveedores satisfacen las especificaciones del cliente haciendo de los proveedores responsables en su totalidad de las competencias tecnológicas necesarias para la fabricación. Sin embargo, no existe una relación marcada de poder debido a que el proveedor es capaz de producir con maquinaria sencilla y al ser así, permite la existencia de muchos socios potenciales, si bien esto conlleva una desventaja al limitar las inversiones específicas de la transacción y desembolsos de capital para componentes y materiales en nombre de los clientes, es una cadena relativamente benéfica para ambas partes.
- 3) **Cadenas de valor relacionales.** En estas redes hay interacciones complejas entre compradores y vendedores, lo que a menudo crea dependencia mutua y altos niveles de especificidad de activos requeridos para la manufactura. Se ha destacado el papel de la proximidad espacial en el apoyo de los vínculos de la cadena de valor relacional; no obstante, esto no quita del tablero que la confianza y la reputación también pueden pesar en redes espaciales donde las relaciones se construyen con el tiempo o se basan en grupos familiares y/o sociales.
- 4) **Cadenas de valor cautivas.** Se suscitan cuando proveedores pequeños dependen de compradores más grandes. En este tipo de cadena, los proveedores cargan con costos altísimos al cambiar de socios, por lo tanto, están atrapados con el comprador en turno. Una característica representativa es el alto grado de monitoreo y control por parte de las empresas compradoras.
- 5) **Jerarquía.** Esta gobernanza se destaca por la integración vertical en el proceso. El control fluye de los altos mandos a los subordinados, o de la sede a las subsidiarias y afiliadas.

Gereffi dotó a las variables determinantes con valores alto y bajo arribando a los resultados de la tabla I-1. Existen ocho posibles combinaciones. No obstante, como la combinación de baja complejidad de transacciones y baja capacidad para codificar es poco probable que ocurra, se descartaron en consecuencia dos combinaciones, quedando un solo tipo de gobernanza no explicada, pero si la complejidad de la transacción es baja y la capacidad de codificación es alta, entonces la baja capacidad del proveedor conduciría a la exclusión de la cadena de valor.

Con base en el mismo autor, al señalar la importancia de estas variables, se acepta la relevancia de la especificidad de activos identificados por la teoría de costos de transacción, además se destacan los costos de transacción comunes, aquellos involucrados en la coordinación de actividades a lo largo de la cadena. Estos costos inherentes tienden a aumentar cuando se manufacturan productos no estándar, productos con diseños específicos y productos cuya elaboración es sensible al tiempo.

Tabla I- 1. Determinantes clave en la gobernanza de las cadenas de valor

Tipo de gobernanza	Complejidad de las transacciones	Capacidad para la codificación de transacciones	Capacidad de los proveedores	Grado de coordinación explícita y asimetría de poder
De mercado	Baja	Alta	Alta	Baja
Modular	Alta	Alta	Alta	↑
Relacional	Alta	Baja	Alta	
Cautiva	Alta	Alta	Baja	↓
Jerárquica	Alta	Baja	Baja	

Fuente: recuperado de Gereffi 2005.

En línea con Gereffi, las empresas transnacionales suelen aumentar la complejidad cuando buscan un suministro *just in time* y cuando aumentan la diferenciación de productos; sin embargo, también hacen lo opuesto adoptando estrategias para hacer de las transacciones unas más simples y fáciles de asimilar. La manera que tienen de hacerlo es a través del desarrollo de estándares técnicos y procesos, aunque también se puede hacer mediante normas técnicas que codifiquen la información que permitan transferencias limpias entre socios.

De la tipología anterior, se desarrolla la interacción de las variables en los siguientes apartados según Gereffi (2005).

- a) De mercado. En este caso las transacciones son codificadas con facilidad, las especificaciones del producto son simples y esto hace que los proveedores cuenten con la capacidad de fabricar los productos con poca participación de los compradores. La especificidad de activos, por lo tanto, no será tan delimitada y conducirá a este tipo de gobernanza. En el mercado, los compradores responden a las especificaciones y precios establecidos por los vendedores. Debido a que la complejidad de la información

intercambiada es relativamente baja, las transacciones pueden ser gobernadas con poca coordinación explícita.

- b) Cadenas de valor modulares. En este tipo de gobernanza, la capacidad de codificación suele abarcar hasta productos complejos. Para ello, la complejidad del producto tiene que ser modular, es decir, que puede sustituir unos factores con otros, y los estándares técnicos consiguen hacerlo para unificar las especificaciones de los componentes y procesos. De igual modo, si los proveedores poseen la competencia de suministrar paquetes y módulos completos, se puede reducir la especificidad de activos y, en consecuencia, la necesidad del comprador de monitorear y controlar.

Los enlaces basados en conocimiento codificado brindan beneficios similares a los enlaces de mercado independientes, tales como velocidad, flexibilidad y acceso a insumos de bajo costo; sin embargo, debe recalcarse que estos beneficios no son lo mismo que los intercambios basados en el precio.

La relación entre proveedor y comprador dentro de esta gobernanza es importante, pues un sistema de precios no permitiría el intercambio de un diseño computarizado transferido directamente de la empresa líder al proveedor. Debido a la codificación, se puede intercambiar información compleja con poca coordinación explícita y, por lo tanto, como el simple intercambio de mercado, el costo de cambiar a nuevos socios sigue siendo bajo.

- c) Cadenas de valor relacionales. Se dan cuando las especificaciones del producto no se pueden codificar, las transacciones son complejas y las capacidades del proveedor son altas. En esta cadena, los proveedores que son competentes buscan ser subcontratados por las grandes empresas debido a las competencias complementarias a las que tendrían acceso.
- d) Cadenas de valor cautivas. Surgen cuando la capacidad de codificar detalladamente y la complejidad de las especificaciones del producto son altas, en contraste con las capacidades del proveedor que son bajas. Debido a que el proveedor no cuenta con una competencia alta, es preciso que el comprador tenga gran intervención y control en la producción, esto con el tiempo aumenta la dependencia transaccional pues los compradores buscan tener totalmente dependientes a los proveedores para evitar que

otros se beneficien de los esfuerzos que realizaron (de lo que tal vez les enseñaron). Por lo tanto, los proveedores enfrentan costos de cambio significativos y están "cautivos". Los proveedores cautivos se limitan con frecuencia a un espectro definido de actividades, por ejemplo, se dedican principalmente al ensamblaje simple y dependen de la empresa líder para diligencias complementarias como el diseño, la logística, la compra de componentes y la actualización de la tecnología de procesos. Para los proveedores este tipo de gobernanza significa que el acceso al mercado es solo mediante las empresas líderes, por lo que una renuncia es poco viable. La cadena cautiva implica una gran asimetría de poder entre la empresa dominante y la subordinada.

Sin embargo, la dependencia mutua que surge puede regularse a través de la reputación, la proximidad social y espacial, los lazos familiares, étnicos y similares. Otro recurso para manejarla es a través de mecanismos que imponen costos a la parte que rompe un contrato. El intercambio de información compleja se logra con mayor frecuencia por interacción en persona y se rige por altos niveles de coordinación explícita, lo que hace que los costos de cambiar a nuevos socios sean altos.

- e) Jerarquía. Esta cadena se da cuando no se pueden codificar las especificaciones de los productos, los productos son complejos y no existen proveedores altamente competentes, lo cual obliga a la empresa líder a desarrollar y fabricar productos de manera interna. Esta forma de gobernanza suele estar impulsada por la necesidad de intercambiar conocimientos entre las actividades de la cadena de valor, así como por la necesidad de gestionar eficazmente redes complejas de entradas y salidas y controlar los recursos, especialmente la propiedad intelectual.

Debido a la constante innovación tanto en tecnología como en procesos, las gobernanzas no son estáticas y permiten evolucionar en el tiempo. Los estándares que permiten la codificación de los productos y procesos son diferentes en todas las industrias, en todos los territorios y están en firme evolución, aunado a esto, como los estándares también se vuelven obsoletos por el cambio tecnológico o al buscar "remodelar" la cadena, se puede impulsar las relaciones de mercado y modulares.

La complejidad de la información cambia a la par que las empresas líderes buscan obtener productos y servicios más especiales en su base de suministro, trayendo como secuela una reducción en las capacidades del proveedor para cumplir los nuevos requerimientos, ya que si se trata de un producto que necesite activos específicos y no se cuentan con ellos, el proveedor deberá recurrir a nuevas inversiones, provocando quizá que una cadena de mercado pase a ser una cautiva. En el caso contrario, si la complejidad se reduce puede incrementarse la capacidad de codificar transacciones, pudiendo saltar de relaciones cautivas a unas relacionales o de mercado.

En otro escenario, al existir entre las industrias una constante competencia por una mejor codificación y mayor innovación en productos, estas evolucionan con asiduidad haciendo que las cadenas con mejor codificación pasen de ser cautivas a unas de mercado y con innovación en productos que pasen de mercado a jerárquicas, debido a que con activos específicos se cierran las posibilidades de proveer a muchos compradores. Esto no quiere decir que salten a ese tipo de cadena en particular, sino que la relación va en esa dirección.

La competitividad de los proveedores también cambia con el tiempo: los vendedores aprenden, y aunque sea por un breve lapso pueden ubicarse bajo gobernanzas que les sean más favorables, porque después, su contraparte puede revertir dicho cambio al introducir nuevas tecnologías en los procesos o también porque los compradores aumenten requisitos para proveedores existentes.

Según Gereffi (2005), en una cadena modular es probable que los proveedores ofrezcan a las empresas líderes mayores niveles de agrupación de la cadena de valor, desembocando en el servicio de paquete completo, ofertando con ello las ventajas de internalizar el conocimiento y la utilización de la capacidad de agrupación para las economías de escala. No obstante, si la codificación es significativamente difícil, las cadenas de valor serán relacionales por la complejidad de codificación de sistemas mecánicos.

En un escenario distinto, con el punto de partida en una cadena relacional, se esperaría que esta mutara a una modular o de mercado con eventualidad, debido a que se mejoran estándares y esquemas de valor en busca de una reducción de costos y riesgos. Si este proceso continúa, la capacidad de codificar aumentaría y las capacidades de los proveedores también, por lo que se esperaría que esta cadena “mejorara”.

En las redes cautivas, las empresas dominantes se hacen cargo del suministro de los componentes utilizados por los proveedores locales en su totalidad, la producción de paquetes completos requiere que estos interpreten diseños, realicen muestras y obtengan los insumos necesarios, pasando además por los controles de calidad, el cumplimiento de precios para el comprador y la garantía de entrega a tiempo (Gereffi 2005).

Bajo la premisa de la búsqueda del desarrollo, la ventaja que ofrece el paquete completo en comparación al ensamblaje simple es que concede a las empresas locales la oportunidad de aprender a fabricar bienes de consumo competitivos a nivel internacional y genera importantes vínculos hacia atrás en la economía nacional. Si la competitividad del proveedor mejora, se vuelve factible que una cadena cautiva mute hasta una relacional. El establecimiento de oficinas de compra en el extranjero y los frecuentes viajes internacionales respaldaron la intensa interacción requerida para intercambiar información tácita y construir relaciones personales entre compradores y proveedores.

El claro ejemplo de esto es el éxito de Asia Oriental, que pasó de las cadenas de valor cautivas a una forma de exportación más integrada en el país y de mayor valor agregado como lo es el suministro de paquete completo, puesto que mientras el modelo cautivo de ensamblaje exigía una coordinación explícita e instrucciones detalladas, la producción de paquete completo involucraba diversas formas de coordinación más complejas, intercambio de conocimiento y autonomía del proveedor, características típicas de una cadena relacional.

Para los países lograr insertarse en una cadena de valor implica la posibilidad de desarrollo; no obstante, por muy bueno que parezca esto es necesario insertarse bajo la gobernanza que lo ayude a lograr sus propósitos de desarrollo o bien, si se ha acomodado en una que no es la mejor, lograr mediante políticas la evolución de dicha cadena. Empero, en algunos casos puede tomar años, por ejemplo, cuando se requieren activos específicos se está en una cadena de jerarquía, reconfigurar todo el panorama en busca de una cadena modular resultaría en una tarea bastante tardada. Por si esto no fuera obstáculo suficiente, la cultura del consumidor juega un papel que no debería menospreciarse, pues tiene la inherente capacidad de frustrar los planes de los proveedores de modificar la cadena de valor al demandar productos complejos que requieran activos específicos para su creación. Por ejemplo, en el caso de ciertos modelos de calzado que

por sus accesorios o composición de la suela se requiera de una maquinaria en específico y los proveedores pequeños no cuenten con ella.

d) Escalamiento en una cadena de valor

El escalamiento busca explicar cómo los proveedores (o productores) intentan cambiar de actividades en la cadena de valor, qué estrategias usan para pasar de unas que se apropien de poco valor a otras que lo hagan con mucho, o bien, qué hacen para mantenerse en las que se apropian la mayor parte. Gereffi (2019; p. 195) precisó el concepto: “el escalamiento económico se define como las empresas, países o regiones que se mueven a actividades de mayor valor en las CGV para aumentar beneficios de participar en la producción global”³.

Para lograr el escalamiento se precisa de esfuerzos en conjunto para adoptar una (o por qué no más) de las posibles formas de ascender en una cadena.

Humphrey y Schmitz (2002) identifican cuatro tipos de escalamiento:

1. Actualización de procesos: que hace de la transformación de materia prima al producto final una más eficiente con la reorganización de producción, o con nueva tecnología.
2. Actualización de productos o productos más sofisticados (diferenciación de productos).
3. Mejoramiento funcional: implica la realización de nuevas actividades para incrementar la exigencia de habilidades.
4. Mejoramiento de la cadena a nivel intersectorial: es el salto de las empresas a industrias nuevas, pero relacionadas.

En adición a esto, Fernández-Stark (2014) identifica tipos adicionales:

1. Inserción a la cadena de valor: en la que las empresas por primera vez se introducen en cadenas regionales, nacionales o globales.
2. Mejora de los encadenamientos hacia atrás: en este las empresas suministran insumos o servicios a trasnacionales que están situadas en el país.
3. Cambio de mercado final de la industria: incluye la mudanza a mercados más sofisticados que reclaman nuevos estándares y más rigurosos o mercados más grandes que ofrecen mayores demandas.

³ Texto original en inglés

La cuestión al final de todo esto, es identificar las condiciones bajo las que se puede escalar en la cadena de valor, pasando de las actividades de ensamblaje empleando mano de obra no calificada de bajo costo a las que requieren mayores capacidades, tales como el suministro de “paquete completo” y fabricación integrada.

Un punto que destacar es el contexto institucional local que se enfoca en cómo las condiciones económicas y políticas locales, nacionales e internacionales establecen la manera en que un país participa en cada etapa y puede por lo tanto escalar en una cadena de valor (Gereffi 1995). Entre las condiciones económicas se encuentran los costos laborales, la infraestructura; en las sociales predomina la disponibilidad de mano de obra y la capacidad de esta, así como la participación de las mujeres en la fuerza laboral, el acceso a la educación y, por último, el marco institucional está constituido por la regulación fiscal, subsidios y políticas de educación e innovación.

Finalmente, las partes interesadas de la industria se refiere a la interacción de los distintos actores en la cadena para mejorar la industria en cuestión, señala Fernández-Stark (2018). Las partes interesadas más comunes en la cadena de valor son: empresas, asociaciones industriales, trabajadores, instituciones educativas, agencias gubernamentales, incluidos los departamentos de promoción de exportaciones y atracción de inversiones, ministerios de comercio exterior, economía y educación.

El enfoque CGV es limitado en incorporar aspectos locales y de desarrollo endógeno, una de sus tesis centrales es que, para lograr el desarrollo industrial, sólo se requiere de una vinculación selectiva con las empresas líderes más importantes de una industria global, mediante el ascenso industrial (Gereffi 2001). Siguiendo muy de cerca a Dussel Peters (2018), algunos autores han tratado de discutir éste amalgama global-local, incorporando el concepto de la "competitividad sistémica" y endogeneidad territorial. En las líneas siguientes, se presenta lo medular de ambos desarrollos conceptuales.

1.4 Competitividad sistémica y endogeneidad territorial

El concepto de competitividad se ha manejado desde décadas atrás, remontándose a uno de los principales autores, Porter (1990) define a la competitividad tomando como base las ventajas

competitivas y de las que surge un “diamante” dinámico, definido tanto por la demanda, oferta, estructura de las empresas y su entorno, como las relaciones con los proveedores y clientes.

El diamante de Porter señala cuatro aspectos básicos para determinar la competitividad: condiciones de los factores de producción, condiciones de la demanda, sectores relacionados y de apoyo, y estrategia, estructura y rivalidad. El primero se refiere a la existencia de mano de obra calificada, así como de un conocimiento científico, la existencia de recursos naturales y la presencia de infraestructuras adecuadas, entre otros. Las condiciones de la demanda engloban la presencia de una demanda local exigente que impulse en las empresas una mejora continua de sus productos y/o servicios, es decir, que las obligue a innovar. Los sectores relacionados y de apoyo señalan la importancia de la existencia de proveedores competitivos, así como al intercambio de información entre empresa/proveedor que les permita crecer mutuamente. Por último, la estrategia, estructura y rivalidad hacen referencia al proceso y la facilidad para la creación, organización y gestión de las empresas, y el grado de rivalidad entre ellas.

Por supuesto, Porter no ha sido el único en hacer referencia a este concepto, diversos autores han agregado o contradicho lo propuesto por el autor. Krugman (1994), por ejemplo, apuntó al hecho de que bajo la premisa de Porter se consideraban a los países como semejantes, cuando en la realidad, es difícil encontrar a dos países que coincidan a tal grado de lucir iguales.

Porter y quienes adoptaron su concepto de competitividad dejaron de lado el concepto de “endogeneidad” en las décadas de los 80 y 90 acerca de cómo se lograba el desarrollo económico. Sin considerar la endogeneidad, una orientación exportadora de las unidades económicas, en el mejor de los casos, no es condición suficiente para generar condiciones endógenas de crecimiento y desarrollo. Con esto se subraya la importancia de la “endogeneidad territorial” y las estrategias de las empresas y la “competitividad sistémica”; una discusión más puntual se realiza en Dussel (2001).

Las ventajas competitivas también pueden obtenerse mediante mecanismos que generan eficiencia colectiva (Schmitz, 1997). Estos mecanismos pueden ser clasificados en dos: el primero, las externalidades, que es cuando se forma una cadena de proveedores locales atraídos por la concentración industrial regional, lo que impacta positivamente en los productores de insumos intermedios y servicios especializados y un mercado laboral dinámico, que cuenta con las

habilidades entre trabajadores y empresas. El segundo mecanismo es la acción conjunta que se da cuando las empresas cooperan con el propósito de acceder a nuevos mercados y clientes.

Los mecanismos de cooperación pueden ser horizontales, cuando empresas competidoras dentro de un sector se asocian con el fin de generar economías de escala. También pueden ser verticales cuando las empresas cooperan con clientes y proveedores (Schmitz, 1997), a fin de complementar la cadena de valor sectorial.

La mejora en la capacidad organizativa se traduce en el desarrollo de clústeres y la competitividad de las empresas individuales (Schmitz, 1997). La cooperación se institucionaliza como una forma para mejorar la competitividad de las empresas pequeñas mediante la innovación, esta es una forma de generar procesos de aprendizaje. Innovar para incrementar el valor agregado es la manera en que se mejora la posición competitiva de una empresa, la base es la acción colectiva.

La competitividad sistémica subraya la relevancia de integrar los niveles microeconómico, mesoeconómico (focalizado en las instituciones), macroeconómico y metaeconómico (factores socioculturales) (Esser, Hillebrand, Meyer-Stamer y Messner, 1994). Al considerar distintos niveles analíticos se posibilita el entendimiento de la necesidad de políticas complejas y con estudios analíticos que las respalden, pues al ser simplistas no consideran la complejidad de los procesos socioeconómicos en tiempo y espacio.

La endogeneidad territorial es expuesta como “la forma específica en la que (los territorios) se integran a los encadenamientos mercantiles globales y a la manera específica de competitividad sistémica que logran” (Dussel Peters, p. 51, 2018). Con ello, se destaca la importancia de los aspectos sistémicos de la competitividad, así como el de la endogeneidad territorial, la base de esto son los territorios y su potencial de eficiencia colectiva en términos territoriales, los segmentos de los encadenamientos mercantiles globales a los que se integran desde una perspectiva “glocal”. En este enfoque, asimismo, se toma en consideración el análisis entre productos y procesos para la fabricación de una mercancía, para más detalle el texto de Dussel Peters (2018) es más ilustrativo.

Por lo anterior, el concepto de competitividad se vuelve cada vez más complejo y completo, pues depende del entorno, de la empresa, de las asociaciones y el tipo de comercio existente. El concepto de competitividad se define como el “proceso de integración dinámica de países y

productos a mercados internacionales ex post, dependiendo tanto de las condiciones de oferta como de las de demanda” (Dussel, p. 11 2001).

En suma, la competitividad sistémica señala que para el logro de la competitividad se requiere de la interacción dinámica y compleja en cuatro niveles analíticos: i) microeconómico reflejado en rasgos como la productividad, la proveeduría y demás medidas “internas” en las empresas; ii) mesoeconómico, cuya área comprende a los organismos empresariales, a los públicos, así como a la política industrial; iii) macroeconómico, tales como el crecimiento económico, comercio exterior, financiamiento, tipo de cambio, incentivos fiscales; iv) metaeconómico o la especialización territorial en las cadenas globales. Todo esto para permitir diversos grados de aprendizaje, innovación y eficiencia colectiva, las instituciones públicas a cualquier nivel y sectores académicos juegan un papel importante en la mejora de dicha competitividad (Dussel Peters 2018).

Por su parte, la endogeneidad territorial es entendida como la forma específica en que los territorios se integran a los encadenamientos mercantiles globales y la forma específica de competitividad sistémica que logran (Dussel Peters 2018). Por tanto, es preciso contar con una endogeneidad territorial que permita no solo la atracción de IED, sino también una integración en los eslabones altos de la cadena de valor. Se requiere unir fuerzas entre el sector privado y el sector público para poder adoptar políticas que ayuden a ambos, y bajo este análisis se puede adoptar mayores beneficios para la sociedad.

1.5 Conclusiones del capítulo

El marco analítico cadenas globales de valor (CGV) facilita el entendimiento de cómo la segmentación de las actividades productivas en los territorios influye en la cantidad de valor agregado apropiado. Concede la visualización de un desarrollo económico que tenga tras de sí el análisis de estructuras industriales y tendencias mundiales del sector.

La metodología cuenta con seis dimensiones, una primera división en la que separan los aspectos locales de los globales, dentro de la primera rama se encuentran conceptos como la gobernanza, la estructura de entrada-salida, ámbito geográfico (dispersión de la industria en el mundo); en cambio, en el nivel local están el contexto institucional y partes interesadas, entiéndase empresas.

La gobernanza en las cadenas de valor muestra los actores claves que controlan y coordinan la producción, ofreciendo un panorama para entender las relaciones de control y las direcciones en las que corren los recursos financieros, materiales y humanos.

Este marco no solo ayuda a la comprensión de la industria local o nacional y las deficiencias que tiene, sino que también exige para ser de mayor utilidad la tipificación de quienes desempeñan papeles cruciales dentro de la industria como lo son las instituciones, empresas, proveedores, entre otros; y la influencia que posee cada uno para lograr crecimiento y desarrollo.

Estudiar las cadenas existentes y las consecuencias que acarrearán en variables como el empleo y producción es acuciante para permitir una correcta creación de políticas públicas que brinden la oportunidad a la industria de lograr un escalamiento para ubicarse en eslabones que se apropien de mayor valor agregado como lo son el diseño, la inversión y/o la comercialización. Debido a la perenne innovación a la que todo sector se ve sometido para lograr cierta competitividad, con la correcta caracterización de la cadena del calzado, la gobernanza no tiene que ser siempre la misma. No se trata de “apoyar” solo porque sí, sino de hacerlo del modo correcto, para que el impacto generado sea más grande y mejor.

Sin importar el país, estar integrado en una cadena de valor es una oportunidad de desarrollo, por ello no debe hacerse caso omiso de los estudios previos a la creación de políticas. Sobre todo, porque no es un paso que logre darse en un lapso de tres días, es algo que requiere investigación, planeación y una estrategia orientada a su fortalecimiento.

La industria del calzado en el mundo por sus características es posible haya adoptado a una cadena cautiva, debido a que son empresas internacionales quienes por medio de manufactura comercian una marca y mantienen *presos* a los pequeños productores que difícilmente se pueden hacer de un mercado propio y reconocimiento ni tampoco pueden realizar ingentes inversiones para competir contra los que han estado en el juego desde siglos atrás.

El capítulo que sucede abordará las tendencias de comercio de la cadena del calzado, la tecnología que constantemente se incorpora como innovación no solo en el diseño y producción sino también en el producto final; los países dominantes y las empresas grandes que actúan como jugadores clave dentro de la cadena también serán expuestos, considerando el comercio entre ellos y el mundo.

Capítulo II. Tendencias internacionales en la industria del calzado

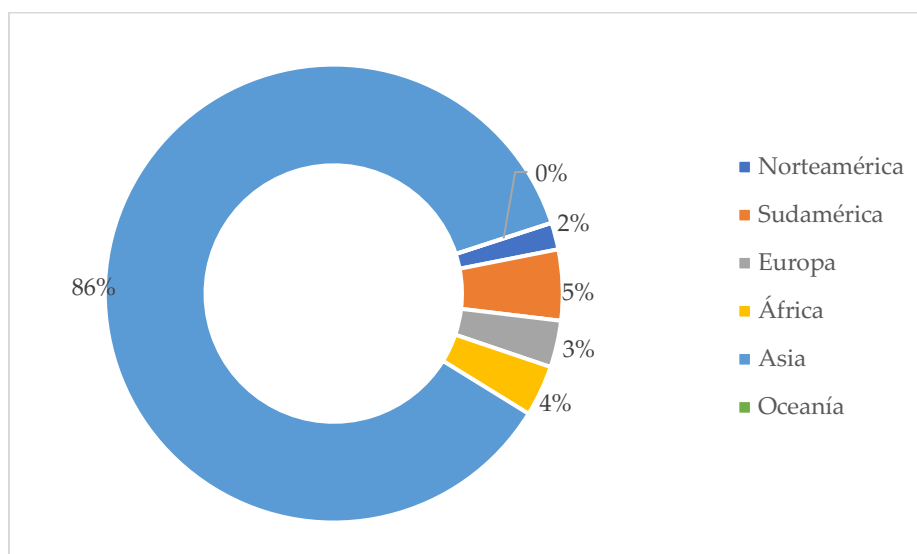
La globalización ha conducido a una constante transformación a nivel mundial en la industria del calzado, esto ha sido posible gracias a la segmentación de las cadenas productivas que reducen costos y a la firma de diversos tratados comerciales que crearon el ambiente idóneo para un mayor crecimiento del intercambio de bienes entre países. Si a ello se suma la mejora asidua en los procesos, no es un hecho aislado que el calzado sea un bien cada vez más sofisticado hasta acercarse a la personalización según el cliente al que esté dirigido.

2.1 Principales países productores, exportaciones e importaciones de calzado

La producción estimada de la industria en 2016 y 2017 fue de 23 mil millones de pares (mmp), y en 2018 fue de 24.2 mmp. En 2017 la región de Asia fue la que mayor producción ubicó en el mercado, alrededor de 86.7%, un número no muy distinto al del 2018 que fue de 86.2% de acuerdo con *The World Footwear*. Cabe destacar que un gran porcentaje de la producción de Asia es de baja calidad, haciendo que la producción física sea mucho mayor al valor monetario que tiene en el mercado; en el 2006 la producción asiática rondaba los 12 mmp, mientras que el valor de esta se acercaba a 60 mil millones de dólares (mmd), es decir, el precio promedio de un par de calzado fue de 5 dólares. La brecha entre la producción de Asia y su valor continuó siendo casi constante hasta el 2016, año en el cual la producción física ascendió a casi 14 mmp con un valor total de más de 120 mmd y un precio promedio por par de 8.5 dólares.

Lo anterior sugiere un aumento de precios ante un aumento de calidad, cuando la producción es de naturaleza sencilla es difícil venderla a precios elevados; sin embargo, cuando cambia y los bienes en el mercado cuentan con características que los hacen particulares y diferencian, es por ende que el precio sea alto. Por supuesto, también existen otras explicaciones, verbigracia, el aumento de precios generalizado, que tampoco es un fenómeno desconocido y que año con año va al alza, haciendo de las recaudaciones mayores, ello se aborda en el párrafo que sucede.

Gráfica II- 1. Regiones productoras de calzado en 2018



Fuente: elaboración propia con datos de *The World Footwear Yearbook 2018*.

El valor de las exportaciones del mundo durante el periodo 2005-2015 debe su aumento en parte al precio promedio al que estas se comerciaban, en el 2005 el precio era de 6.01 dólares y en 2015 fue de 8.88 dólares.

Dicha tendencia alcista ha tenido lugar desde la década de los 2000, y solo se vio interrumpida en el 2008 y 2010 como resultado de la crisis económica que ocurrió en esos años.

Pese a que todos los continentes contribuyen a la producción del calzado, lo cierto es que solo pocos países son responsables de cantidades ingentes producidas y exportadas, en este sentido y como era de esperarse para la región asiática, China encabeza la lista de los principales exportadores del mundo al vender casi 3 de cada 4 pares de zapatos que se exportan; Hong Kong que es tomado como una entidad separada (aunque perteneciente) también figura entre los mayores exportadores en cuanto a valor exportado.

El grupo asiático de exportadores se completa con Vietnam, Indonesia e India figurando entre los primeros 10 exportadores. Los otros 5 lugares son ocupados por países europeos, liderados por Italia.

Tabla II- 1. Top 15 de los exportadores mundiales en 2017, 2018 y 2019 (millones de dólares)

	País	2017	Mercado	País	2018	Mercado	País	2019	Mercado
1	China	48,110	36.8	China	49,031	35.1	China	43,515	33.4
2	Vietnam	20,931	16.0	Vietnam	23,551	16.9	Vietnam	21,744	16.7
3	Italia	11,583	8.9	Italia	12,734	9.1	Italia	11,458	8.8
4	Indonesia	7,167	5.5	Indonesia	7,492	5.4	Indonesia	6,412	4.9
5	Alemania	4,713	3.6	Alemania	5,615	4.0	Alemania	6,332	4.9
6	India	3,225	2.5	India	3,329	2.4	Bélgica	4,134	3.2
7	Bélgica	2,873	2.2	Bélgica	2,942	2.1	Países Bajos	3,493	2.7
8	Países bajos	2,870	2.2	Países bajos	2,914	2.1	India	2,952	2.3
9	España	2,799	2.1	España	2,913	2.1	España	2,808	2.2
10	Portugal	2,525	1.9	Francia	2,738	2.0	Francia	2,564	2.0
11	Francia	2,204	1.7	Portugal	2,617	1.9	Camboya	2,382	1.8
12	Camboya	1,958	1.5	Camboya	2,231	1.6	Portugal	2,334	1.8
13	Reino Unido	1,520	1.2	Reino Unido	1,587	1.1	Reino Unido	1,691	1.3
14	Rumania	1,385	1.1	Rumania	1,460	1.0	Polonia	1,492	1.1
15	Brasil	1,313	1.0	Brasil	1,240	0.9	Rumania	1,198	0.9

Fuente: elaboración propia con datos del *World Integrated Trade Solution 2020*.

De acuerdo con *The World Footwear*, en términos de pares vendidos en 2018, China (1er lugar con 9,543 millones de pares) y Vietnam (2do lugar con 1,272 millones de pares) encabezan la lista de los que más pares exportan.

El valor de las exportaciones desde el 2015 no ha cambiado y China se ha mantenido en primer lugar seguida de Vietnam. Pese a esto, deben señalarse cambios significativos en la participación relativa, en el 2015 China tenía el 40% del mercado total y Vietnam 11.8%, en los últimos años el primero ha perdido demanda mientras Vietnam e Italia se hacen de ella, la cantidad exportada de Vietnam ha variado en 3,000 millones de dólares, justificando este hecho se desprende la idea de que sus consumidores son aquellos que adquieren producción de baja calidad y bajo valor agregado. China ha perdido ventas por un total de 3,674 millones de dólares (véase tabla II-1).

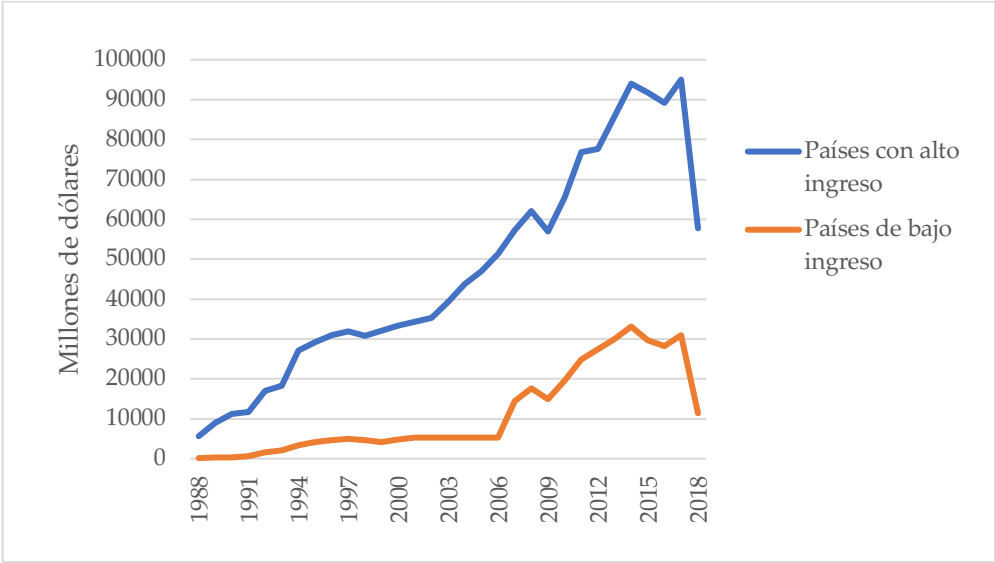
Es indiscutible la dominancia de China en las exportaciones, la región entera constantemente ofrece el precio de venta más bajo de todas, incluso habiendo aumentado un 35% en los últimos 10 años. En 2011 su precio promedio estaba debajo de los 5 dólares, que dicho sea se mantuvo hasta el 2015 al ser de 4.44 dólares. En el grupo de países con precios más bajos se encuentran India con 13.08 dólares y Reino Unido con 12.83 dólares, con estos valores es innegable la enorme competitividad de China frente a todos los países al ofrecer un precio casi 3 veces menor que el penúltimo más bajo (Reino Unido).

Por otro lado, en el caso de los países con precios más altos, Italia tuvo el primer lugar en el 2015 con un precio promedio de 50.92 dólares por par vendido, seguido por Portugal y Francia con 31.88 y 31.74 dólares, respectivamente, de acuerdo con datos de *The World Footwear*. China vende cada par de zapatos casi 12 veces más baratos que Italia.

A diferencia de Asia, Europa cobra el precio promedio más alto del mundo, casi 25 dólares por par, 56% más que hace 10 años. Entre los pequeños exportadores, Oceanía está imitando a Europa en términos de precios, mientras que África sigue los estándares asiáticos. América se encuentra en el medio de ambos con un precio promedio que ronda de 10 a 12 dólares.

Para el caso de las importaciones, los números y regiones no varían en demasía. Si tomamos el total de países como la economía que reporta los datos como exportaciones, entonces el total de importaciones del capítulo 64 (calzado) se distribuye de la siguiente manera:

Gráfica II- 2. Importaciones por grupo de países de alto o bajo ingreso 1988-2018

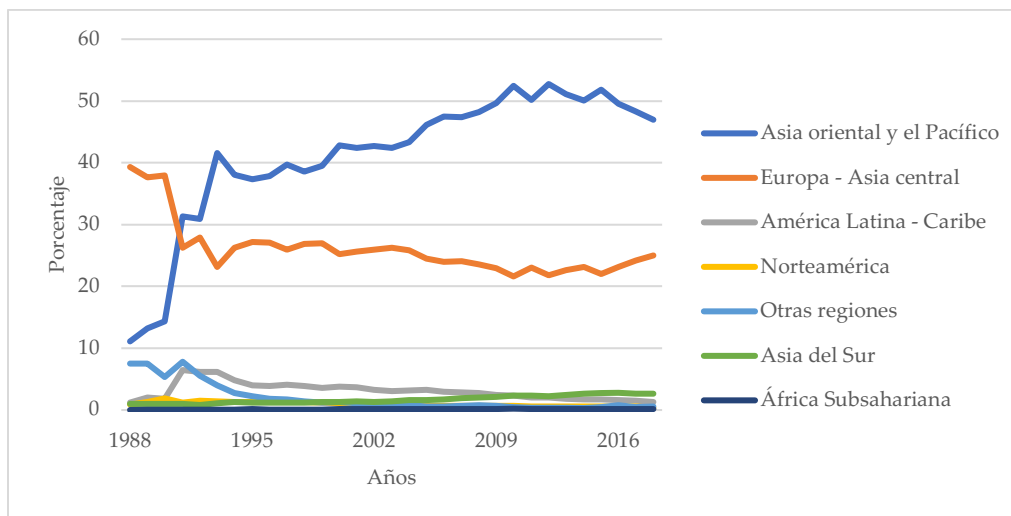


Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution* 2019.

Como se evidencia, los países de alto ingreso son los principales importadores de calzado, en este grupo figuran Francia, Alemania, Corea del Sur, Estados Unidos y Japón. Es de conocimiento público el hecho de que los países desarrollados son pocos y con una población relativamente pequeña en comparación con los países de mediano y bajo ingreso, esto orienta a la conclusión de que el calzado que compran los países de alto ingreso es calzado de alta calidad y de alto precio.

De esto, se deriva la realidad de que la mayor parte importada es realizada por la Unión Europea y la región asiática. La primera por cuestiones de precio en par comprado y la segunda por las cantidades de pares y poco valor.

Gráfica II- 3. Importaciones de calzado por región (1988-2018) (estructura porcentual)



Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution 2019*.

En el 2012, las importaciones hechas por Asia Oriental y el Pacífico tuvieron su máximo con un 52.74% en estructura porcentual; sin embargo, los números se mantuvieron constantes hasta el 2018 que descendieron al 47%. Es preciso señalar que incluso si hubo una caída, esta no implica necesariamente una caída en términos de valor, sino un incremento de oferta en el mercado, en números absolutos en el 2012 Asia Oriental importó 73,457.3 millones de dólares y en el 2018 esta cantidad ascendió a los 79,847.5 millones de dólares. Es incuestionable, pues, que las importaciones hechas por Asia Oriental siguen siendo mayoritarias.

Europa tuvo su máximo más reciente en 2018, con un total de importaciones que ascendieron a 42,554 millones de dólares, no es un valor fuera de la tendencia que ha presentado esta región, pese a las caídas que sufrió en el 2008 y 2012, no significaron una modificación en esta.

Con base en el Sistema Armonizado (SA), el capítulo 64 de calzado, se integra de seis partidas (cuatro dígitos del SA), las cuales se definen a continuación:

Tabla II-3. Partidas y descripciones del capítulo 64 del Sistema Armonizado

Partida	Descripción
6401	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera
6402	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.
6403	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
6404	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.
6405	Los demás calzados.
6406	Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela); plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes.

Fuente: elaboración propia con datos de la Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación.

A su vez, las partidas se dividen en 29 subpartidas (seis dígitos del SA). Las importaciones principalmente realizadas por los países desarrollados oscilan entre cinco principales subpartidas: 640399, 640299, 640419, 640391, 640411.

Para estos, el calzado de cuero natural ocupó en el 2018 el 24% de las importaciones realizadas (640399), un número que ha tendido a aumentar desde el 2015 cuyo valor fue de 22.4%; seguido por calzado de caucho (640299), el valor de las compras al exterior realizadas en el 2018 fue de 8.25% después de haber obtenido el máximo de los últimos 10 años en el 2015. El calzado textil (640419) ocupa el tercer lugar en las importaciones históricas de estos países teniendo una participación del 10% en el 2018 y una máxima de los últimos 10 años en el 2017 cuando fue de 17.28%; el cuarto lugar pertenece al calzado de cuero natural que cubre el tobillo, lo que no abarca la primera fracción arancelaria 640391, con una participación de 11.23% en el 2018, porcentaje que ha oscilado en la década pasada de 9% a 11%, en suma con la primera fracción el calzado de cuero ocupa un total de 35.23%, más de la tercera parte de las importaciones totales del 2018. Finalmente, el calzado deportivo (640411) tuvo una participación de 13.14% en el año mencionado.

Los países subdesarrollados manifiestan un comportamiento distinto. Los principales productos importados han oscilado en las subpartidas 640299, 640399, 640419, 640590 y 640391:

- El calzado de caucho (640299) lidera el top 5 de los productos, con una extraña participación de 9.36% en las importaciones totales del 2018; sin embargo, el porcentaje

había estado oscilando desde la década pasada por encima del 23% con una tendencia alcista que alcanzó el máximo de 32.4% en el 2015.

- Le sucede el calzado de cuero natural sin cubrir el tobillo (640399) con una participación en el 2018 de 19.4%, un número alto en comparación con el rango en el que se había estado moviendo que no superaba el 15% desde hacía 10 años.
- El tercer lugar en el 2018 perteneció al calzado textil (640419) con una participación de 10%, revelando con ello una caída de casi 50 puntos base en comparación con los años previos.
- El cuarto lugar lo ocupa el calzado distinto al cuero, caucho o materiales textiles (640590) con una participación del 1.8%, número poco sobresaliente en la tendencia; empero, cabe destacar que hasta hacía cinco años atrás esto no era así, desde el 2003 y hasta el 2012 los números habían oscilado desde el 8% hasta el 12 por ciento.
- Finalmente, el calzado de cuero que cubre los tobillos (640391) abarcó el 7.5% de las importaciones totales, 30 puntos base más en comparación con el año 2017 que todavía se mantenía dentro del rango habitual de 3 a 5 por ciento.

En suma, el consumo de calzado ha sido liderado por países asiáticos que cuentan con grandes poblaciones, seguidos por países europeos de alto ingreso.

Tabla II- 2. Top 15 de consumidores mundiales en 2017, 2018 y 2019 (millones de dólares) (estructura porcentual)

	País	2017	Mercado	País	2018	Mercado	País	2019	Mercado
1	Estados Unidos	23,239	17.2	Estados Unidos	24,223	17.2	Estados Unidos	12,779	13.7
2	Alemania	11,870	8.8	Alemania	12,848	9.1	Alemania	10,595	11.3
3	Reino Unido	8,158	6.0	Francia	8,056	5.7	Francia	7,119	7.6
4	Francia	7,588	5.6	Reino Unido	7,561	5.4	Italia	5,819	6.2
5	Italia	6,337	4.7	Italia	7,187	5.1	Reino Unido	5,666	6.1
6	Países Bajos	5,268	3.9	Países Bajos	5,535	3.9	China	4,440	4.7
7	Japón	4,386	3.2	Japón	4,548	3.2	Países Bajos	4,184	4.5
8	Bélgica	3,770	2.8	España	4,062	2.9	Suiza	3,535	3.8
9	España	3,709	2.7	Bélgica	4,032	2.9	España	3,078	3.3
10	Rusia	3,695	2.7	China	3,843	2.7	Bélgica	2,852	3.0
11	China	3,160	2.3	Rusia	3,613	2.6	Polonia	2,762	3.0
12	Suiza	2,655	2.0	Suiza	3,219	2.3	Japón	2,219	2.4
13	Hong Kong	2,534	1.9	Polonia	2,771	2.0	Austria	1,775	1.9
14	Polonia	2,348	1.7	Corea del Sur	2,414	1.7	Corea del Sur	1,424	1.5
15	Corea del Sur	2,252	1.7	Hong Kong	2,375	1.7	Rusia	1,229	1.3

Fuente: elaboración propia con datos *World Integrated Trade Solution* 2020.

En los años señalados, es relevante mencionar la presencia de Japón entre los primeros diez consumidores y entre países de alto ingreso ocupa el segundo lugar después de Estados Unidos. Si se considera la pequeña población nipona, entonces se detecta la alta demanda japonesa. En el 2017 la diferencia con Brasil fue de menos de 200 millones de pares cuando demográficamente esta es de aproximadamente 83 millones; en otras palabras, mientras los brasileños compraron en promedio 4 pares de zapatos ese año, los japoneses adquirieron en promedio 5 y fracción.

2.2 Actores clave: países y empresas

2.2.1 Principales países exportadores e importadores

En los siguientes párrafos se examinan países que fueron elegidos por estar entre los primeros exportadores y/o primeros importadores mundiales. Estudiar las tendencias que cada uno presenta es fundamental para comprender cómo actúan a nivel mundial, cómo influyen en precios, demanda y producción. Adicionalmente, auxilian en la comprensión de por qué determinadas partidas son compradas más en determinadas regiones del globo.

En la segunda parte, se enumeran y describen las principales empresas que controlan la producción y qué marcas pertenecen a ellas.

a) China

Las exportaciones de este país alcanzaron su máximo en el 2014 con un valor total de 56,249 millones de dólares (mdd), en el 2018 estas cayeron a 2,824 mdd. Del total del capítulo 64, estas se distribuyeron principalmente entre países de alto ingreso, aunque manifiesta una tendencia a la baja mientras los países de bajo ingreso demuestran una alcista.

Las exportaciones a países de alto ingreso se concentran principalmente en las partidas 6402 y 6403 referentes al calzado de caucho y cuero natural en la parte superior, respectivamente; no obstante, los productos 6403 han sufrido una baja en la demanda de hasta 70 puntos base cuando en 1999 alcanzaron la cifra de 27% y en 2017 fue de 20%.

Para países de medio y bajo ingreso la primacía en exportaciones la tiene 6401 que es de calzado de caucho que no sufra de costuras, al igual que la partida 6403.

Finalmente, para las últimas economías en desarrollo las exportaciones se concentran en la partida 6404 que es calzado textil, participación que inició siendo de 1.13 en 1992 y fue en el 2017 de 19.98% continuando con la tendencia alcista que se inició en 2003.

En el caso de las importaciones chinas, estas son dominadas por las partidas 6403 (calzado de cuero) y 6404 (calzado de textil), es preciso señalar que la partida 6404 cobró importancia desde el 2004, pero no fue hasta 2013 cuando el incremento fue más notorio. El calzado de caucho también incrementó sus números desde el 2000 y fue hasta el 2012 cuando se destacó por encima del calzado de cuero. Los datos chinos señalan importaciones constantes de partes de calzado, desde 1992 y hasta el 2018 estas no han sufrido de grandes variaciones, aunque sí delata una ligera tendencia a la baja.

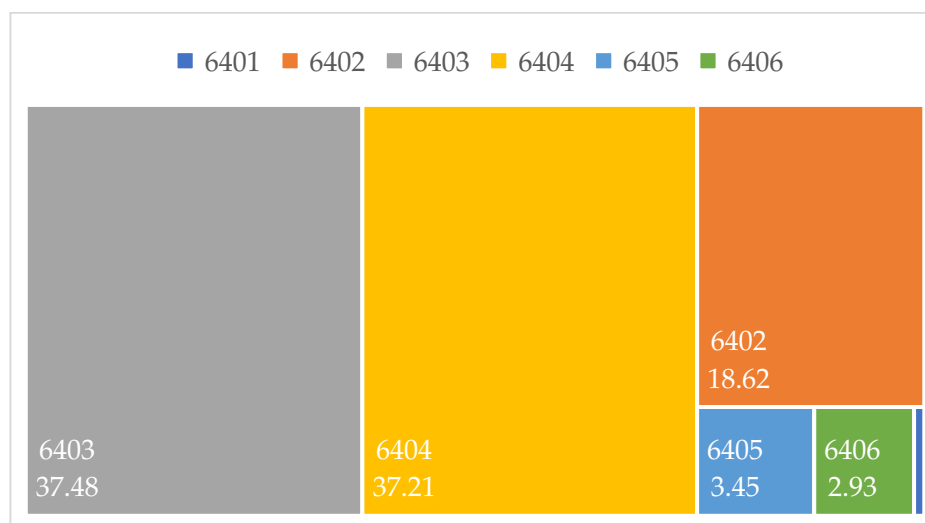
De Asia Oriental y el Pacífico, China importa principalmente calzado cuya parte superior es de textil, de la Unión Europea (27 miembros) importa la subpartida 640399, es decir, calzado cuya parte superior es de cuero natural que no cubra el tobillo, de América Latina y el Caribe, en el año 2018 la predominancia la tuvo el calzado de caucho; sin embargo, el calzado de cuero natural que no cubre el tobillo jugó un importante papel en la década pasada. Para América del Norte, lo que más se importa de esta región no es un tipo de calzado en específico sino partes del este, como tacones, suelas y partes superiores. De Asia del Sur se importa calzado de cuero.

b) Vietnam

Vietnam es un país del sureste asiático, ubicado geográficamente por debajo de China. Para esta nación, las exportaciones del calzado han crecido considerablemente desde el 2009, antes de este año el crecimiento era evidente, pero a tasas menores. Del 2000 al 2009 la tasa promedio fue de 11%, y del 2010 al 2017 la tasa promedio anual fue de 14%, puede parecer que el aumento sea nimio, pero cuando se toma en consideración los valores absolutos de inicio, las cifras cobran mayor importancia.

En el 2000 las exportaciones fueron de 1,471.6 millones de dólares mientras que en el 2010 alcanzaron el valor de 5,229.8 millones de dólares. Las exportaciones se han concentrado en tres partidas (ver gráfica II-4).

Gráfica II- 4. Vietnam: exportaciones acumuladas de calzado (2000-2017) (estructura porcentual)



Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution 2019*.

Como se aprecia, las exportaciones de calzado de cuero (6403) y textil (6404) son las que predominan, seguidas del calzado de caucho (6402), la partida 6405 es todo aquel calzado cuya parte superior no es de caucho o cuero ni textil, pero sí contabiliza al calzado cuya suela es de madera.

Las exportaciones hechas a países de alto ingreso se concentran en la subpartida 640411, que es referente a todo tipo de calzado deportivo, el segundo lugar es para las exportaciones de calzado de cuero en la parte superior, le siguen las exportaciones de calzado textil. Para países de medio y bajo ingreso, las exportaciones son sustentadas mayormente por calzado de textil, deportivo y, en tercer lugar, por el calzado de cuero.

Las importaciones alcanzaron en el 2017 el valor de 907.1 millones de dólares, manifestando una tasa promedio anual del 6% desde el 2000. Las partidas de mayor relevancia son la 6406, 6403 y 6404, partes de calzado, calzado textil y calzado de cuero; sin embargo, la distancia entre la primera y las restantes es amplia; en el 2017 las importaciones de partes de calzado fueron de 789.7 mdd, mientras las de calzado textil fueron de 39.1 mdd y las de cuero de 35.2 mdd.

De Asia Oriental y el Pacífico importa mayormente suelas y tacones, partes superiores, así como partes de madera o de asbesto. De la Unión Europea obtiene principalmente calzado con parte superior de cuero natural o regenerado y de cuero con suela de caucho o cuero, y en el 2017 las importaciones fueron escasamente de 5.7 y 3.8 mdd, respectivamente. Anteriormente de la Unión Europea compraba los tacones, pero, aunque en los años 2000-2008 fuera así, en el 2017

los números fueron apenas de 503 mil dólares. De América Latina y El Caribe, lo único digno de mencionarse es que las importaciones recaen en partes del calzado superiores. Del Medio Oriente consigue calzado de cuero; sin embargo, el valor de las compras fue de 94 mil dólares en el 2017. Las compras realizadas a América del Norte recaen en la partida 640699 que son partes de calzado con excepción de suelas y tacones de caucho o plástico, partes superiores, así como partes de madera o de amianto asbesto. Del sur de Asia obtiene partes del calzado superiores.

c) Italia

La octava economía mundial en el 2018 exportó 12,244.5 mdd por el capítulo 64. Las exportaciones desde 1994 y hasta el 2018 experimentaron una tasa de crecimiento promedio anual del 2%, es una cifra de un solo dígito, pero considerando los valores anuales el crecimiento se antoja ingente, las exportaciones de 1992 ya superaban los 7,000 mdd.

Las ventas realizadas a Asia Oriental y el Pacífico son principalmente por cuenta de la partida 6403, es decir, calzado de cuero, tan solo en el 2018 la cifra fue de 1,059.2 mdd, pese a la tendencia alcista el máximo lo obtuvo en el 2014 cuando se reportó un total de 1,114.3 mdd; le sigue el calzado textil con un valor en el 2018 de 205.3 mdd, como se ve la brecha es bastante grande entre ambos tipos de calzado.

El comercio intraregional en la Unión Europea también es por cuenta del calzado de cuero, las exportaciones en 2018 alcanzaron los 3,789.4 mdd, mientras el segundo lugar fue para el calzado textil, pero con un valor muy por debajo del anterior, 939 mdd. Para América Latina y El Caribe aplica el mismo calzado y en el mismo orden, con valores de 85.5 mdd y 18.9 mdd.

Para el Medio Oriente y el Norte de África, el calzado de cuero no pierde su primacía con un valor de 270.2 en 2018; no obstante, el segundo lugar lo ocupó la partida referente a partes de calzado con un valor de 81.4 mdd, es un rubro que desde 1994 se ha mantenido constante.

Las exportaciones hacia Norte América no lucen muy distintas, el calzado de cuero sigue primando por encima de cualquier otro con un muy superior valor de 977.3 mdd, las ventas a esta región han sido casi constantes desde 1994, salvando el funesto año del 2008 que no solo hizo caer las ventas sino también modificó la estructura, pues desde entonces las exportaciones

no han vuelto a alcanzar el máximo de 1,205.6 mdd que fue en el año 2001, pero la tendencia continúa siendo al alza.

Al Sureste Asiático le vende partes de calzado; no obstante, la tendencia ha sido negativa desde el 2010, año en el que también obtuvo el máximo exportado de 33.2 mdd.

La mayor parte de las exportaciones históricas del país descansan en el calzado con suela y parte superior de cuero natural que no cubre el tobillo y calzado con suela de caucho, plástico, cuero regenerado y parte superior de cuero natural que no cubre el tobillo; juntos la importancia ronda el 50.5% del total de sus exportaciones, los siguientes rubros en la jerarquía también contienen cuero entre sus partes ya sea en la parte superior o en la suela.

Por otro lado, las importaciones totales en el 2018 fueron de 6,300.2 mdd; reportando una tasa de crecimiento promedio anual desde 1994 de 6%. Gran parte de las importaciones históricas reposaron en el calzado de cuero, la cifra más reciente es de 2,660.4 mdd, seguida por el calzado textil con una valía de 1,674.1 mdd y 1,051 mdd en importaciones de calzado de caucho. Las partes de calzado ocupaban un lugar relevante hasta el 2012, año en el que sufrió una caída del 50% con respecto al año anterior, desde entonces no ha vuelto a cobrar la misma importancia.

De Asia Oriental y el Pacífico obtiene mayormente calzado de cuero con suela de caucho, el valor del 2018 fue de 312.8 mdd, el calzado textil también figura entre lo más demandado ascendiendo a 402.8 mdd y el calzado de caucho ocupó el tercer sitio con una valía de 288.9 mdd.

El flujo de importaciones intrarregional en la Unión Europea pertenece al calzado de cuero con un valor de 578.4 mdd en el 2018, el calzado deportivo figuró en segundo lugar con un total de 734.9 mdd, en el tercer sitio yació el calzado textil con suela de caucho con 339.1 mdd. Sin embargo, cabe mencionar que el calzado con suela de caucho, plástico, cuero regenerado y parte superior de cuero natural que cubra el tobillo ha mantenido una tendencia constante y su valor se encuentra en el rango de 232.3 y 418.6 mdd.

Las importaciones a Latinoamérica y el Caribe corresponden a números bajos, sobresaliendo nada más el calzado de cuero con suela de caucho y el calzado de cuero, pero estos valores no superan los 5 mdd. Del Medio Oriente y el Norte de África consigue partes superiores del calzado por más de 100 mdd, calzado de cuero con punta metálica, pero suela distinta al cuero, y calzado de cuero que apenas supera los 55 mdd.

Proveniente de América del Norte importa calzado de cuero, en 2018 el flujo fue de 9 mdd, de igual modo compra calzado de cuero con suela distinta y partes del calzado distintas a la suela, tacones o partes superiores.

d) Estados Unidos

El pueblo estadounidense reportó un total de exportaciones en el 2018 de 985.3 mdd, manifestando una tasa promedio anual de los años 1991-2018 del 2%; sin embargo, en lo que respecta al año de inicio y final la tasa es de 35 por ciento.

Las exportaciones reposaron en el 2018 principalmente en el calzado de cuero con suela distinta, el 47% de sus ventas corresponden a este rubro, el 20% se debió al calzado textil, el 15% al calzado de caucho y 15% más por calzado de suela de caucho con superior distinto.

Es necesario hacer hincapié en que Estados Unidos no reporta datos de ventas de partes de calzado. Lo que sugiere que no es proveedor de ninguna economía y que solamente comercia con bienes finales.

El calzado deportivo domina las exportaciones a la región de Asia Oriental y el Pacífico, alcanzó su máximo en el 2018 con ventas totales por 87 mdd, seguido por el calzado de cuero con suela diferente con 35 mdd, el calzado de caucho con 14.2 mdd vendidos y el calzado de cuero que cubra el tobillo con 14.1 mdd, en conjunto suman poco más de 120 mdd; en otras palabras, no es su principal mercado.

A la Unión Europea se exporta principalmente calzado de cuero que cubra el tobillo, en 2018 el valor ascendió a 11.1 mdd; también figuró entre los primeros lugares el calzado de cuero y suela distinta con un total de 9.8 mdd, se destaca de este rubro que en 1998 sufrió una caída del 74.6% con respecto a 1996 año en que las ventas habían sido de 32.4 mdd.

Las exportaciones a América Latina y el Caribe corresponden en la mayoría al calzado de caucho que cubre el tobillo, en 2018 el total fue de 11.2 mdd, aunque ha revelado una marcada tendencia a la baja desde el 2002; el calzado de cuero y suela distinta fue vendido por 9.4 mdd en el mismo año, el calzado de cuero que cubre el tobillo de igual modo estuvo entre los primeros lugares por un valor de 7.9 mdd.

Al Medio Oriente y Norte de África del total de exportaciones de 22.7 mdd en 2018, descansan en el calzado de cuero con punta metálica, el calzado de cuero con suela distinta y que no cubre el tobillo y, el que cubre el tobillo.

En este caso, la región norteamericana está conformada por Canadá y Bermudas, las exportaciones a dicha región alcanzaron el total de 142.6 mdd, desvelando desde ya que es el principal mercado. Sus ventas son por calzado de cuero con suela distinta, calzado de cuero que cubre el tobillo, calzado textil y calzado de caucho.

El 79% de las importaciones de Estados Unidos en calzado recae en Asia Oriental y el Pacífico, 10% pertenece a Europa y Asia Central y, el 8% a Latinoamérica y el Caribe, el resto se reparte entre África subsahariana, Medio Oriente y Asia del Sur. El total de importaciones del 2018 fue de 27,543.1 mdd con una tasa de crecimiento promedio anual de 4%, debe considerarse que las importaciones de 1991 fueron de 9,997.6 mdd, es decir, desde un principio la cifra tan grande impide que una tasa de crecimiento desvele la magnitud del incremento; desde los 90 las importaciones han crecido casi 3 veces.

Las principales importaciones de Estados Unidos recaen en calzado de cuero, tan solo en el 2018 el total por este rubro fue de 11,016.7 mdd, una cifra ligeramente por encima de las importaciones de calzado textil que fueron de 9,080.3 mdd y el calzado de cauchó reposó en tercer lugar con un total de 6,011.5 mdd.

De los países de alto ingreso (que son quienes exportan calzado de alta calidad y materiales costosos como el cuero), compra calzado con suela y parte superior de cuero natural con excepción del que cubra el tobillo o tenga puntera metálica de protección o palmilla o plataforma de madera sin plantillas, en 2018 la cifra fue de 605.1 mdd; luego está el calzado con suela de caucho, plástico, cuero regenerado y parte superior de cuero natural sin cubrir el tobillo, el total importado fue de 639.2 mdd y finalmente el calzado con suela de caucho, plástico, cuero regenerado y parte superior de cuero natural que cubra el tobillo con un total 261.6 mdd, en suma representan el 5% del total importado.

Obtiene de las economías con mediano y bajo ingreso calzado de cuero con la suela distinta, en 2018 el monto alcanzó 4,759.7 mdd, calzado de caucho por un total de 4,071.9 mdd, calzado de cuero con suela distinta que cubra el tobillo por una cantidad de 3,482.218 mdd, calzado textil por un total de 4,312.359 mdd.

Puede parecer que el principal mercado de importación para Estados Unidos es el de las economías atrasadas; no obstante, debe considerarse que en este grupo hay demasiados países en comparación con los países primermundistas, esto señala una evidente diversificación de importaciones por parte de este país, aun cuando China y Vietnam tienen la primacía.

e) India

El segundo país más poblado del mundo reportó exportaciones de calzado por un total de 2,841.7 mdd con una tasa de crecimiento promedio anual de 7 por ciento.

Desagregando, estas exportaciones yacieron principalmente en el calzado de cuero con suela distinta a este, el total vendido en 2018 fue de 1,943.1 mdd, más de la mitad del total exportado. En segundo lugar, se situó la partida referente a las ventas de partes de calzado con un monto de 348.5 mdd, y en tercero estuvo el calzado de caucho con un total de 262.1 mdd.

En las exportaciones a Asia Oriental y el Pacífico destaca el calzado deportivo con el monto mayor en 2018 de 34.9 mdd, las partes del calzado también fueron relevantes con un total de 31.3 mdd y el calzado de cuero que cubre el tobillo alcanzó en 2018 la cifra de 28.5 mdd; por último, pese a que sufrió una caída considerable en el 2017, el calzado con suela y parte superior de cuero natural continúa siendo importante con un monto de 27.6 mdd.

Para Europa y Asia Central, las exportaciones realizadas descansaron en su mayoría en el calzado de cuero con un monto de 652.7 mdd, las partes del calzado superiores también fueron una cantidad a considerar en el 2018 con una cifra de 260.4 mdd y el calzado de cuero que cubre el tobillo aportó 255.4 mdd.

En el caso de América Latina y el Pacífico, India exportó calzado deportivo de cuero por un total de 21.5 mdd, le siguió el calzado deportivo textil con una cifra de 14.9 mdd y el calzado de cuero que cubre el tobillo aportó al total el monto de 11.9 mdd.

Hacia Medio Oriente y el Norte de África fueron las exportaciones de caucho con 36.3 mdd continuadas por la venta de partes superiores del calzado por 19.9 mdd y el calzado de cuero aportó un monto de 19.7 mdd.

A Norteamérica se le exportó calzado de cuero que cubre el tobillo por un total de 172 mdd, calzado de cuero con suela diferente por 118.2 mdd y calzado deportivo de cuero por 44.3 mdd.

Las exportaciones dirigidas a Asia del Sur recayeron en calzado de caucho que cubre el tobillo con un monto en el 2018 de 9.5 mdd, seguidas por el calzado de caucho que no cubre el tobillo por 5.1 mdd, en este rubro es necesario señalar que en el 2018 sufrió una caída del más del 50% en comparación con el año anterior en donde las exportaciones alcanzaron el total de 12.4 mdd. En el flujo contrario, las importaciones en el 2018 fueron de 898.4 mdd reportando una tasa de crecimiento promedio anual del 17% desde 1988. Las importaciones realizadas de países de alto ingreso reposaron principalmente en el calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural por 31.5 mdd, asimismo, el calzado textil alcanzó la cifra de 30.4 mdd y las partes de calzado aportaron 30.2 mdd. En el caso de los países de bajo y mediano ingreso, las importaciones cayeron en el calzado textil por un total de 314.4 mdd, luego con una cifra de 264.9 mdd se encuentra el calzado de caucho, en el tercer puesto se colocó el calzado de cuero con un monto de 74.4 mdd.

Por regiones, de Asia Oriental y el Pacífico importó un total de 200.2 mdd de calzado de caucho que no cubre el tobillo, calzado textil por 162.8 mdd y calzado deportivo por 142 mdd.

De Europa y Asia Central consigue calzado de cuero con suela distinta, en el 2018 el monto fue de 12 mdd, calzado de caucho por 8.5 mdd y calzado textil por 7.6 mdd, debe señalarse que de esta región otrora importaba altas cantidades de partes de calzado distintas a la suela y parte superior, siendo el mayor registro en 2006 de 14.6 mdd; sin embargo, a partir del 2010 la tendencia fue a la baja. Sucedió lo mismo con las partes de tacones del calzado, el máximo fue en 2011 por 13.5 mdd y desde 2012 tuvo una fuerte caída.

De América Latina y el Caribe lo único relevante fue la importación de calzado de caucho por un total de 1.2 mdd en el 2018. De Norte América, las principales compras son de calzado textil, en el 2018 fue de 1.7 mdd y de partes de calzado referentes a tacones, la cifra fue de 1.7 mdd. Como se observa, mientras India es un exportador neto de calzado, Estados Unidos es un importador neto.

f) Alemania

Este país registró un total de exportaciones en 2018 por 8,500 mdd, del cual un 43.2% es explicado por la partida 6403 que corresponde al calzado de cuero, seguido por el calzado textil con una participación del 30.3% y finalmente el calzado de caucho correspondiente a la partida 6402 con

22%. La tasa promedio anual de crecimiento de las exportaciones en su conjunto fue de 8% durante el periodo 1988-2018.

El comercio con Asia Oriental en materia de exportaciones se sustenta principalmente en calzado de cuero, con una participación del 52.6% en 2018 y cuyo valor fue 136.5 mdd, este rubro manifestó una tasa promedio anual de crecimiento del 9.7%. Continuando con la participación de mercado, el calzado textil tiene el segundo lugar con 20.8% y un valor de 16.2 mdd. En el tercer puesto se coloca el calzado de caucho correspondiente a la partida 6402.

Los flujos comerciales dentro de la UE se explican en esencia por exportaciones de calzado de cuero y textil con participaciones de mercado de 40.8 y 32.3 por ciento; sin embargo, en lo que refiere a tasas promedio anual de crecimiento el calzado de cuero tuvo una de 6.5% y el textil una de 15.3% en el periodo previamente señalado.

A América Latina y el Caribe exporta principalmente calzado de cuero, y el calzado de caucho que atañe a la partida 6402, las tasas promedio anual de crecimiento de dichas partidas fueron 8.2 y 15.4%, respectivamente; no obstante, los valores absolutos del 2018 en el calzado de cuero y textil fueron de 10.9 y 6.19 mdd.

En cuanto a América del norte, las exportaciones realizadas recayeron principalmente en calzado de cuero con el 48.8% en 2018, seguidas por calzado caucho de la partida 6402 y calzado textil. La partida de calzado de caucho fue la más dinámica en cuanto a tasa promedio anual de crecimiento con 15.6%, y un valor final de 130.8 mdd.

En lo que respecta a las importaciones de 2018, estas calzaron un total de 12,548.2 mdd, del cual un 42.8% es explicado por la partida 6403 que corresponde al calzado de cuero, seguido por el calzado textil con una participación del 30% y finalmente el calzado de caucho correspondiente a la partida 6402 con 20%. La tasa promedio anual de crecimiento de las importaciones en su conjunto fue de 5% durante el periodo 1988-2018.

El comercio con Asia Oriental en materia de importaciones se sustenta principalmente en calzado textil, con una participación del 42% en 2018 y cuyo valor fue 2,565 mdd, este rubro manifestó una tasa promedio anual de crecimiento del 14.4%. Continuando con la participación de mercado, el calzado de caucho referente a la partida 6402 tiene el segundo lugar con 27.5% y un valor de 1688 mdd. En el tercer puesto se coloca el calzado de cuero con un total de 1661 mdd.

Los flujos comerciales dentro de la UE se explican en esencia por importaciones de calzado de cuero y textil con participaciones de mercado de 56 y 22%; sin embargo, en lo que refiere a tasas promedio anual de crecimiento el calzado de cuero tuvo una de 1.2% y el textil una de 9.5% en el periodo previamente señalado.

De América Latina y el Caribe importa principalmente partes de calzado con una participación en 2018 de 81% y un valor de 85 mdd, en segundo lugar, estuvo el calzado de cuero con 12 mdd y en tercer puesto se encontró el calzado de caucho de la partida 6402 con un valor de 5 mdd. Es preciso señalar que el calzado de cuero ha perdido mercado alemán pues en 1988 la cifra ascendía a 53.31 mdd, la tasa promedio de crecimiento anual es de -5 por ciento.

En cuanto a América del norte, las importaciones recayeron especialmente en calzado de cuero con el 53% en 2018, seguidas por calzado textil y calzado de caucho de la partida 6402. La partida de calzado de caucho fue la más dinámica en cuanto a tasa promedio anual de crecimiento con 10.7%, pero un valor final de 2.4 mdd.

Respecto a Asia del Sur, las importaciones se enfocaron en un 75% en calzado de cuero en 2018, este rubro ha ascendido de 33 mdd en 1988 a 488 mdd en 2018; en segundo puesto se encontró las partes de calzado con 86 mdd en 2018 y finalmente el calzado textil con 43 mdd.

2.2.2 Principales empresas

El *ranking* de los principales productores de calzado es uno de los temas que ofrece la revista “El Mapa de la Moda”, en el *top 10* aparecen cinco firmas americanas, una inglesa, una danesa, una alemana, una canadiense y una de Hong Kong:

1. Deichman, empresa con sede en Alemania y cuyas marcas pertenecientes son: Deichman, Dosenbach-Ochsner, Van Haren, Schoenen, Myshoes, Off Broadway, Rack Toom. Cuenta con una plantilla de 40,698 empleados y la facturación reportada en diciembre de 2018 fue de 6,524 millones de dólares.
2. Belle International, empresa con sede en Hong Kong y cuyas marcas propias son: Staccato, Táta, Teemix, Basto, Senda, Joy&Peace, Skap, entre otras. Tiene una plantilla de 116, 000 empleados y la facturación a febrero de 2017 ascendió a los 6,214 millones de dólares. Hace 5 años atravesó por una reciente división para poder explorar el mercado

del calzado deportivo. Se ha concentrado en las marcas que le pertenecen, ello no ha cerrado la puerta a Bata, Clarks o Merrell con los que ha forjado alianzas para que estos puedan expandirse en el mercado chino.

3. Skechers, empresa cuya sede se encuentra en Estados Unidos, tiene un total de 989 tiendas en 170 países y una plantilla de 171,839 empleados. Reportó una facturación a diciembre de 2018 de 4,621 millones de dólares, esto simbolizó un beneficio neto del 8% apoyado en el mercado internacional en un 54 %. Con el fin de crecer más, la empresa abrió una subsidiaria en India y consolidó una empresa conjunta en México.
4. Caleres, cuyas marcas son: Clayton (EE. UU.), LifeStride, Dr. Scholl's, Naturalizer, Fergalicious, Blowfich Malibu, Vionic Group y Carlos by Carlos Santanas. Tiene 1,221 empresas en 4 países, y una plantilla de 171,839 empleados. La facturación a febrero 2 de 2019 alcanzó los 2,834.8 millones de dólares. Pese a los números, esta sufrió una caída por 5.7 millones de dólares en comparación con el año anterior.
5. Wolverine Worldwide, empresa con sede ubicada en EE. UU. y entre la cartera de doce marcas se encuentran: Wolverine, Saucony, Merrell, Cat Footwear, Hush Puppies. Tiene 80 tiendas propias y una plantilla de 3,700 empleados. La facturación reportada en diciembre de 2018 fue de 2,239 millones de dólares.
6. Aldo Shoes, empresa cuya sede se encuentra en Montreal (Canadá), y sus marcas son Aldo, Call It Spring y Globo. Cuenta con alrededor de 2,500 tiendas en más de 100 países y una plantilla de 171,839 empleados, la facturación correspondiente a 2015 fue de 1.8 millones de euros. Con el objetivo de innovar han usado realidad virtual para mejorar el diseño de tiendas y acelerar el desarrollo de su marca.
7. Clarks, empresa con sede en Street (Reino Unido) y con la única marca de Clarks. Tiene 1,500 tiendas distribuidas en 35 países y una plantilla de 14 mil empleados, la facturación de 2017 alcanzó los 1.7 millones de euros. Hace un par de años inició una reorganización de su red de distribución.
8. Deckers, empresa con sede en Goleta (EE. UU.), cuenta con las marcas Ugg, Teva, Sanuk y Hoka One One, y 125 tiendas propias en 50 países. La plantilla tiene un total de 3,500 empleados y la facturación en marzo de 2018 fue de 1.7 millones de euros.

9. Steve Madden, empresa con sede ubicada en Stratford (EE. UU.), tiene las marcas Steve Madden, Brian Stwood, Doice Vita, Freebird, Blondo, Report, Mad Love, Cejon, Betsey Jhonson y Big Budda y cuenta con 229 tiendas, y una plantilla de 3,884 empleados. Para 2018 la facturación ascendió a 1.4 millones de euros.
10. Ecco, empresa con sede en Bredebro (Dinamarca), cuenta con una marca homónima, 2,246 tiendas en 99 países y una plantilla de 21 mil empleados. En 2018 la facturación ascendió a los 1.3 millones de euros. El grupo innovó tecnológicamente para apoyar la sostenibilidad siendo capaz de ahorrar hasta 25 millones de litros de agua en el tratamiento del cuero.

Es interesante señalar que se trata de firmas que trasladan las fases de producción a China y crecientemente a Vietnam. En Vietnam, por ejemplo, se ha sostenido que más de la mitad de sus exportaciones de calzado las realiza la empresa americana Nike (Dinh 2013). Ello es relevante, pues asumiendo que la cadena global de valor de calzado es cautiva, las rentas se trasladan predominantemente a los países que albergan a las empresas matrices. Mientras que la presencia de Vietnam en el mercado del calzado descansa en procesos muy primitivos de maquila.

2.3 Diseño y medio ambiente

El medio ambiente es indispensable para el desarrollo humano y, este debe ser sustentable para no agotar los recursos del primero. Hasta hace unas décadas el concepto de sustentabilidad comenzó a cobrar fuerza al percatarse el mundo de los cambios climáticos, la acidez del agua y el exceso de basura, fenómenos que han obligado a la sociedad a cobrar consciencia sobre lo que se produce en el mundo y el impacto que genera.

Toda industria ha comenzado con medidas en las etapas de producción para reducir su huella ecológica, la industria del calzado no se ha quedado atrás.

De acuerdo con la *The World Footwear* (Asociación Mundial del Calzado, AMC para abreviar) el diseño ecológico se define como la "integración de los aspectos ambientales en el diseño y desarrollo del producto con el objetivo de reducir los impactos ambientales adversos durante todo el ciclo de vida del producto" ("The importance of design in sustainable footwear", 2019).

Diversos centros de desarrollo e innovación se han enfocado en cómo adaptar la tecnología del presente para mejorar y hacer más eficiente la producción de un bien tan necesario como comercializado. Europa se encuentra a la cabeza de dichas investigaciones y el Centro Tecnológico de Calzado de Portugal (CTCP) abrió en 2019 un laboratorio de calzado cuya finalidad fue la co-creación, aprendizaje experimental, innovación y aceleración de nuevas ideas para productos y negocios, en el que además se trabaja bajo la premisa de “compartir el conocimiento, espacio y recursos en pos del *do it yourself*”.

Este laboratorio no solo brinda la oportunidad a pequeños fabricantes y artesanos de trabajar con herramientas para relacionarse con el sistema CAD (Diseño Asistido por Computadora), modelado, corte, costura, ensamblaje, acabado y embalaje, sino también proporciona los recursos de creación para cada prototipo, así como materiales y asistencia técnica para cada proyecto. Además, cuenta con un área centrada en el desarrollo de procesos ecológicos, enfocados en el diseño, la estrategia, el análisis del ciclo de vida del producto y el empleo de materiales más sostenibles.

Antes de este laboratorio, en 2018 nació el proyecto “*LIFE GreenShoes4All*” cofinanciado por la Comisión Europea, que implementará y promoverá un método para medir el impacto ambiental de cada par producido. El propósito es ayudar a las empresas a satisfacer a los consumidores en su demanda de “productos ecológicos”. (Véase qué tan importantes es el patrón de consumo que obliga a la industria no solo en diseño sino también en los materiales empleados). Entre los objetivos está la creación de un mercado único para productos verdes promoviendo el valor agregado de la metodología innovadora y la exploración de reciclaje en la producción de calzado para reducir las materias primas y los desechos.

No han sido los únicos proyectos cuya intención ha sido la mejora de la producción, a finales del 2017 surgió el proyecto FAMEST por sus siglas en inglés (Calzado, Materiales Avanzados, Equipos y Tecnologías de Software), con una inversión prevista de 6 millones de euros con un equipo multidisciplinario y liderado por la empresa KYAIA, empresa portuguesa de calzado. El proyecto tuvo como objeto el desarrollo de nuevos materiales, componentes y tecnologías avanzadas. El 9 de enero de 2019, el proyecto presentó diversos avances, se enumeran algunos:

1. Sistemas para medir la distribución de la presión plantar. Viable para integrarse en el calzado de seguridad laboral para detectar el trabajo sobrecargado o para apoyar la

ergonomía, o en el calzado para diabéticos para detectar sobrepresiones y respaldar los cambios y así mejorar la calidad de vida de las personas.

2. Nanocompuestos para componentes de alto rendimiento; productos químicos de base natural y producidos a partir de desechos de la industria alimentaria, materiales reciclados y para impresión 3D.
3. Avances en el monitoreo digital del calzado con la integración de RFID (identificación por radiofrecuencia en el almacenamiento y recuperación de datos remoto que usa dispositivos denominados etiquetas, tarjetas o transpondedores, transmite la identidad de un objeto mediante ondas de radio).

Leandro de Melo, Gerente General del Centro Tecnológico del Calzado de Portugal, comentó: "el enfoque en la innovación ha evolucionado de manera apropiada" y "las innovaciones eficientes y generadoras de valor deben cubrir tres parámetros fundamentales: creatividad, conocimiento y *marketing*". Es decir que, para tener un desarrollo exitoso de la industria en los mercados, "es necesario asociar los diseños modernos e innovadores con las funcionalidades de los productos y la comercialización de aquellos en los mercados internacionales".

No obstante, todas las tecnologías continúan en desarrollo y las que están disponibles (como la impresión 3D) pueden ser realmente costosas para los pequeños fabricantes, la Asociación Mundial del Calzado recomienda mientras tanto:

1. Mejorar la eficiencia de los materiales con renovables, reciclados y reciclables.
2. Mejorar la eficiencia energética, reduciendo las etapas de producción y centrándose en las fuentes de energía con menos impacto.
3. Diseño para producción más limpia y técnicas más limpias.
4. Diseño para durabilidad con un enfoque en la longevidad y el mantenimiento del producto (posibilidad de reparación).
5. Diseño para optimizar la funcionalidad: múltiples funciones, optimización funcional.
6. Diseño para reutilización y reciclaje: fácil desmontaje, simplificación de materiales, uso de materiales reciclables.
7. Evitar sustancias y materiales potencialmente dañinos para el medio ambiente.

8. Reducción el impacto ambiental en la fase de uso a través de técnicas de reparación de productos más limpias y eficientes, mayor vida útil del producto, posibilidad de reemplazar piezas.
9. Distribución ambientalmente eficiente.

2.4 Tecnología e innovación

La tecnología en cualquier industria juega un papel crucial para el incremento y eficiencia en la producción, no es diferente en la industria del calzado, donde la implementación de ciertos métodos y procesos concede ventajas económicas a determinadas marcas y tipos de calzado. Por ello, revolucionar el conjunto de técnicas empleadas es vital para la sobrevivencia en el mercado. Las tecnologías exponenciales son primordiales en tal empresa, se le conoce como tecnología exponencial a aquella que evoluciona con celeridad gracias al desarrollo exponencial de la computación, vélgase la redundancia, como una vez mencionó Gordon Moore (fundador de Intel) en 1969. La informática, la biotecnología, la robótica, la inteligencia artificial, la nanotecnología y la impresión en 3D forman parte de este grupo.

La automatización y sistemas robóticos avanzados han figurado entre las nuevas tecnologías adoptadas por los líderes en el sector del calzado, los sistemas robóticos conceden a las compañías control sobre las operaciones críticas para mejorar la consistencia y el rendimiento. La robótica es empleada en la industria para automatizar procesos de fabricación repetitivos y basados en normas, o bien en ayudar a los empleados que realizan tareas rutinarias. El calzado técnico y deportivo son los que más abundan en talleres altamente automatizados; no obstante, esto no es posible para toda clase de calzado, pues los zapatos clásicos, casuales y de moda todavía no cuentan con gran automatización y esto se complica si se considera que los zapatos casuales son los que más varían durante las distintas temporadas del año debido a los estilos, materiales blandos, tamaños y colores, por lo que “automatizar” para ellos se vuelve costoso. Así que al final del día, los trabajadores realizan los procesos de forma manual, esto no implica que se abandonen los esfuerzos, por el contrario, se han combinado tecnologías vanguardistas para operaciones de corte robotizado, tejido de punto computarizado y rediseño de producción para que el ensamblaje sea posible de realizar por un *robot*, convergiendo con las estrategias y

métodos de control para programar *robots* que sean capaces de usar información proporcionada por los sensores, en especial el uso de fuerza.

Gracias a la tecnología para hacer *robots* con materiales inteligentes (un material inteligente es aquel que muestra un efecto observable en una de sus facetas cuando es estimulado desde otra) quedan cubiertos todos los aspectos, incluido el mecánico, el eléctrico, el químico, el óptico, el térmico, etcétera (Rossiter 2017); esto facilitaría enormemente la elaboración de zapatos casuales, reduciendo tiempos y costos en el largo plazo.

El proyecto IDEA-FOOT ejemplifica esto, al presentar un método para integrar completamente las operaciones de diseño y producción de calzado, cuyos elementos claves son el modelo CAD 3D (impresión y asistencia computacional), los sistemas RFID y la transferencia de información.

La impresión 3D también es propia de la producción aditiva, en donde los datos de diseño digital en 3D se utilizan para construir un componente en capas depositando material según las instrucciones. Esta tecnología ha sido usada por los líderes en la industria para imprimir prototipos y determinar la funcionalidad y estética del producto en cuestión. Es especialmente beneficiosa en la fabricación de calzado personalizado, tal como el del atletismo por la amortiguación.

La escasez de los materiales que se emplean para la impresión 3D provocan que se vuelva una técnica costosa, pues además se desperdician grandes cantidades. Sin embargo, esto no ha impedido que compañías como Adidas (por supuesto de grandes tallas) se propongan emplearla para fabricar calzado personalizado en masas y sin costo adicional por dicho proceso.

Asimismo, la incorporación de tecnología reducirá los errores en la producción y sin poseer grandes conocimientos técnicos los trabajadores serán capaces de detectarlos y solucionarlos de manera más rápida y eficiente.

Con todo, la tecnología tiene mucho que dar, no solo por la automatización sino porque los materiales empleados para la fabricación de calzado se vuelven, análogamente, una manera de innovar.

Gore-Tex es una marca de zapatos que emplea un material especial en la manufactura de sus productos, la innovación en ellos consiste en que la tela (pues parece una tela) es impermeable, cortavientos y transpirable al mismo tiempo, algo que podría consentirse como polos opuestos, ¿quién no relaciona la impermeabilidad como una barrera que no permite flujos en ninguna

dirección? Similar a las bolsas de plástico. Este calzado ofrece protección incluso de la nieve. Adidas se suma en a esta rama, al usar algodón reciclado previniendo el uso intensivo de agua en cultivos nuevos, *nylon* reciclado obtenido de desechos industriales y post-consumo de productos de petróleo y poliestireno reciclado que se usa principalmente en las suelas y se recubre con otros materiales para evitar incomodidades.

El asunto no termina allí, también existe la posibilidad de recargar energía eléctrica al momento de caminar, esto lo descubrió el Centro de Investigación en Materiales Avanzados (CIMAV), por supuesto, sigue siendo una idea en desarrollo, pero ha tenido buenos resultados al recargar baterías AAA.

Por ende, si la innovación puede cambiar y mejorar la parte superior del calzado, la suela no se quedará atrás, existen diversos materiales empleados en ellas de acuerdo con la necesidad del consumidor, como las de goma de Eva, usadas principalmente para el calzado de personas mayores al brindar comodidad y ser antiderrapantes. O las porolivianas empleadas para zapatos de órtesis.

2.5 Conclusiones del capítulo

La región asiática es la principal responsable de la producción de calzado a nivel mundial, en 2017 y 2018 se hizo de más del 85% de la demanda del globo; la realidad del calzado se resume en pocos exportadores y muchos compradores. Pese a ser de mala calidad los productos que ofrece no resta relevancia al hecho de que China y Vietnam son los principales proveedores, el primero coloca en el mercado tres de cada cuatro pares.

La supremacía china tiene una razón de ser, el centro de su poderío se encuentra en los precios bajos frente al resto del mundo, antes del 2011 no superó los 5 dólares por par vendido, y en el 2015 apenas fue de 4.44, mientras el vendedor europeo más barato era Reino Unido con 12.83 dólares. El proveedor más caro fue Italia con un precio promedio de 50.92 dólares en 2015, si la mayor población del mundo es de bajos recursos no recurrirán al calzado de alta calidad y cuero, sino al proveedor que se ajuste a su presupuesto, y eso lo ha sabido utilizar muy bien no solo China, sino también Vietnam e India. Idea reforzada por el comportamiento visto de los países que compran a Asia.

Los países de alto ingreso son los principales importadores de calzado, en este grupo figuran los nombres de Francia, Alemania, Corea, Estados Unidos y Japón. Las importaciones son en esencia por cuenta de la Unión Europea y la región asiática. La primera por razones de calidad en el calzado que se refleja en el valor en cada par comprado y la segunda por las altas cantidades de pares adquiridos que apenas se expresan en valor.

Pese a que los segmentos de producción se instalaron en China y Vietnam, su inserción se basa en lo fundamental en maquila, de baja apropiación de valor agregado. Mientras que las firmas que controlan la cadena de valor y participan en segmentos de alta apropiación de valor, la cual a *grosso modo* se puede tipificar como cautiva, son principalmente americanas y europeas. La perspectiva de estructura del comercio exterior permite comprender como a pesar de que Vietnam es el segundo exportador mundial de calzado, su inserción presenta características débiles, pues más de la mitad de las exportaciones de calzado vietnamita son responsabilidad de la empresa americana Nike.

Las tendencias internacionales no solo se limitan al comercio y a la producción. El medio ambiente y la tecnología entran en juego también, los conceptos de sustentabilidad y tecnología han cobrado relevancia para aligerar gastos, mejorar procesos y materiales de producción. Diversos centros de desarrollo e innovación se han abierto con el propósito de adaptar tecnología de otras industrias al calzado, de realizar investigaciones para elegir materiales y saber cómo trabajarlos aprovechando hasta la más pequeña de sus características, o bien mejorar la experiencia al usar zapatos. Por ejemplo, la existencia de sistemas para medir la distribución de la presión plantar.

La tecnología en cualquier industria es decisiva para el incremento y eficiencia en la producción sin importar de qué producto se trate. No es diferente en la industria del calzado, donde la implementación de ciertos métodos y procesos concede ventajas económicas a determinadas marcas y tipos de calzado.

Todo esto realza la necesidad de estudiar no solo como “socio comercial” al país vietnamita, sino como competidor acérrimo en la industria porque en cuanto capacidad laboral y tecnológica podría estar por encima de México. Vietnam cuenta con altísimas cantidades de IED que facilitan el intercambio de conocimiento, propician la creación de nuevas ideas y, México sin apoyo no podría competir contra ello.

Analizar la dinámica del sector en este país y comprender cómo es que funciona y cómo ha logrado insertarse en el comercio internacional hasta llegar a ser uno de los principales proveedores es imperante bajo el deseo de la sobrevivencia de la industria nacional, identificar qué segmento es Vietnam y cuál México permitirá un mejor desarrollo de políticas. El siguiente capítulo abordará los antecedentes que llevaron a México a aceptar el nuevo tratado comercial (después de todo, por alguna razón válida decidió participar) así como la experiencia previa en materia del calzado que ha tenido con los países con los que ya contaba con un tratado comercial.

Capítulo III: Breve recuento de los antecedentes del TIPAT

En el presente capítulo se abordan en primer lugar los antecedentes del TIPAT, en segundo lugar, la relación bilateral México-Vietnam y, posteriormente se realiza un recuento del desempeño comercial de México con los países con los que ya contaba con un tratado comercial (Canadá, Chile, Japón y Perú).

Un acuerdo comercial es definido como el convenio entre dos o más partes cuyo objetivo es el incremento de la compraventa de mercancías entre estas, incluye, por supuesto, ventajas por encima de quienes no estén contemplados, por lo tanto, es normal que los países firmen diversos acuerdos para obtener accesos preferenciales en determinados territorios. Por ende, no existe desconcierto en el actuar de México al suscribirse en el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT).

Este tratado contempla 11 países: Australia, Brunéi, Canadá, Japón, Malasia, México, Nueva Zelandia, Perú, Singapur y Vietnam. El acuerdo, cuyo antecedente descansa en el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP por sus siglas en inglés) pactado en el 2016 y cuyas negociaciones se remontan al 2008, conserva la mayoría de los integrantes salvo Estados Unidos, que se retiró cuando Trump ascendió al poder.

A continuación, se enumeran algunas motivaciones que llevaron a la discusión del TPP (el antecedente del TIPAT):

1. El TPP emergió con el propósito de frenar la presencia global de China, y las principales negociaciones fueron entre Estados Unidos y Japón, centrándose en la cadena de autopartes y automotriz. La inclusión de Vietnam también fue un tema relevante.
2. Debido a que la iniciativa había pertenecido a Estados Unidos, dicho país llevó la voz cantante en las negociaciones, él y Japón tuvieron un poder de veto para la efectiva realización del TPP. El poder de veto es el derecho que tiene una persona (país en este caso) de prohibir o impedir algo, en este caso se otorgó por el peso económico (PIB) que tenían los países.
3. El TPP permitía la coexistencia de diversos acuerdos entre los países miembros, esto cedía la oportunidad al comercio entre los países según el que les conviniese más.

4. Las negociaciones más complejas yacieron en las reglas de origen y procedimientos de origen, en especial en la cadena automotriz, se establecieron 4 métodos de medición de contenido de valor regional: valor focalizado, reducción de valor, aumento de valor y costo neto (solo para la cadena mencionada).
5. En específico, la cadena de calzado no recibió tratamiento especial, todos los productos del capítulo 64 del Sistema Armonizado serían considerados regionales siempre que contaran con un contenido regional superior al 45% según el método de aumento de valor o con un 55% por el método de reducción de valor. El periodo de desgravación de toda la cadena comprendía lapsos de 0 a 13 años y el compromiso mexicano incluyó 72 fracciones arancelarias. De acuerdo con Dussel Peters (2018), el arancel promedio simple en menos de 5 años se reduciría de 22.5% a menos de la mitad.

El nuevo acuerdo es diferente a su predecesor, la ausencia de Estados Unidos no solo lo hace distinto en términos cuantitativos, sino también en términos cualitativos, pues las negociaciones que hizo EE. UU. se perdieron ante su retirada, las 22 disposiciones propuestas por él se suspendieron. En cuanto a números, los países restantes representan el 13.5% del PIB mundial, mientras que con Estados Unidos hubiese sido de 38.3% en el 2017. Las exportaciones e importaciones en 2017 del TIPAT fueron de 15.3% y 14.7% respectivamente, otrora, estos números ascendían a 24.3% y 28.6% en el orden señalado. Las entradas y salidas de inversión extranjera directa (IED) caen a menos de la mitad, con Estados Unidos dentro estas fueron de 35.2% y 38.1% en el 2017, sin él los números se reducen a 12.9 y 17.5 por ciento.

El TIPAT asumió la estructura de los principales acuerdos del TPP; no obstante, algunas cosas sí cambiaron, verbigracia, la entrada en vigor a los 60 días después de la fecha en que al menos seis de los 11 países lo hubiesen aprobado, y permite adhesiones de otros países interesados.

Otra característica a destacar del nuevo tratado es la existencia de acuerdos paralelos entre México y Vietnam como: el Acuerdo Paralelo relativo a los Aspectos de Comercio sobre Determinadas Mercancías Textiles y Prendas de Vestir bajo la Lista de Escaso Abasto y Prendas de Vestir Sintéticas para Bebés, y el Acuerdo Paralelo para el Establecimiento del Programa de Monitoreo relacionado con Empresa Textiles y de Vestido Registradas en Vietnam para

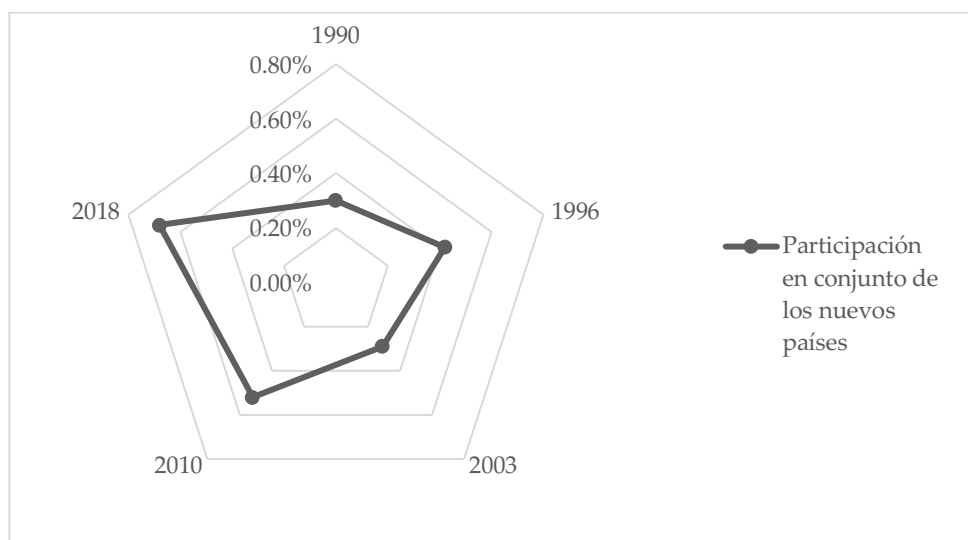
Intercambiar Información y Apoyar la Gestión de Riesgo en la Identificación y Atención de Infracciones Aduaneras Relacionadas con el Sector Textil.

En los tratados siempre se busca un beneficio, ya sea comercial o político; sin embargo, es probable que para la cadena mexicana de calzado esto no aplique, pues para dicha industria las exportaciones no superan las importaciones; en otras palabras, la balanza comercial nacional del sector es deficitaria, la situación difícilmente podría calificarse como poco significativa, porque tras cada producto mexicano se encuentran empleos que se pierden conforme la demanda mexicana se desplaza y opta por productos importados. Con base en la matriz de insumo-producto de México para 2000-2014 (Dussel y Armony, 2017), la elasticidad de la manufactura de textiles, confección y productos de cuero es de -2.85, lo cual significa que por cada aumento del 1% de las importaciones mexicanas, la población ocupada disminuye en 2.85%. Las estimaciones de Ciuriak, Xiao y Dadkhah (2017) señalan que ante un aumento en las importaciones mexicanas del 19.19%, el empleo en las ramas mencionadas disminuye en 54.6 por ciento.

El problema no es solo la importación de bienes finales, sino el empleo que se perdería. Pese a lo anterior, es razonable que en el TPP México quisiera estar, no por los beneficios económicos que pudiese haber conseguido, sino por una estrategia defensiva. Estados Unidos es el principal mercado de destino de las exportaciones mexicanas, por ende, proteger su dominio era importante, sobre todo considerando que Vietnam y México podían ofrecer las mismas ventajas en cuanto a bajos costos en mano de obra y la cualidad de manufacturero que ambos ostentan. No obstante, cuando EE. UU. abandonó el TPP quedarse podría ser un tanto peligroso para la balanza comercial mexicana, pues las transacciones en conjunto no representan cantidades grandes y cuando lo hacen son más importaciones que exportaciones.

Del total del comercio exterior que México realiza con el mundo, el grupo de países nuevos (Australia, Brunei, Malasia, Nueva Zelanda, Singapur y Vietnam) con los que tendrá el acuerdo comercial representan un porcentaje muy pequeño como para ser verdaderamente relevante. Nunca ha superado el 0.9%. Este valor se ha mantenido desde 1990 en menos de un dígito como se aprecia en la gráfica siguiente:

Gráfica III- 1. México: Participación comercial conjunta de los nuevos mercados (1990-2018)



Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution* 2019.

A juzgar por el incremento, o decremento como es el caso de los tres años más recientes en los que pasó en 2016 de 0.89% al 0.79% en 2017 y posteriormente a 0.68% en 2018, la participación de dichos países en el comercio externo de México no representa en conjunto una gran oportunidad (véase gráfica III-1).

De los nuevos mercados que se añaden, Australia es el más relevante, de todos los productos exportados al mundo en el 2018, el 0.27% tuvo como destino Australia, es decir, de la cantidad de 1,238.54 mdd, solo 0.9 mdd fueron por cuenta del calzado simbolizando el 0.00021% a nivel mundial en el total de exportaciones. En el mercado del TIPAT (incluyendo los países con los que se tenía acuerdos previos), el país representó 5.13% de las ventas mexicanas; del capítulo 64 dentro del mercado del TIPAT, Australia fue el 5.9% de las ventas. Las ventas totales a Australia por calzado representaron el 0.16% del total vendido de calzado al mundo. Si este es el resultado más significativo, no se debe albergar esperanza de que los números para el resto de los países pudieran ser mejores.

Los números tampoco mejoran al retomar todos los años de estudio, y pese a que el mercado del TIPAT (10 mercados) pueda tener una participación en las exportaciones mexicanas totales al mundo (M) de arriba del 7% en el mejor de los casos (1990), esta es respaldada principalmente por las exportaciones a países con los que ya contaba con acuerdo (AP, cuatro países) (véase tabla III-2).

Simbología:

M: transacción al mundo

NM: transacción al nuevo mercado (6 países)

TIPAT: transacción al mercado de 10 países

AP: transacción a países con acuerdo previo

Tabla III- 2. México: Relevancia de las exportaciones e importaciones con el TIPAT (estructura porcentual) (histórico)

	Exportaciones totales			Exportaciones del 64			Importaciones totales			Importaciones 64		
	NM/M	TIPAT/M	AP/M	NM/M	TIPAT/M	AP/M	NM/M	TIPAT/M	AP/M	NM/M	TIPAT/M	AP/M
1990	0.30	7.20	6.90	0.96	6.94	5.99	0.08	1.47	1.39	0.05	1.52	1.47
1991	0.34	7.72	7.38	0.76	8.62	7.86	0.17	5.75	5.58	0.05	1.16	1.10
1992	0.35	4.85	4.50	0.66	6.85	6.19	0.07	3.54	3.47	0.52	0.80	0.28
1993	0.37	5.30	4.93	0.67	7.16	6.49	0.03	2.59	2.56	0.88	1.45	0.57
1994	0.18	4.87	4.70	1.34	9.96	8.62	0.05	2.19	2.15	0.82	1.32	0.50
1995	0.32	4.89	4.57	1.25	8.95	7.70	0.15	3.05	2.90	1.85	2.60	0.75
1996	0.42	5.08	4.66	1.33	8.23	6.90	0.29	5.24	4.94	1.98	2.97	1.00
1997	0.51	4.67	4.15	1.37	7.65	6.28	0.51	5.61	5.10	4.01	5.31	1.30
1998	0.58	3.33	2.75	1.42	7.39	5.97	0.31	5.83	5.52	4.10	5.30	1.20
1999	0.46	3.18	2.72	1.41	7.67	6.26	0.28	5.03	4.75	4.93	6.45	1.52
2000	0.27	3.54	3.28	1.37	7.81	6.44	0.21	3.04	2.83	8.01	9.13	1.12
2001	0.32	3.59	3.27	2.27	10.25	7.98	0.06	1.75	1.69	8.54	9.06	0.52
2002	0.30	3.26	2.96	2.52	11.41	8.89	0.00	1.30	1.29	13.88	14.55	0.67
2003	0.29	3.18	2.89	2.89	10.47	7.58	0.00	1.16	1.16	19.76	20.24	0.48
2004	0.26	2.42	2.16	3.28	12.25	8.97	0.02	1.25	1.23	26.15	26.51	0.35
2005	0.35	3.49	3.14	3.31	12.98	9.67	0.57	3.24	2.66	35.13	35.99	0.86
2006	0.34	3.62	3.28	3.14	13.14	10	0.15	2.94	2.79	37.38	38.24	0.87
2007	0.40	4.17	3.77	3.06	12.74	9.68	0.02	2.72	2.70	35.10	35.88	0.78
2008	0.46	4.54	4.08	2.66	11.97	9.31	0.04	4.06	4.02	36.66	37.54	0.88
2009	0.52	5.51	4.99	3.05	11.88	8.83	0.04	4.12	4.08	40.86	41.50	0.64
2010	0.52	5.69	5.17	2.89	11.48	8.59	0.08	4.90	4.82	40.54	41.12	0.58
2011	0.51	5.17	4.67	2.62	10.83	8.22	0.10	4.67	4.56	36.92	37.36	0.44
2012	0.59	5.27	4.67	2.30	10.25	7.95	0.11	4.62	4.51	33.28	33.61	0.33
2013	0.52	4.85	4.34	2.42	10.01	7.59	0.09	4.69	4.60	30.24	30.56	0.32
2014	0.51	4.84	4.33	2.69	10.21	7.52	0.11	3.94	3.83	28.34	28.58	0.24
2015	0.52	5.00	4.49	3.40	10.86	7.46	0.08	4.28	4.20	28.57	28.82	0.24
2016	0.87	5.52	4.64	3.71	11.27	7.56	0.06	4.24	4.18	30.57	30.72	0.15
2017	0.79	5.36	4.58	3.48	10.62	7.14	0.16	4.28	4.13	33.03	33.17	0.14
2018	0.68	5.35	4.68	3.47	10.17	6.70	0.22	2.73	2.51	29.70	29.81	0.11

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution* 2019.

Las exportaciones totales al mercado del TIPAT tienen un valor de más del 5% en el mejor de los casos, pero de nuevo, se fundamentan en importaciones a países con acuerdos previos. Es la misma situación en las importaciones. En la siguiente tabla se aprecian las participaciones relativas de cada país en distintos mercados (mundial, nuevo mercado, mercado del TIPAT):

Tabla III- 3. México: exportaciones totales y de calzado por socio (2018) (estructura porcentual)

	Australia	Brunei	Canadá	Chile	Japón	Malasia	Nueva Zelanda	Perú	Singapur	Vietnam
X_i/X_M	0.275%	0.002%	3.122%	0.460%	0.727%	0.053%	0.039%	0.366%	0.254%	0.052%
X_{iC}/X_M	0.000%	0.000%	0.003%	0.001%	0.002%	0.000%	0.000%	0.000%	0.000%	0.000%
X_{iC}/X_{MC}	0.161%	0.000%	1.374%	0.556%	0.357%	0.000%	0.000%	0.219%	0.001%	0.060%
X_i/X_T	5.137%	0.036%	58.334%	8.600%	13.593%	0.998%	0.729%	6.846%	4.754%	0.974%
X_{iC}/X_{TC}	5.905%	0.000%	50.364%	20.378%	13.071%	0.000%	0.000%	8.023%	0.054%	2.205%
X_i/X_N	40.681%	0.289%				7.901%	5.773%		37.647%	7.709%
X_{iC}/X_T	72.331%	0.000%				0.000%	0.000%		0.666%	27.003%

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution* 2019.

De la tabla anterior, la simbología es:

- X: exportaciones
- N: nuevo mercado de 6 países
- i: país de la columna
- T: mercado de 10 países
- M: mundo
- C: calzado

Como se observa en la tabla previa, ningún país de recién adición es por sí solo significativo. Canadá es el de mayor peso en las exportaciones totales con 3.122% de estas, Japón y Chile le suceden con valores de 0.727% y 0.460% respectivamente, le siguen Perú con un valor de 0.366% y Australia con 0.275%. Se observa que no son números por los que un país debería arriesgarse a abrir el mercado local a potenciales competidores, menos considerando que de estos el único nuevo mercado real sería Australia porque con los demás ya tenía acuerdos previos.

En cuanto al total del calzado exportado al mercado internacional, Canadá, Chile y Japón son de nuevo a quienes ostentan los valores más altos siendo de 1.374%, 0.556% y 0.357% en el mismo orden. Una vez más, no son números que auguren bonanza si de todos modos eran mercados a los que ya tenía acceso por acuerdos comerciales previos. Del nuevo mercado, Australia encabeza la lista del mismo rubro (está en cuarto lugar si se ordenan de mayor a menor), esto puede deberse al poder adquisitivo que posee con tan solo poco más de 25 millones de habitantes. En cuanto a importaciones, las participaciones se muestran en la siguiente tabla:

Tabla III- 4. México: importaciones totales y de calzado por socio (2018) (estructura porcentual)

	Australia	Brunei	Canadá	Chile	Japón	Malasia	Nueva Zelandia	Perú	Singapur	Vietnam
M_i/M_M	0.071%	0.000%	2.320%	0.359%	3.919%	2.023%	0.063%	0.103%	0.360%	0.950%
M_{iC}/M_M	0.000%	0.000%	0.000%	0.001%	0.000%	0.002%	0.000%	0.000%	0.000%	0.059%
M_{iC}/M_{MC}	0.004%	0.000%	0.024%	0.000%	0.005%	0.025%	0.000%	0.081%	0.000%	29.675%
M_i/M_T	0.697%	0.001%	22.818%	3.533%	38.540%	19.893%	0.618%	1.015%	3.542%	9.343%
M_{iC}/M_{TC}	0.013%	0.000%	0.082%	0.000%	0.018%	0.084%	0.000%	0.272%	0.001%	99.531%
M_i/M_N	2.045%	0.002%				58.348%	1.812%		10.389%	27.403%
M_{iC}/M_T	0.013%	0.000%				0.084%	0.000%		0.001%	99.902%

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution* 2019.

Simbología de la Tabla III-4:

- M: importaciones
- N: nuevo mercado de 6 países
- i: país de la columna
- T: mercado de 10 países
- M: mundo
- C: calzado

En la tabla III-3 ningún país de recién añadidura representaba más del 1% en las exportaciones mexicanas totales; sin embargo, en las importaciones los números cambian, tan solo Malasia alcanzó el 2.032% en 2018, a leguas se observa una balanza comercial deficitaria con este país, en el mismo año en segundo lugar se encontró Vietnam con el 0.95% de las importaciones totales. En la jerarquía de las importaciones mexicanas realizadas al mercado del TIPAT, Japón tuvo el primer lugar en 2018 con una participación de 38.5%, un número muy por encima del de Vietnam que fue de 9.3%; sin embargo, ese 9.3% vietnamita cobra relevancia cuando de este flujo comercial el 99.9% es de calzado en el nuevo mercado (6 países). Y las importaciones de calzado vietnamita representan el 9.5% de las importaciones de calzado que se realiza al mercado del TIPAT. Esto se torna más alarmante cuando del total importado de calzado al mundo, Vietnam cubrió el 29.6% de dicha demanda.

La balanza comercial mexicana es negativa con Vietnam, basta ver que las exportaciones totales son el 0.052% y las importaciones son de 0.950% del comercio exterior mexicano. Estos resultados no son exclusivos del 2018, en el 2017 las importaciones fueron similares.

La tabla III-3 evidencia la nula oportunidad que significa el nuevo mercado de 6 países para México. Aunado a esto, la nación mexicana ya tiene tratados previos con 4 países firmantes y de los que es preciso mencionar no ha sacado mucho provecho.

Otrora, cuando Estados Unidos formaba parte del tratado, la decisión de México de estar dentro no parecía tan suicida, cuando el punto de hacerlo era proteger los beneficios que tenía con Norte América, más que una razón comercial era un motivo político lo que instaba a integrarse a tal convenio. Pero el panorama cambió cuando EE. UU. salió.

3.1 Breve repaso de las relaciones bilaterales México-Vietnam

La relación México-Vietnam surgió el 19 de mayo de 1975, posteriormente México abrió una embajada en dicho país que tuvo que cerrar en 1980 por razones presupuestales, se reabrió en octubre del 2000, de acuerdo con la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE).

Ambos países participan en diversos mecanismos regionales como el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), y el Foro de Cooperación América Latina-Asia del Este (FOCALAE).

En el 2002, los países establecieron un Mecanismo de Consultas Políticas, del cual se han celebrado cuatro reuniones de dicho Mecanismo, la primera se desarrolló en México (2004), la segunda en Hanói (2008), la tercera en México (2010), y la cuarta en Hanói (2016). En ellas se ha enfatizado la importancia del diálogo, el intercambio de misiones empresariales con el objetivo de impulsar el comercio y la inversión, según el Senado de la República.

En línea con la SRE, desde 1999 México ha realizado 10 visitas de trabajo a Vietnam, mientras que desde 1979 Vietnam ha realizado 21 visitas a México, todas ellas se han circunscrito al intercambio legislativo, económico, científico, tecnológico y cultural entre ambos territorios.

De acuerdo con informes de la Secretaría de Economía, en 2017, en Vietnam el Subsecretario de Comercio Exterior, Juan Carlos Baker copresidió junto con su homólogo el Viceministro Do Thang Hai, la primera reunión del Comité Conjunto sobre Cooperación Económica Comercial y de Inversión entre la Secretaría de Economía de México y el Ministerio de Industria y Comercio de Vietnam. En la reunión se abordaron asuntos de interés en cuanto a la promoción del comercio, la realización de misiones comerciales y encuentros de negocios bilaterales.

De igual modo, temas como medidas sanitarias y fitosanitarias en los sectores agropecuarios y pesqueros fueron abordados, asimismo, la negociación de Memorándums de Entendimiento acerca de la cooperación en sanidad, la propiedad intelectual, el reconocimiento de denominación de origen y la internacionalización de servicios profesionales.

El Canal Internacional de la Voz de Vietnam (VOV5) dio a conocer que, en febrero 2016, México y Vietnam suscribieron el Acuerdo Ministerial de Establecimiento de la Comisión Mixta de Cooperación en materia Económica, Comercio e Inversión.

La Comisión establecida mediante el Acuerdo, permitirá intercambiar y coordinar actividades de cooperación bilateral en materia económica, comercial y de inversión; lo cual permitirá el aprovechamiento de las oportunidades de intercambio. Poco tiempo después se firmó el actual TIPAT, en 2018.

3.2 México y Vietnam en el TIPAT

Durante su negociación, a pesar de que se debatieron sobre diversas ramas industriales, la industria del calzado no tuvo ningún trato especial. En consecuencia, todos los productos contenidos en el capítulo 64 del Sistema Armonizado serán considerados como regionales y se beneficiarán del TIPAT, siempre y cuando cuenten con el siguiente contenido regional:

- i. Superior al 45% según el método de aumento de valor.
- ii. Un 55% de acuerdo con el método de reducción de valor. Además, establece aspectos arancelarios relevantes para la cadena del calzado conformada por el capítulo 64 y las respectivas partidas y fracciones del Sistema Armonizado:
 - a. El periodo de desgravación de toda la cadena comprende plazos que oscilan de los 0 a los 13 años.
 - b. Los compromisos mexicanos de desgravación comprenden 72 fracciones a 8 dígitos, dentro de las cuales 16 ya se encuentran exentas o bien tendrán una desgravación *ipso facto* representando el 22% de las fracciones de la cadena en cuestión.
 - c. 44 fracciones o bien el 62% de las fracciones de la cadena cuentan con un arancel base de 30%.

Lo anterior indica que en menos de cinco años el arancel promedio simple se reduciría del 22.25% a menos de la mitad y en 10 años sería solo del 10% del año base y para el año 13 este sería cero. Existen en México aranceles de hasta el 30% aplicados dichas importaciones, si esto es lo que es el presente qué podría esperar la industria nacional en un futuro en el que los aranceles desaparezcan.

En las "Notas generales, Anexo 2-D al programa de eliminación arancelaria de México", se especifican los tiempos de desgravación, a continuación, se exponen los que atañen al capítulo 64 del calzado:

- i. Los aranceles aduaneros sobre los bienes originarios comprendidos en las fracciones arancelarias indicadas con categoría de desgravación EIF, se eliminarán por completo, y dichos bienes quedarán libres de arancel aduanero a partir de la fecha de la entrada en vigor de este Acuerdo para México.
- ii. Los aranceles aduaneros sobre los bienes originarios comprendidos en las fracciones arancelarias indicadas con categoría de desgravación B3, se eliminarán en 3 etapas anuales, y dichos bienes quedarán libres de arancel aduanero a partir del 1 de enero del año 3.
- iii. Los aranceles aduaneros sobre los bienes originarios comprendidos en las fracciones arancelarias indicadas con categoría de desgravación B5, se eliminarán en 5 etapas anuales, y dichos bienes quedarán libres de arancel aduanero a partir del 1 de enero del año 5.
- iv. Los aranceles aduaneros sobre los bienes originarios comprendidos en las fracciones arancelarias indicadas con categoría de desgravación B10, se eliminarán en 10 etapas anuales, y dichos bienes quedarán libres de arancel aduanero a partir del 1 de enero del año 10.
- v. Los aranceles aduaneros sobre los bienes originarios comprendidos en las fracciones arancelarias indicadas con categoría de desgravación B13, se eliminarán en 13 etapas anuales, y dichos bienes quedarán libres de arancel aduanero a partir del 1 de enero del año 13;

En corto, los bienes del capítulo en cuestión en un inicio contaban con aranceles de hasta el 30% y cuentan con las clasificaciones B13, B10 y EIF. Para el caso de Vietnam los bienes en su calendario de desgravación que refieren al calzado están clasificados como EIF, lo que implica que se desgravarán de inmediato, 35 fracciones cuyo más alto arancel es de 34 por ciento.

3.3 Análisis del comercio de México con los países del TIPAT con acuerdo comercial previo

México cuenta con 12 Tratados de Libre Comercio con 46 países (TLCs), 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) con 33 países y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), según la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Por su ubicación, México ha tenido la oportunidad de acceder a mercados de todos los continentes, y por la misma es que otros países buscan firmar un acuerdo con él, ya que la nación mexicana representa el tránsito al mayor mercado del mundo. En contradicción con esto, se encuentra la alta concentración de las exportaciones mexicanas a un solo mercado cuando le es posible exportar a muchos más y diversificar destinos. Canadá, Chile, Japón y Perú están dentro de los mercados potenciales que se verán a continuación.

En los siguientes apartados, se realiza un breve recuento del comercio entre México y los países con los que ya contaba con un acuerdo previo al TIPAT, repasando además las particularidades de cada tratado preexistente enfocadas al capítulo 64, y la dinámica comercial años antes y años después de la firma del acuerdo. Ello con el propósito de identificar a nivel cualitativo, si los acuerdos comerciales dinamizaron el comercio y la inversión entre los participantes.

Se hará referencia constantemente a las partidas que integran el capítulo 64, es conveniente remitirse a la tabla II-3.

a) Canadá

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte entró en vigor el 1 de enero de 1994. Las características para resaltar han sido enumeradas:

1. Bienes originarios: siempre que el valor del contenido regional del bien no sea inferior al 60 por ciento cuando se utilice el método de valor de transacción, ni al 50 por ciento cuando se emplee el método de costo neto.

2. Cada una de las Partes dispondrá que un exportador o productor calculará el valor de contenido regional de un bien exclusivamente con base en el método de costo neto cuando el bien esté comprendido en la partida 6401 a la 6405.
3. La desgravación arancelaria para la industria textil y el calzado fue establecida como paulatina, alcanzando periodos de 10 años posteriores a la entrada en vigor del TLCAN.
4. En el Tratado México Estados Unidos Canadá (T-MEC) que entró en vigor el primero de julio de 2020, los países firmantes desgravarán en su totalidad desde el año 1 los artículos de las partidas correspondientes al capítulo 64 del calzado (ver tabla III.5).

Tabla III- 5. Número de fracciones arancelarias dentro de las partidas del calzado que se desgravaron al 0% a la entrada en vigor del T-MEC

Partida	Estados Unidos	Canadá	México
6401	9	13	18
6402	41	12	32
6403	30	16	41
6404	39	10	25
6405	6	6	8
6406	22	9	13

Fuente: elaboración propia con datos del T-MEC.

5. Cuenta además con reglas específicas por producto para ser consideradas originarias:

Tabla III- 6. Reglas de origen para partidas específicas

Partidas	Especificaciones
64.01-64.05	Un cambio a la partida 64.01 a 64.05 de cualquier partida fuera de ese grupo, excepto de la subpartida 6406.10, cumpliendo con un valor de contenido regional no menor a 55 por ciento bajo el método de costo neto.
6406.10	Un cambio a la subpartida 6406.10 de cualquier otra subpartida, excepto de la partida 64.01 a 64.05, cumpliendo con un valor de contenido regional no menor a 55 por ciento bajo el método de costo neto.
6406.20-6406.90	Un cambio a la subpartida 6406.20 a 6406.90 de cualquier otro capítulo.

Fuente: elaboración propia con datos del T-MEC.

a.1) Exportaciones e importaciones de la industria del calzado

El flujo de exportaciones a Canadá de calzado de cuero se ha caracterizado por ser el más alto desde 1990 hasta el 2018, la cifra total acumulada es de 140.6 mdd y en conjunto con las otras variedades de calzado ha sido de 185.2 mdd.

El calzado de cuero es el más caro de las partidas del capítulo 64, y la población canadiense es en la mayoría urbana 81.4% (Santander Trade, 2018), lo que se traduce en altos salarios llegando a ser la paridad de 1.21 dólares canadienses en 2018, es decir, que se requieren 1.21 dólares canadienses para comprar lo que un dólar de EE. UU. Refleja, pues, alto poder adquisitivo.

En promedio, en zapatos femeninos (niñas mayores de 4 años y mujeres) en el 2010 se gastaron 344 dólares canadienses, cifra que aumentó a 347 en el 2017, para el caso del calzado masculino los montos fueron de 246 y 277, respectivamente. En calzado infantil (niños y niñas menores de 4 años) estos datos fueron de 12 y 14 dólares canadienses, datos obtenidos de *Statistics Canada*.

La creciente sofisticación del consumidor se ha reflejado en un mayor gasto en bienes de diseño y calidad, lo que es característico del calzado de cuero en comparación con el de caucho. Esto se refuerza al considerar el clima del norte: frío, es decir, se requiere de zapatos que sean resistentes a este ambiente y que además resguarden el calor.

Las importaciones a Canadá han sido pocas, *defacto* desde 1990 hasta el 2018 el flujo total es de apenas 11.16 mdd, siendo las partes del calzado 4.4 mdd.

Antes de que el tratado comercial fuese firmado, el crecimiento promedio anual de exportaciones del capítulo del calzado fue de 64% con un último valor absoluto reportado en 1993 de 3.181 mdd (explicado por la pequeña suma en 1990). Después del tratado, el crecimiento promedio anual fue de 6%, y en el 2018 su valor absoluto fue de 8.057 mdd.

En cuanto a las importaciones, en los periodos señalados fueron de 119% y 4%, lo cual no es malo si se menciona que en 1990 las importaciones eran de 19 mil dólares y en 1993 de 442 mil dólares.

Las siguientes tablas dan cuenta del crecimiento en exportaciones e importaciones y la balanza comercial mexicana.

Tabla III- 7. México: Exportaciones de calzado a Canadá

Canadá		Exportaciones					
		1990	1995	2000	2010	2018	1990-2018
		Millones de dólares					
64	Calzado	0.88	5.57	112.31	12.66	16.12	147.53
6401	Impermeable	0	0.02	0	0.85	0.58	1.45
6402	Caucho/Plástico	0	0.09	4.79	1.92	1.01	7.81
6403	Cuero	0.83	4.61	83.12	9.07	12.85	110.47
6404	Textil	0.04	0.17	1.68	0.20	0.04	2.13
6405	Otros	0.01	0.27	5.70	0	0	5.98
6406	Partes de calzado	0.01	0.40	17.01	0.62	1.64	19.69
		Estructura porcentual					
64	Calzado	100	100	100	100	100	100
6401	Impermeable	0	0.36	0	6.71	3.61	0.98
6402	Caucho/Plástico	0	1.65	4.27	15.15	6.26	5.29
6403	Cuero	94.16	82.79	74.01	71.64	79.71	74.88
6404	Textil	4.42	3.05	1.50	1.57	0.22	1.44
6405	Otros	0.83	4.89	5.08	0.03	0	4.06
6406	Partes de calzado	0.59	7.26	15.15	4.90	10.20	13.34
		Tasas de crecimientos anuales promedio					
64	Calzado	...	36.04	-3.20	4.94	-1.67	110.55
6401	Impermeable	...	100*	-100	30.18	-7.25	100*
6402	Caucho/Plástico	...	100*	41.42	90.20	-14.33	100*
6403	Cuero	...	33.15	-7.73	3.07	1.55	109.92
6404	Textil	...	27.92	38.26	11.28	-34.19	99.73
6405	Otros	...	82.64	44.97	-28.15	0	0
6406	Partes de calzado	...	106.79	27.30	-3.55	0.90	121.98

*El comercio inicialmente tenía cifras de cero

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution*, 2019

Los años de estudio han sido escogidos como referentes de un antes y un después de la firma del tratado. Salta a la vista que la mayoría de las exportaciones de calzado descansa en la partida 6403 que es de cuero. De hecho, desde el año 1 (1995) de la firma del tratado al 2018, la cifra exportada por cuenta de calzado de cuero se multiplicó casi 3 veces, pasando de 4.6 mdd a 12.8 mdd, en este caso, el flujo comercial con Canadá sí denota cierto aprovechamiento del acuerdo firmado.

Tabla III- 8. México: Importaciones y balanza comercial de calzado con Canadá

Canadá		Importaciones					
		1990	1995	2000	2010	2018	1990-2018
		Millones de dólares					
64	Calzado	0.04	0.43	2.06	0.52	0.56	3.61
6401	Impermeable	0	0.01	0.35	0.21	0.35	0.92
6402	Caucho/Plástico	0	0.16	0	0	0	0.16
6403	Cuero	0.04	0.11	0.65	0.16	0.02	0.97
6404	Textil	0	0	0	0	0	0
6405	Otros	0	0.002	0	0.003	0	0.01
6406	Partes de calzado	0	0.14	1.06	0.15	0.19	1.54
		Estructura porcentual					
64	Calzado	100	100	100	100	100	100
6401	Impermeable	0	2.82	17.23	39.59	62.22	25.60
6402	Caucho/Plástico	0	37.56	0	0	0	4.55
6403	Cuero	100	25.35	31.48	30.13	3.63	26.88
6404	Textil	0	0	0	0	0	0
6405	Otros	0	0	0	0	0	0.14
6406	Partes de calzado	0	33.80	51.29	29.44	33.58	42.75
		Tasas de crecimientos anuales promedio					
64	Calzado	...	49.12	-1.37	7.62	7.28	9.67
6401	Impermeable	...	100*	56.50	38.77	16.70	100*
6402	Caucho/Plástico	...	100*	-100	0	-9.53	100*
6403	Cuero	...	19.89	52.96	15.58	-21.35	-1.96
6404	Textil	...	-100	0	0	-19.04	-7.21
6405	Otros	...	100*	0	0	-100	100*
6406	Partes de calzado	...	100*	-12.64	-2.87	13.67	100*
		Balanza comercial					
64	Calzado	0.84	5.14	110.25	12.14	15.55	143.92
6401	Impermeable	0	0.01	-0.35	0.64	0.23	0.53
6402	Caucho/Plástico	0	-0.07	4.79	1.92	1.01	7.65
6403	Cuero	0.79	4.50	82.47	8.91	12.83	109.50
6404	Textil	0.04	0.17	1.68	0.20	0.04	2.12
6405	Otros	0.01	0.27	5.70	0.00	0.00	5.98
6406	Partes de calzado	0.01	0.26	15.96	0.47	1.46	18.14

*El comercio inicialmente tenía cifras de cero

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution*, 2019

Al igual que en el caso de la tabla III-5, la partida 6403 es la de mayor peso, aunque eso no signifique que las cantidades sean altas.

En cuanto a las importaciones estas no han rebasado los números de las exportaciones mexicanas; lo que implica una buena relación para la balanza comercial mexicana. Se observa, que los superávits en los años estudiados son por cuenta del calzado de cuero.

b) Chile

El Tratado de Libre Comercio Chile-México entró en vigor el 1 de agosto de 1999. Las características que resaltar han sido enumeradas:

1. Tanto Chile como México eliminarán todos los aranceles aduaneros sobre bienes originarios a la fecha de entrada en vigor del Tratado. Salvo lo dispuesto en el anexo 3-04(4) en el que figura el calzado cuyo régimen legal es de libre importación y una preferencia porcentual sobre el arancel de nación más favorecida de 0. No obstante, una Parte podrá adoptar o mantener aranceles aduaneros de conformidad con sus derechos y obligaciones derivados del GATT de 1994, sobre los bienes originarios comprendidos en el anexo 3-04(4), hasta el momento en que se acuerde lo contrario entre las Partes.
2. En las industrias del calzado y la textil, un bien será considerado originario cuando:
 - a) tenga el 50% de contenido regional, cuando se utilice el método de valor de transacción o
 - b) 40%, cuando se utilice el método de costo neto
3. Cada Parte podrá adoptar o mantener medidas sobre las importaciones con el fin de asignar el cupo de importaciones realizadas según una cuota mediante aranceles (arancel cuota) establecido en el anexo 3-04(4), siempre y cuando tales medidas no tengan efectos comerciales restrictivos sobre las importaciones, adicionales a los derivados de la imposición del arancel cuota.
4. Serán considerados originarios ciertos bienes de calzado siempre y cuando cumplan con cambios en las partidas siguientes:

Tabla III- 10. Cambios en las partidas para que los bienes sean considerados originarios

	Calzado, Sombreros y demás Tocados, Paraguas, Quitasoles, Bastones, Látigos, Fustas, y sus partes; Plumas preparadas y Artículos de Plumas; Flores Artificiales; Manufacturas de Cabello
Capítulo 64	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos.
64.01-64.02	Un cambio a la partida 64.01 a 64.02 de cualquier otra partida fuera del grupo, excepto de la partida 64.03 a 64.05 o de la subpartida 6406.10, cumpliendo con un contenido regional no menor a: a) 50%, cuando se utilice el método de valor de transacción; o b) 40%, cuando se utilice el método de costo neto
6403.12-6403.4	Un cambio a la subpartida 6403.12 a 6403.40 de cualquier otra partida, excepto de la partida 64.01 a 64.02 o 64.04 a 64.05 o de la subpartida 6406.10, cumpliendo con un contenido regional no menor a: a) 50%, cuando se utilice el método de valor de transacción; o b) 40%, cuando se utilice el método de costo neto.
6403.51-6403.59	Un cambio a la subpartida 6403.51 a 6403.59 de cualquier otra partida, excepto de la partida 64.01 a 64.02 o 64.04 a 64.05 o de la subpartida 6406.10, cumpliendo con un contenido regional no menor a: a) 50%, cuando se utilice el método de valor de transacción; o b) 40%, cuando se utilice el método de costo neto. un cambio a la subpartida 6403.51 a 6403.59 de la subpartida 6406.10, siempre y cuando las partes superiores de calzado de esa subpartida se hayan unido a través de una costura simple y se presenten sin formar, moldear ni conformar de cualquier otra manera, y el bien cumpla con un contenido regional no menor a: a) 50%, cuando se utilice el método de valor de transacción; o b) 40%, cuando se utilice el método de costo neto.
6403.91-6403.99	Un cambio a la subpartida 6403.91 a 6403.99 de cualquier otra partida, excepto de la partida 64.01 a 64.02 o 64.04 a 64.05 o de la subpartida 6406.10, cumpliendo con un contenido regional no menor a: a) 50%, cuando se utilice el método de valor de transacción; o b) 40%, cuando se utilice el método de costo neto.
64.04-64.05	Un cambio a la partida 64.04 a 64.05 de cualquier otra partida fuera del grupo, excepto de la partida 64.01 a 64.03 o de la subpartida 6406.10, cumpliendo con un contenido regional no menor a: a) 50%, cuando se utilice el método de valor de transacción; o b) 40%, cuando se utilice el método de costo neto.
6406.10	Un cambio a la subpartida 6406.10 de cualquier otra partida, excepto de la partida 64.01 a 64.05, cumpliendo con un contenido regional no menor a: a) 50%, cuando se utilice el método de valor de transacción; o b) 40%, cuando se utilice el método de costo neto.
6406.20-6406.99	Un cambio a la subpartida 6406.20 a 6406.99 de cualquier otro capítulo.

Fuente: recuperado de Tratado de Libre Comercio Chile-México (ACE N°41).

b.1) Exportaciones e importaciones de la industria de calzado

En las exportaciones a Chile sobresale el calzado de cuero con 73%, representando un valor absoluto de 43.2 mdd cuando el total del calzado exportado alcanzó de forma acumulada los

59.1 mdd. Pese a que el calzado de cuero sobresale, la participación de este país a nivel mundial en las exportaciones mexicanas no es significativa (ver tabla III-3).

En las importaciones mexicanas, destaca el calzado de cuero con un monto acumulado de 21.3 mdd y cuando se considera las demás variedades este asciende a los 33.9 mdd.

Antes de que el tratado fuese firmado, el crecimiento promedio anual de las exportaciones a Chile era de 87%, claro que los valores absolutos no eran muy amplios, pero de 18 mil dólares en 1990 pasó 5 mdd en 1999; sin embargo, post firma los números cayeron. Partiendo de esta cifra, en 2018 fue de 3 mdd, y en lugar de un crecimiento anual promedio, hubo un decremento del 2 por ciento. Es un mercado que México perdió luego de firmar⁴.

Tabla III- 11. México: Exportaciones de calzado a Chile

Chile		Exportaciones					
		1990	1995	2000	2010	2018	1990-2018
		Millones de dólares					
64	Calzado	0.04	5.57	10.19	0.67	6.52	22.98
6401	Impermeable	0	0.02	0.03	0.02	1.03	1.09
6402	Caucho/Plástico	0	0.09	1.40	0.06	0.61	2.17
6403	Cuero	0.04	4.61	6.60	0.45	3.87	15.57
6404	Textil	0	0.17	1.67	0.11	0.32	2.27
6405	Otros	0	0.27	0.47	0	0	0.75
6406	Partes de calzado	0	0.40	0.01	0.04	0.70	1.15
		Estructura porcentual					
64	Calzado	100	100	100	100	100	100
6401	Impermeable	0	0.36	0.25	2.25	15.72	4.73
6402	Caucho/Plástico	0	1.65	13.78	9.13	9.36	9.43
6403	Cuero	100	82.79	64.79	66.46	59.36	67.72
6404	Textil	0	3.05	16.41	16.67	4.89	9.89
6405	Otros	0	4.89	4.65	0.19	0	3.25
6406	Partes de calzado	0	7.26	0.12	5.30	10.67	4.99
		Tasas de crecimientos anuales promedio					
64	Calzado		74.31	-1.16	-14.03	21.97	19.44
6401	Impermeable		100*	70.67	-5.10	100*	100*
6402	Caucho/Plástico		100*	54.30	100*	16.40	100*
6403	Cuero		71.27	-8.12	-16.81	20.45	17.31
6404	Textil		100*	100*	26.49	1.89	100*
6405	Otros		100*	54.89	100*	-100	0.00
6406	Partes de calzado		100*	-52.65	-15.87	132.10	100*

*El comercio inicialmente tenía cifras de cero

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution*, 2019.

⁴ Para la obtención de estas cifras, la tasa posterior a la firma se obtuvo a partir del año 2000, debido a que desde agosto solo restan 5 meses para finalizar el año; para la obtención de la tasa pre tratado se contabilizó, pues, 1999.

El comercio entre México y Chile no ha tenido un mejor desenvolvimiento que el caso canadiense, por el contrario, son muy similares, pese a que las exportaciones mexicanas de calzado de cuero han tenido la delantera en cuanto a estructura porcentual, los números absolutos son muy bajos y sin gran peso en el comercio total. Además, presenta tasas de crecimiento negativas, y en algunas partidas como en la 6405, la tasa promedio de crecimiento en los 29 años fue de 0 por ciento.

Tabla III- 12. México: Importaciones y balanza comercial de calzado con Chile

		Importaciones					
		1990	1995	2000	2010	2018	1990-2018
		Millones de dólares					
64	Calzado	0.71	1.60	4.02	3.44	0.26	10.03
6401	Impermeable	0	0	0.65	2.02	0	2.67
6402	Caucho/Plástico	0	0	0	0	0	0
6403	Cuero	0.13	1.43	3.13	1.37	0.236	6.30
6404	Textil	0.25	0.05	0.12	0.00	0	0.42
6405	Otros	0	0	0	0	0	0
6406	Partes de calzado	0.33	0.12	0.13	0.04	0.022	0.65
		Estructura porcentual					
64	Calzado	100	100	100	100	100	100
6401	Impermeable	0	0	16.09	58.82	0	26.61
6402	Caucho/Plástico	0	0	0	0	0	0
6403	Cuero	18.56	89.28	77.79	39.80	91.47	62.74
6404	Textil	34.59	3.37	2.98	0.07	0	4.22
6405	Otros	0	0	0	0	0	0
6406	Partes de calzado	46.85	7.36	3.14	1.31	8.53	6.43
		Tasas de crecimientos anuales promedio					
64	Calzado		14.44	17.14	3.12	-68.64	-23.91
6401	Impermeable		0	100*	25.41	-100	0
6402	Caucho/Plástico		0	0	0	-100	0
6403	Cuero		48.69	13.96	-1.55	-64.10	-19.61
6404	Textil		-22.38	32.41	-38.35	-100	-100
6405	Otros		0	0	0	0	0
6406	Partes de calzado		-15.94	-5.33	-19.74	-63.23	-28.25
		Balanza comercial					
64	Calzado	-0.68	3.96	6.17	-2.77	6.26	12.95
6401	Impermeable	0	0.02	-0.62	-2.01	1.03	-1.58
6402	Caucho/Plástico	0	0.09	1.40	0.06	0.61	2.17
6403	Cuero	-0.09	3.18	3.47	-0.92	3.63	9.27
6404	Textil	-0.25	0.12	1.55	0.11	0.32	1.85
6405	Otros	0	0.27	0.47	0.001	0	0.75
6406	Partes de calzado	-0.33	0.29	-0.11	-0.01	0.67	0.50

*El comercio inicialmente tenía cifras de cero

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution*, 2019.

Si se habla de la balanza comercial México-Chile del sector en cuestión, podría aseverarse que no existe ningún problema o foco rojo del cual preocuparse, pero desagregando el capítulo se observa que en partidas como partes del calzado y cuero existen números negativos.

c) Japón

El Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre México y Japón entró en vigor el uno de abril de 2005. Las características que resaltar han sido enumeradas:

1. Cada una de las Partes eliminará o reducirá sus aranceles aduaneros sobre bienes originarios designados para tales efectos en su lista establecida.
2. Es un bien originario si el 50% es producido entre ambas naciones.
3. Para ambos países, a partir de la fecha de entrada en vigor del Acuerdo, los aranceles aduaneros sobre bienes originarios clasificados en las fracciones arancelarias indicadas con "B8" se eliminarán en 8 cortes anuales iguales partiendo de la tasa base (35%), el capítulo 64 del calzado está compuesto en la mayoría por bienes clasificados como "B8", y a los clasificados como "E" se desgravarán desde el primer día. Salvando algunos que están clasificados como "X" que no se someterán a ninguna reducción.
4. México y Japón aplicarían cupos para el calzado de la siguiente manera:

Tabla III- 13. Cupos de acuerdo con cada año posterior a la entrada en vigor

Año	Cupo
i.	250,000 pares para el primer año;
ii.	300,000 pares para el segundo año;
iii.	360,000 pares para el tercer año;
iv.	432,000 pares para el cuarto año;
v.	518,000 pares para el quinto año.

Fuente: recuperado del Tratado Comercial con Japón.

5. Reglas de origen específicas del calzado, en donde un requisito de un cambio de clasificación arancelaria se aplica solamente a los materiales no originarios:

Tabla III- 14. Reglas de origen específicas para el calzado

Capítulo 64	Calzado, Polainas y Artículos análogos; Partes de estos artículos.
64.01-64.05	Un cambio a la partida 64.01 a 64.05 de cualquier otra partida fuera del grupo, excepto de la subpartida 6406.10, cumpliendo con un valor de contenido regional no menor al 55 por ciento.
6406.10	Un cambio a la subpartida 6406.10 de cualquier otra subpartida, excepto de la partida 64.01 a 64.05, cumpliendo con un valor de contenido regional no menor al 55 por ciento.
6406.20-6406.99	Un cambio a la subpartida 6406.20 a 6406.99 de cualquier otro capítulo.

Fuente: recuperado del Tratado Comercial con Japón.

c.1 Exportaciones e importaciones de la industria de calzado

El calzado que mayormente se exporta a Japón es el de cuero, con una suma de 116.3 mdd que escala a 152.1 mdd al considerar los demás tipos de calzado. Este país es el cuarto comprador más grande para México.

En 2018, cada habitante japonés en promedio compró 1.5 pares de calzado textil por un monto de 4,928 yenes, los hombres compraron en promedio 0.6 pares con un precio de 3,954 yenes y en promedio las mujeres 1.3 pares por un monto de 6,503 yenes, estas cantidades son 45.4, 36.2 y 59.9 dólares respectivamente, de acuerdo con *Japan Statistical Yearbook*.

Las partes de calzado son las que principalmente han importado del país nipón y han alcanzado hasta el 2018 la suma de 2 mdd, en conjunto con el resto de las partidas la suma alcanza los 4.2 mdd.

Para el caso de Japón, las balanzas son negativas tanto antes del tratado como después de él, pese a ser uno de los principales importadores a nivel mundial, México no pudo aprovechar esto. La tasa de crecimiento promedio anual de 1990-2004 fue de -3% y en términos absolutos, únicamente en 3 años las exportaciones superaron los 2 mdd.

Post tratado la situación no mejoró, la tasa de crecimiento promedio anual fue de -6%, es decir, las exportaciones decrecieron y aunque alcanzaron los números más altos en el lustro de 2010-2015 con cifras por arriba de los 10 mdd, esto se redujo de manera drástica en los últimos tres años, en 2018 las ventas fueron de poco más de dos millones de dólares.

En las importaciones, el comportamiento es similar, no existe un crecimiento. Es inevitable concluir que, en esta industria, México no solo no ha aprovechado el mercado, sino que además ha perdido el que una vez ganó.

Tabla III- 15. México: exportaciones de calzado a Japón

Japón		Exportaciones					
		1990	2000	2005	2010	2018	1990-2018
		Millones de dólares					
64	Calzado	1.23	1.30	9.13	23184.99	4.18	23199.53
6401	Impermeable	0	0	0	0	0.05	0.05
6402	Caucho/Plástico	0.02	0.25	0.15	2607.39	0.11	2607.66
6403	Cuero	1.16	1.02	8.88	18259.62	3.73	18273.39
6404	Textil	0.01	0.00	0.02	2269.81	0.30	2270.13
6405	Otros	0.01	0.02	0.08	42.62	0	42.72
6406	Partes de calzado	0.03	0.01	0.004	5.55	0.00	5.58
		Estructura porcentual					
64	Calzado	100	100	100	100	100	100
6401	Impermeable	0	0	0	0	1.21	0.0002
6402	Caucho/Plástico	1.89	19.55	1.59	11.25	2.54	11.24
6403	Cuero	94.07	78.41	97.29	78.76	89.19	78.77
6404	Textil	0.79	0.29	0.18	9.79	7.06	9.79
6405	Otros	0.99	1.31	0.89	0.18	0	0.18
6406	Partes de calzado	2.26	0.45	0.05	0.02	0.00	0.02
		Tasas de crecimientos anuales promedio					
64	Calzado	...	-2.79	58.08	22.21	-18.92	4.31
6401	Impermeable	...	0	-100	0	46.14	100*
6402	Caucho/Plástico	...	25.45	-13.29	42.03	-34.83	5.38
6403	Cuero	...	-5.53	71.60	17.95	-16.46	4.12
6404	Textil	...	-100	-0.72	218.07	-25.52	12.48
6405	Otros	...	-18.73	49.50	100*	-100	-100
6406	Partes de calzado	...	-100	100*	-35.06	-46.42	-17.17

*El comercio inicialmente tenía cifras de cero

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution*, 2019.

La partida de mayor peso en las exportaciones a Japón es la de cuero y la de zapatos de caucho; no obstante, la de cuero tiene mayor participación porcentual.

Tabla III- 16. México: importaciones y balanza comercial del calzado con Japón

		Importaciones					
		1990	2000	2005	2010	2018	1990-2018
		Millones de dólares					
64	Calzado	2.06	0.04	0.53	43.92	122.81	169.36
6401	Impermeable	0.01	0	0.21	18.10	0.66	18.98
6402	Caucho/Plástico	0.46	0.02	0.23	1.06	0.05	1.81
6403	Cuero	0.68	0.02	0.00	0.46	16.57	17.74
6404	Textil	0.36	0	0.05	0.18	2.62	3.20
6405	Otros	0.05	0	0.04	0	0	0.08
6406	Partes de calzado	0.51	0	0	24.13	102.91	127.55
		Estructura porcentual					
64	Calzado	100	100	100	100	100	100
6401	Impermeable	0.47	0	39.07	41.20	0.54	11.20
6402	Caucho/Plástico	22.12	49.13	43.32	2.41	0.04	1.07
6403	Cuero	33.10	50.87	0.14	1.05	13.49	10.47
6404	Textil	17.34	0	10.16	0.40	2.13	1.89
6405	Otros	2.21	0	7.31	0	0	0.05
6406	Partes de calzado	24.75	0	0	54.93	83.80	75.31
		Tasas de crecimientos anuales promedio					
64	Calzado	...	-29.91	70.74	-14.51	16.01	16.42
6401	Impermeable	...	-100	100*	-1.62	100*	29.83
6402	Caucho/Plástico	...	-24.64	137.08	-56.36	7.39	4.87
6403	Cuero	...	-27.12	-45.30	-17.89	17.57	11.89
6404	Textil	...	-100	31.05	-53.82	2.11	7.86
6405	Otros	...	-100	100*	0	0	2.13
6406	Partes de calzado	...	-100	-100	100*	16.34	20.98
		Balanza comercial					
64	Calzado	-0.83	1.26	8.60	23141.07	-118.62	23030.18
6401	Impermeable	-0.01	0	-0.21	-18.10	-0.61	-18.92
6402	Caucho/Plástico	-0.43	0.23	-0.08	2606.33	0.06	2605.85
6403	Cuero	0.48	1.00	8.88	18259.16	-12.84	18255.65
6404	Textil	-0.35	0.004	-0.04	2269.63	-2.32	2266.92
6405	Otros	-0.03	0.02	0.04	42.62	0	42.63
6406	Partes de calzado	-0.48	0.01	0.004	-18.58	-102.91	-121.97

*El comercio inicialmente tenía cifras de cero

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution*, 2019.

La balanza comercial con Japón ha reportado números negativos en el comercio de calzado, en 2018 uno de 118.6 mdd, y si se desagrega la misma tendencia se encuentra en el calzado textil, el impermeable y las partes de calzado. Las importaciones, como es lógico, han incrementado a tasas mayores que las exportaciones dejando a México con déficits aun cuando es de los mayores productores y el país del sol naciente uno de los más grandes consumidores.

d) Perú

El Acuerdo de Integración Económica México - Perú entró en vigor el 1 de febrero de 2012. Las características por resaltar han sido enumeradas:

1. Una mercancía producida en el territorio de una o ambas partes se considerará originaria si el valor de todos los materiales no originarios utilizados que no cumplan el requisito de cambio de clasificación arancelaria aplicable no excede el 10 por ciento del valor de transacción de la mercancía. El certificado de origen lo emite el exportador.
2. Perú protegió la industria del calzado y ropa.
3. México otorgó un cupo agregado anual libre de arancel de 200,000 pares de zapatos. Perú otorgó un cupo agregado anual libre de arancel de 200,000 pares de zapatos.
4. La industria textil de ambos países eliminó todos los aranceles a mercancías originarias inmediatamente después de entrar en vigor el tratado, excepto para artículos de prendería que se encuentran excluidas del programa de eliminación arancelaria, para Perú la tasa era del 20% y para México era de 20 al 35%.
5. En el caso del calzado, ambos países eliminarían en 10 cortes anuales iguales los aranceles comenzando a partir de la entrada en vigor del Acuerdo, para quedar libres de aranceles aduaneros a partir del 1 de enero del año 10 clasificados como "C", mientras una parte componente del capítulo 64 consistió en la eliminación ipso facto de los aranceles, aquellos clasificados con "A".
6. Reglas de origen específicas:

Tabla III- 17. Reglas de origen específicas para el calzado

Reglas de origen específicas	
Capítulo 64	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos.
64.01 - 64.05	Un cambio a la partida 64.01 a 64.05 desde cualquier otra partida fuera del grupo, excepto de la subpartida 6406.10, cumpliendo con un valor de contenido regional no menor a 50 por ciento
6406.10	Un cambio a la subpartida 6406.10 desde cualquier otra partida, excepto de la partida 64.01 a 64.05, cumpliendo con un valor de contenido regional no menor a 50 por ciento.
6406.20 - 6406.99	Un cambio a la subpartida 6406.20 a 6406.99 desde cualquier otro capítulo.

Fuente: recuperado del tratado comercial con Perú.

d.1 Exportaciones e importaciones de la industria de calzado

En las exportaciones realizadas a este país sobresalen las que pertenecen al calzado de cuero, con un monto acumulado de 4.1 mdd y que sube a los 11.3 mdd si se le añaden las partidas

restantes. En suma, el mercado peruano no ha sido exactamente relevante a lo largo de los años para los exportadores mexicanos. En las importaciones, la batuta la lleva el calzado textil con un monto de 15.8 mdd hasta 2018 y un total de 17.3 mdd al anexar las cantidades importadas de las otras partidas. Las importaciones a Perú en la partida 6404 resultan alarmantes al compararlas con las exportaciones históricas de todas las partidas, se trata de una balanza comercial deficitaria en el capítulo 64.

Las exportaciones mexicanas a este país después de la firma del tratado tuvieron un impacto positivo con una tasa de crecimiento promedio anual de 15%; sin embargo, esto cobra sentido cuando se comparan los montos tanto inicial (0.648 mdd) como final. Anterior al tratado tampoco existió un mejor crecimiento 5%. Las importaciones reflejan una mejor dinámica, antes del tratado el crecimiento promedio anual había figurado en 24% y post firma fue de -2 por ciento.

Tabla III- 18. México: exportaciones de calzado a Perú

Perú		Exportaciones					
		1990	2000	2005	2010	2018	1990-2018
		Millones de dólares					
64	Calzado	0.21	0.17	0.28	0.57	2.57	3.79
6401	Impermeable	0.05	0	0	0	0.19	0.24
6402	Caucho/Plástico	0.09	0	0.13	0.14	0.56	0.92
6403	Cuero	0.04	0.15	0.001	0.05	0.28	0.52
6404	Textil	0.02	0	0	0.07	1.23	1.32
6405	Otros	0	0.01	0	0.00	0.00	0.01
6406	Partes de calzado	0	0.01	0.15	0.32	0.31	0.79
		Estructura porcentual					
64	Calzado	100	100	100	100	100	100
6401	Impermeable	24.71	0	0	0	7.31	6.29
6402	Caucho/Plástico	45.80	0	45.52	23.93	21.74	24.17
6403	Cuero	19.55	88.75	0.43	8.78	10.94	13.70
6404	Textil	9.94	0	0	11.94	47.88	34.78
6405	Otros	0	4.88	0	0.01	0.03	0.23
6406	Partes de calzado	0	6.37	54.05	55.33	12.10	20.82
		Tasas de crecimientos anuales promedio					
64	Calzado	...	-1.96	1.70	-94.26	19.52	9.09
6401	Impermeable	...	-100	0	0	70.47	4.61
6402	Caucho/Plástico	...	-100	100*	-101.57	20.64	6.33
6403	Cuero	...	12.50	-64.60	100*	18.82	6.93
6404	Textil	...	-100	0	100*	59.13	15.17
6405	Otros	...	100*	0	100*	100*	100*
6406	Partes de calzado	...	100*	29.52	-97.84	-2.76	100*

*El comercio inicialmente tenía cifras de cero

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution*, 2019.

Para el caso peruano el calzado de plástico y caucho representaba la mayor parte de las exportaciones hasta el 2005, que fue cuando las partes de calzado y el calzado textil cobraron relevancia. Si bien es cierto que algunas partidas comenzaron a tener flujos comerciales, no implicó un crecimiento propio en el total del comercio de calzado (véase tabla III-17).

Tabla III- 18. México: importaciones de calzado y balanza comercial con Perú

		Importaciones					
		1990	1995	2000	2010	2018	1990-2018
		Millones de dólares					
64	Calzado	0.033	0	0	3.43	1.88	5.34
6401	Impermeable	0	0	0	0	0.09	0.09
6402	Caucho/Plástico	0	0	0	0.12	0	0.12
6403	Cuero	0.001	0	0	0.002	0.01	0.01
6404	Textil	0.02	0	0	3.31	1.73	5.07
6405	Otros	0.004	0	0	0.0004	0	0.004
6406	Partes de calzado	0.008	0	0	0.0007	0.04	0.05
		Estructura porcentual					
64	Calzado	100	0	0	100	100	100
6401	Impermeable	0	0	0	0	4.94	1.74
6402	Caucho/Plástico	0	0	0	3.36	0	2.16
6403	Cuero	4.46	0	0	0.05	0.44	0.22
6404	Textil	60.01	0	0	96.56	92.40	94.87
6405	Otros	12.44	0	0	0.01	0	0.08
6406	Partes de calzado	23.10	0	0	0.02	2.23	0.94
		Tasas de crecimientos anuales promedio					
64	Calzado	...	-100	-1.78	4.43	-7.74	14.95
6401	Impermeable	...	0	-100	0	100*	100*
6402	Caucho/Plástico	...	0	45.97	15.74	-100	100*
6403	Cuero	...	-100	-100	100*	-26.84	6.12
6404	Textil	...	-100	50.69	4.13	-8.02	16.68
6405	Otros	...	-100	0	-6.83	0	-100
6406	Partes de calzado	...	-100	-100	100*	100*	6.04
		Balanza comercial					
64	Calzado	0.17	0.17	0.28	-2.86	0.69	-1.55
6401	Impermeable	0.05	0	0	0	0.10	0.15
6402	Caucho/Plástico	0.09	0	0.13	0.02	0.56	0.80
6403	Cuero	0.04	0.15	0.001	0.05	0.27	0.51
6404	Textil	0.001	0	0	-3.24	-0.50	-3.75
6405	Otros	-0.004	0.01	0	-0.0003	0.0006	0.004
6406	Partes de calzado	-0.01	0.01	0.15	0.32	0.27	0.74

*El comercio inicialmente tenía cifras de cero

Fuente: elaboración propia con datos de *World Integrated Trade Solution*, 2019.

De la tabla anterior se observa que las importaciones a Perú son en esencia por calzado textil y otro tipo, siendo estas partidas las causantes de los déficits en la balanza. Aunque sean pequeños

estos déficits no tendrían que ignorarse, por el contrario, deberían orillar a México a cuestionarse qué falta o qué está sobrando e impidiendo transacciones que beneficien las cuentas nacionales y todos los rubros que se hayan detrás de estos números.

3.4 Conclusiones del capítulo

La anexión de México al TPP (antecedente del TIPAT) fue comprensible cuando figuraba entre los integrantes EE. UU., el mayor destino para exportar de los proveedores mexicanos. Por lo tanto, era lógico que México pretendiera conservar los privilegios que ya tenía ya que dejar que alguien más los obtuviera era sinónimo de perder mercado; mas una vez que la salida de Estados Unidos fue oficial quedarse pudo haber sido una mala decisión.

Para el sector calzado la permanencia de México en dicho tratado podría resultar en una pérdida no solo de mercado exterior por los acuerdos previos, sino también podría implicar una disminución en el empleo de la industria, es bien sabido que un estado (Guanajuato) sustenta la mayor parte de la producción de calzado mexicano. Retomando Dussel y Armony (2017), la elasticidad de la manufactura de textiles, confección y productos de cuero es de -2.85, en otras palabras, por cada aumento del 1% de las importaciones mexicanas, la población ocupada disminuye en 2.85 por ciento. Además, en conjunto los nuevos mercados del TIPAT no representaron ni el 1% en el comercio mundial hasta el 2018 (de todas las mercancías), y lejos de observarse una tendencia alcista, ha demostrado ir a la baja.

En lo que compete al sector del calzado, México no debería estar interesado en firmar acuerdos con países que son su competencia en el mercado internacional y que tienen mayor capacidad de oferta, por el contrario, la estrategia debería estar enfocada hacia países que más consumen calzado, de este modo, una mayor demanda tendría efectos positivos en el empleo. O cuando menos, buscar un mayor proteccionismo a la industria nacional.

Como se mostró en los apartados anteriores, los flujos comerciales con países con los que ya tenía un acuerdo no han sido exactamente provechosos (exceptuando el de Canadá), por el contrario, pareciese que conforme más tratados se suman al portafolio, México pierde capacidad productiva, probablemente derivado de la exposición sin previa preparación de la industria.

El análisis del desempeño comercial mexicano con Chile, Japón y Perú da constancia de que la firma de tratados comerciales no implica una dinamización del comercio por sí sola, los casos analizados tienen algo en común: ninguno se convirtió en un destino asiduo para las exportaciones de calzado mexicanas.

México no pudo o no ha sabido aprovechar los mercados que ya le están abiertos, presentarse en el TIPAT teniendo a Vietnam como competidor para esta industria y no protegerla es sencillamente impensable, no existe ninguna ventaja para México y en precios no puede competir tampoco.

No se trata de crear una colección de tratados para decir que la dinámica del comercio exterior es buena, el firmar muchos acuerdos no conlleva *per se* una mejora en la balanza comercial o en la competitividad de las empresas nacionales. El propósito de la firma de acuerdos debería ser el desarrollo de la industria mexicana, no desaparecerla.

En el siguiente capítulo, se abordará la industria de calzado vietnamita y mexicana, analizando las estructuras, las políticas y organización industrial que las hacen tan distintas y quizá al mismo tiempo les hace compartir características como los bajos salarios y la alta cantidad de empleo que el calzado genera; de igual modo, se tocarán temas como el papel que desempeña la Inversión Extranjera Directa en ambos territorios y la importancia del Estado en el desarrollo de la industria nacional.

Capítulo IV: El calzado en Vietnam y México

El calzado es definido como las prendas que se utilizan para la protección externa de los pies, este bien con el tiempo sufrió modificaciones que condujeron a su creación mediante *experiencias*, lo que significa que ha sido clasificado según la actividad a realizar. Por ejemplo, calzado para aquel que corre, calzado para aquella que hace montañismo, calzado para los que están todo el día en la oficina o bien, en un hospital. Se empujó, entonces, a una ingente diversificación de la producción de lo que otrora podría haberse calificado como una nimiedad, considerando que los zapatos en ocasiones eran un lujo. Sin embargo, ahora no solo toma en cuenta las necesidades de sus potenciales clientes, sino también las últimas tendencias en la moda. Si bien lo segundo puede sobre ponerse a lo primero, lo cierto es que compradores que se interesen en uno, otro o ambos rubros siempre habrá.

La elaboración de calzado es distinta según la región o país del que se hable, pueden ser pequeñas diferencias como los colores dominantes en la oferta o ser grandes diferenciaciones como lo es la maquinaria que se emplee en cada país. Cada una de ellas impactando en el bien final.

México y Vietnam son países cuyas características económicas, geográficas y culturales son diferentes y se ve reflejado en el sector calzado, pero eso no implica que no puedan ser rivales en el mercado, de hecho, el país asiático es una amenaza para la oferta mexicana por los bajos precios que manejan.

De acuerdo con Dussel Peters (2016), la cadena de calzado puede fragmentarse de la siguiente manera:

1. Calzado deportivo/atlético (para realizar actividades respectivas) y no deportivo/atlético (el resto, tanto formal como informal).
2. Los segmentos anteriores se desagregan en calzado de cuero y otros (gamuza, piel curtida, de caucho y de tela, etc.).
3. Botas y calzado de cuero son usados en su mayoría por hombres, mientras que las féminas suelen preferir el calzado de no cuero.

En los siguientes apartados se explora la industria del calzado en Vietnam, cómo se ha visto afectada por la inversión extranjera directa, el apoyo del Estado que recibe, cómo se comporta

frente al mercado exterior y otras características que la identifican. Se hará el mismo ejercicio para la industria mexicana, y se contrastarán ambas con el objetivo de visibilizar la posibilidad de que ambos países sean competidores en este sector, no solo en el mercado externo sino también en el mercado nacional mexicano.

Por último, se realiza un ejercicio estadístico que facilita la comprensión del entorno socioeconómico de ambos países, y el desempeño histórico de cada país en materia de exportaciones e importaciones por tipo de calzado.

4.1 Vietnam

De acuerdo con *The Observatory Economic of Complexity* (OEC) Vietnam es la 21a economía de exportación más grande del mundo y la 83a economía más compleja según el Índice de Complejidad Económica (ECI). En 2017, Vietnam exportó \$ 220 mil millones e importó \$ 204 mil millones, lo que resultó en una balanza comercial positiva de \$ 15.7 mil millones.

El OEC señala como principales destinos de las exportaciones vietnamitas a Estados Unidos, China, Japón, Corea del Sur y Alemania. Las principales exportaciones de Vietnam son equipos de transmisión, teléfonos, circuitos integrados, calzado textil y calzado de cuero. Sus importaciones provienen principalmente de China, Corea del Sur, Japón, Singapur y Hong Kong, entre los productos de mayor importación se encuentran circuitos integrados, teléfonos, petróleo refinado, partes eléctricas y tejido de caucho ligero.

4.1.1 Inversión Extranjera Directa e Inversión Estatal en Vietnam

La OCDE, en el Marco de Inversión Extranjera Directa del 2008, define a la IED como la categoría de la inversión transfronteriza que realiza un residente de una economía (el inversor directo) con el objetivo de establecer un interés duradero en una empresa residente de una economía distinta a la del inversor directo, y cuya razón principal es establecer una relación estratégica a largo plazo con la empresa de inversión directa con el fin de asegurarse un nivel importante de influencia por parte del inversor en la empresa que recibió dichos recursos o fondos.

La IED desempeña un papel importante en el desarrollo de un país, y el sector de destino tiende a crecer de manera significativa, haciéndolo uno más productivo, de mayor peso en el PIB o en el empleo, como es el caso de Vietnam cuya mayor parte de IED es destinada a la manufactura. Durante el periodo 2016-2018, el sector manufacturero recibió el 57% del total de la IED, y entre el primer y segundo lugar la brecha es considerable, pues mientras la manufactura se acercó al 60%, el sector inmobiliario recibió el 17 por ciento.

Del total de la inversión recibida en el mismo periodo, el principal responsable ha sido Corea del Sur con un aporte de 18.3%, seguida por Japón con 16.8% y finalmente por Singapur con 13.7 por ciento.

Tabla IV- 1. Vietnam: IED acumulada por inversor directo (histórico) (Estructura porcentual)

	Proyectos	Millones de dólares	Participación del capital
TOTAL	27,454	340,849.9	100%
Corea del Sur	7,487	62,630.3	18.37%
Japón	4,007	57,372.1	16.83%
Singapur	2,161	46,718.2	13.71%
Taiwán	2,597	31,406.2	9.21%
Islas Vírgenes Británicas	793	20,793.6	6.10%
Hong Kong	1,437	19,845.1	5.82%
China	2,168	13,414.2	3.94%
Malasia	587	12,478.3	3.66%
Tailandia	529	10,440	3.06%
Países Bajos	321	9,367.7	2.75%
Estados Unidos	904	9,348	2.74%
Islas Caimán	110	7,108.3	2.09%
Samoa	284	6,325.6	1.86%
Canadá	174	5,097.5	1.50%
Francia	539	3,675.8	1.08%
Reino Unido	354	3,516.5	1.03%
Otros	3,002	21,312.5	6.25%

Fuente: elaboración propia con datos de General Statistics Office of Viet Nam 2020.

Las empresas multinacionales y la IED han sido relevantes para la transformación de Vietnam a un mercado emergente con capacidad de fabricación a gran escala y de alto potencial.

La IED ha marcado diferencia en la industria vietnamita; sin embargo, el Estado también ha jugado un rol sustancial en el desarrollo del sector, si no es el que más. Si bien en el año 2009 el 8.9% de los fondos era destinado al sector manufacturero y en el 2018 este bajó al 7.87 por ciento, no significa que se hayan ignorado las necesidades de la manufactura, sino que el monto total

creció y, por ende, la participación podría ser menor, aunque la cantidad absoluta sea mayor, incluso si es a precios constantes esto implicaría que el crecimiento del sector es importante para el país, después de todo se trata del que mayor empleo genera.

Tabla IV- 2. Vietnam: Inversión por sector (histórico) (Estructura porcentual)

Año	Total	Estado	Privada	IED	Año	Total	Estado	Privada	IED
1995	100	42.4	27.6	30.0	2007	100	37.2	38.5	24.3
1996	100	49.1	24.9	26.0	2008	100	33.9	35.2	30.9
1997	100	49.4	22.6	28.0	2009	100	40.5	33.9	25.6
1998	100	55.5	23.7	20.8	2010	100	38.1	36.1	25.8
1999	100	58.7	24	17.3	2011	100	37	38.5	24.5
2000	100	59.1	22.9	18.0	2012	100	40.3	38.1	21.6
2001	100	59.8	22.6	17.6	2013	100	40.4	37.7	21.9
2002	100	57.3	25.3	17.4	2014	100	39.9	38.4	21.7
2003	100	52.9	31.1	16.0	2015	100	38	38.7	23.3
2004	100	48.1	37.7	14.2	2016	100	37.5	38.9	23.6
2005	100	47.1	38	14.9	2017	100	35.7	40.6	23.7
2006	100	45.7	38.1	16.2	2018	100	33.3	43.3	23.4

Fuente: elaboración propia con datos de General Statistics Office of Viet Nam 2020

En suma, contando no solo la inversión estatal sino también la proveniente del extranjero, la manufactura ha recibido mayor apoyo desde el 2009, iniciando con una participación de 18% y ascendiendo al 27.9% en 2018. La diferencia con el sector de Transporte y Almacenaje que ocupó el segundo lugar en 2018 es que es casi 3 veces menor que la manufactura.

Tabla IV- 3. Vietnam: Inversión realizada en el sector manufacturero (estructura porcentual) (precios constantes 2010)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Manufactura	18%	19%	20%	22%	24%	26%	29%	28%	28%	27.91%

Fuente: elaboración propia con datos de General Statistics Office of Viet Nam 2020.

El sector manufacturero ha llegado a obtener hasta el 29% de la inversión total, teniendo una ventaja de más de 200 puntos base en lo que respecta al sector de transporte y almacenaje que ocupa el segundo lugar. La manufactura ha sido uno de los motores que ha impulsado el desarrollo de Vietnam, y dentro de este sector se encuentra el calzado.

Vientam se convirtió en un país atractivo para el sector calzado gracias a la mano de obra barata y a que la industria es intensiva en capital humano de baja calidad. Esto le proporcionó la oportunidad de insertarse en la cadena de valor mundial.

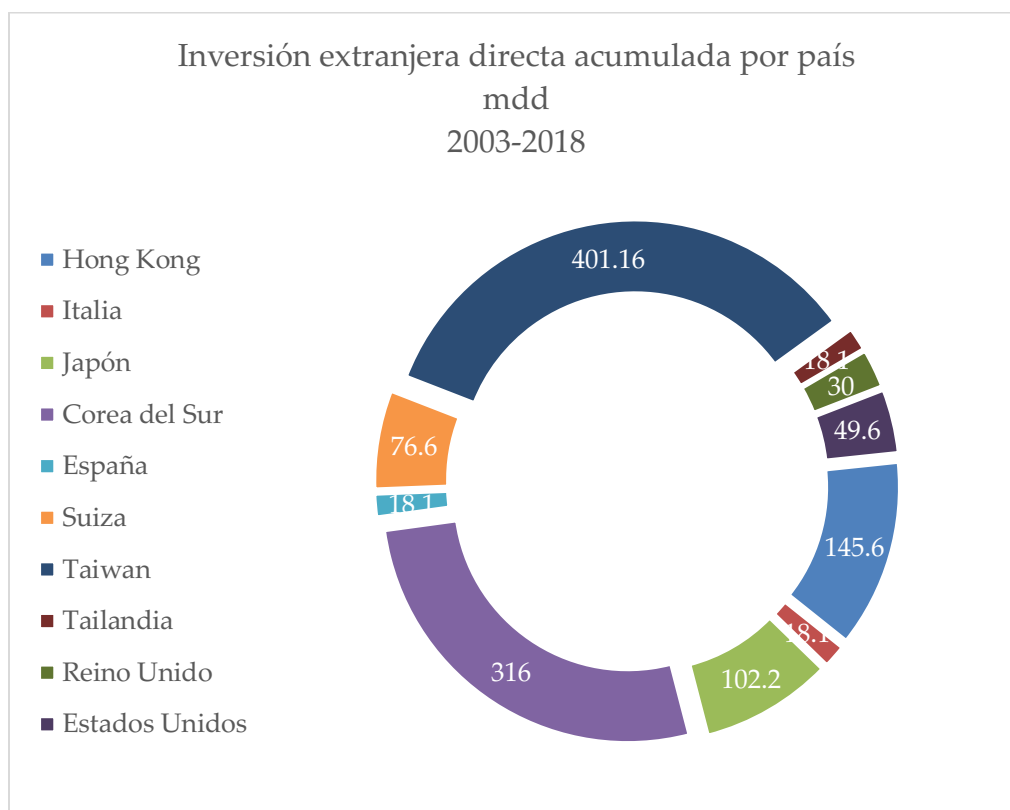
En un principio, el país carecía de los elementos económicos esenciales para poder crecer, debido a que durante mucho tiempo estuvo bajo los mandatos de Rusia que buscaba convertirlo en lo que ellos llamaban comunismo. No obstante, en 1986 el gobierno vietnamita inició una renovación económica general conocida como Doi Moi que obtuvo como resultados la privatización empresarial, la reducción de restricciones comerciales y la normalización de las relaciones con otros países.

En 2010, el sector mencionado también se convirtió en el mayor empleador de Vietnam, proporcionando más de dos millones de empleos. Las industrias de calzado y vestimenta de Vietnam datan de los 80; durante esos años los subcontratistas de Nike estaban asfixiándose por los altos costos laborales de Corea y Taiwán, por lo que terminaron por mudarse a Indonesia, China, Tailandia y finalmente a Vietnam (Lim y Phillips, 2008).

Los siguientes datos por presentar comprendidos entre enero de 2003 y septiembre 2018 fueron obtenidos de fDi Markets, una base de datos privada inglesa que cuenta entre sus columnas con información como la compañía inversora, el país de origen, el país y estado de destino, así como la clase de inversión que se realiza, es decir, si es de ampliación de capital o de nueva creación. Es preciso destacar que las inversiones mencionadas no son hechos comprobables, pues las fuentes de fDi van desde declaraciones de mandatarios hasta estadísticas nacionales. Por lo que no se debe tomar como realidad irrefutable los datos puntualizados. También es necesario mencionar que la IED mencionada a partir de este instante no contempla fusiones y adquisiciones, solo inversión de creación y de ampliación.

De acuerdo con los datos, han sido diversas empresas las que han decidido invertir en el país asiático, destacó durante el periodo 2003-2018 la empresa coreana Taekwang Industrial con un total de 246 mdd en nuevos proyectos, el segundo lugar lo obtuvo Rieker una empresa inglesa con un monto de 76.6 mdd en proyectos nuevos y finalmente, el tercer lugar fue para otra empresa coreana, Hewaseung Vina con una cifra de 70 mdd que, al igual que los anteriores fue para nuevos proyectos. Nike se ubicó en el cuarto sitio con 49.6 mdd destinados para la misma índole de inversión. En la siguiente gráfica se aprecia la inversión por país hacia Vietnam.

Gráfica IV- 2. Vietnam: IED acumulada en el sector de calzado (histórico)

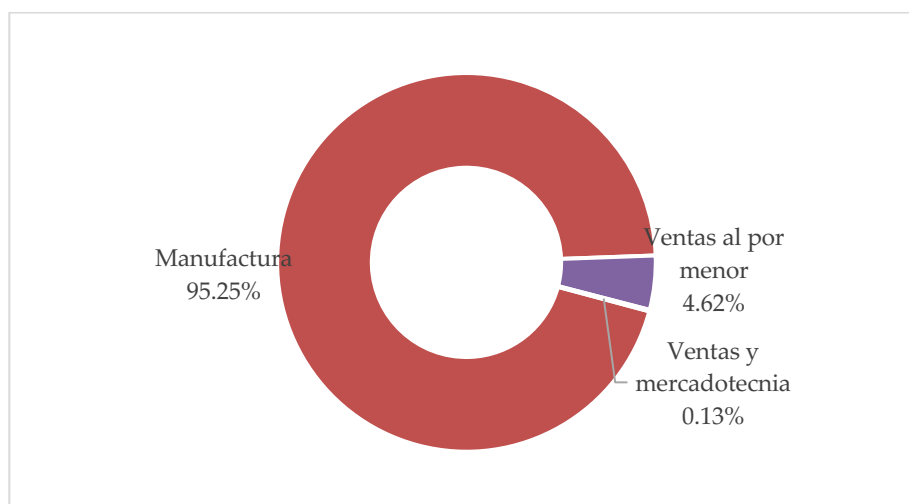


Fuente: elaboración propia con datos de fDi Markets 2018.

De la gráfica anterior, Taiwán ha sido el mayor inversor en calzado, con su mayor monto en 2016 al ascender a 146 mdd. En segunda posición se encuentra Corea del Sur con un total de 316 mdd y cuyo movimiento de capitales más grande lo tuvo también en 2016 con 241 mdd. En tercer lugar, se encuentra Hong Kong, de este las inversiones se distribuyeron en tres movimientos en 2015, 2016 y 2018. Japón realizó sus inversiones en 2007 y 2008.

Las actividades de la industria de calzado pueden ser divididas en manufactura, ventas al por menor, ventas y mercadotecnia. Con ello, las inversiones provinieron en esencia de empresas manufactureras (1119.6 mdd), luego ventas al por menor (54.3 mdd) y finalmente en ventas y mercadotecnia (1.5 mdd).

Gráfica IV- 3. Vietnam: IED por tipo de actividad de la empresa inversora (histórico) (Estructura porcentual)



Fuente: elaboración propia con datos de fDi Markets 2018.

Pese a los beneficios que acarrea *per se* la IED, lo cierto es que cuando se trata de un país en desarrollo esta puede resultar ligeramente agria, pues la falta de regulación en cuanto al trato humano y condiciones en las que se mantengan a los trabajadores deriva en efectos adversos si no para la economía en conjunto, sí para las personas. Como fue el caso de Nike, al que se le acusó de explotación infantil al pagar a niños indonesios 14 centavos de dólar por hora cuando cada par fabricado era vendido en EE. UU. a precios de 125 dólares.

Después de los escándalos sobre las condiciones de trabajo en las que tenía Nike a los empleados, la firma ha reformado algunos aspectos con un código de conducta que incluye (Arnold y Hartman, 2003):

- Aumentar la edad mínima de los nuevos trabajadores de la fábrica de calzado a 18 años, y la edad mínima para todos los otros trabajadores a 16.
- Adoptar los estándares de EE. UU. en cuanto a calidad del aire en todas sus fábricas.
- Investigaciones para examinar problemas globales de fabricación, particularmente sobre temas de prácticas comerciales responsables y el monitoreo de seguridad laboral.
- Ampliar los programas de educación para los trabajadores de fábricas.
- Aumentar el apoyo a su programa de préstamos a microempresas para beneficiar a miles de familias en Vietnam.
- Proporcionar a las organizaciones no gubernamentales un mayor acceso y un papel en el monitoreo de las fábricas.

La fabricación vietnamita eventualmente creció para representar el 30 por ciento de la producción total de Nike (Vltchek, 2008). Empero, uno de los principales retos de este país es apropiarse de mayor valor agregado en las actividades en las que se está especializando, pues el hecho de que sea importador de materias evidencia debilidad en los encadenamientos hacia atrás. Por otro lado, si se desea mejorar y apropiarse de mayor valor agregado, el país necesita invertir no solo en eslabón manufacturero, sino también en los de diseño, investigación y comercialización.

4.1.2 Sector externo

Si el sector manufacturero de Vietnam atrae la mayor parte de la inversión total y genera la mayor cantidad de empleo para el país, no está fuera de lugar considerar que también podría ser uno de los que más exporta, y de hecho así es, en 2018 el 85.5% de las exportaciones del país provinieron de este, como lo muestra la tabla siguiente.

Tabla IV- 4. Vietnam: Exportaciones según la Clasificación Internacional de Comercio Internacional (SITC) (histórico) (Estructura porcentual)

	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TOTAL %	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Manufactura	50.3	55.2	59.6	65.1	65.1	69.2	74.4	76.1	81.3	82.7	83.2	85.5

Fuente: elaboración propia con datos de General Statistics Office of Viet Nam 2020.

Tan solo en 15 años la manufactura pasó de representar la mitad a $\frac{3}{4}$ de del total exportado, y si se toma en cuenta el hecho de que la economía creció el dato se vuelve más relevante, no solo por el peso que puede tener en el PIB, sino también porque habla de cuánta población está inmersa en dicho sector y cuán poco valor agregado podría estarse apropiando al tener presente la realidad de que la manufactura es de los eslabones más cercanos al eje X en la gráfica del capítulo 1.

El calzado, dentro de la manufactura, ha sido de los principales productos vendidos por el país vietnamita, desde 1995 representaba el 1.9% de las exportaciones, cifra que aumentó hasta el 8.3% en el 2018, ya no se tratan de números marginales, la industria cobró mayor peso en las

principales variables del país. De los miles de productos posibles para exportar y producir los zapatos tuvieron el puesto 69 en cuanto a producción en el mismo año.

Tabla IV- 5. Vietnam: Principales productos exportados (histórico) (Estructura porcentual)

Productos	1995	2000	2005	2010	2015	2018
Petróleo crudo (miles de ton)	50.12%	49.36%	29.37%	8.54%	6.42%	2.04%
Carbón (miles de ton)	18.48%	10.41%	29.40%	21.02%	1.18%	1.23%
Arroz (miles de ton)	13.02%	11.13%	8.59%	7.29%	4.45%	3.15%
Textiles, productos de costura (mdd)	5.01%	6.05%	7.80%	11.85%	15.42%	15.73%
Productos de pesca (mdd)	4.07%	4.73%	4.47%	5.31%	4.44%	4.53%
Calzado (mdd)	1.94%	4.71%	4.97%	5.42%	8.12%	8.38%

Fuente: elaboración propia con datos de General Statistics Office of Viet Nam 2020.

De los principales productos exportados por Vietnam, dos de ellos son manufacturas y uno es expresamente el calzado (véase tabla IV-5).

4.1.3 Características empresariales

Durante los años 2006-2010, se registró que un total de 128 empresas vietnamitas se encontraban en el mercado internacional, dichas empresas han sido capaces de exportar sus productos a la Unión Europea, EE. UU, China y Japón, Vuong (2019). Los países desarrollados son los destinos más atractivos para exportar, tan solo en 2006, 190 de ellas exportaban a EE. UU.; sin embargo, es digno de mención que, pese a que las exportaciones han ido aumentando estas recaen principalmente en calzado de caucho o textil.

En línea con Vuong (2019), en el periodo mencionado los productos de Vietnam se exportaron a 24 países de la región de la UE, entre los que figuran Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Alemania, Dinamarca, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Italia, Lituania, Luxemburgo, Letonia, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia y Ucrania. Del mismo modo, el grupo ASEAN que está formado por Tailandia, Brunei, Laos, Malasia, Singapur, Filipinas, Camboya, Indonesia y Myanmar fue de los principales importadores. La UE en su conjunto representó la mayor participación en los valores totales de exportación del calzado vietnamita. Estados Unidos quedó en segundo lugar con alrededor del 23 por ciento.

Las empresas con IED son las que generan la mayor parte de ingresos por exportaciones de calzado, estos valores representan aproximadamente el 65% y manifestaron una tendencia alcista. En cuanto refiere a empresas privadas locales, el valor de exportación se redujo del 33.2% en 2006 al 28.6% en 2010 y las empresas estatales (EE) manifestaron el mismo patrón, según el Departamento General de Aduanas de Vietnam.

Las empresas privadas en cantidad demostraron ser más que aquellas que tienen IED, representando alrededor del 55% del total en 2006 y 69% en 2010; empero, en cuestiones de valor exportado las segundas llevaron la delantera.

Continuando con Vuong *et. al.* (2019), la edad de las firmas osciló entre 1 y 53 años. Casi el 60% de las empresas de exportación son empresas jóvenes, con menos de diez años de antigüedad. Las empresas con edades comprendidas entre 11 y 20 años representaron el 37% del total. En particular, la mayoría de las empresas que pertenecieron a estas categorías son empresas privadas y de IED. Las empresas más antiguas con más de 20 años simbolizaron solo el 5% y la mayor parte se trató de empresas estatales.

El mismo estudio demostró que las firmas que exportan grandes cantidades de calzado se sentían más atraídas por mercados desarrollados. En cuanto al número de bienes refiere, el análisis mostró que la diversificación de los productos básicos afecta de manera negativa la posibilidad de exportar a la Unión Europea, pero que sí beneficia en las exportaciones al mercado de la ASEAN.

El análisis de la productividad de las empresas señaló que cuanto mayor sea el ingreso de un empleado, es más probable que la empresa exporte a Estados Unidos. Y en referencia a la edad (antigüedad) este fue un factor negativo en cuanto a la exportación a mercados distantes, aunque por supuesto también hay estudios que han demostrado que se trata de una característica positiva, pues es más probable que una empresa establecida desde hace mucho tiempo haya acumulado habilidades gerenciales, capacidad financiera y comprensión de los mercados extranjeros. En contraste, las empresas jóvenes pudiesen no tener suficiente experiencia para competir con sus rivales internacionales más grandes cuando lanzasen una campaña de competencia global. En resumen, aunque las empresas más antiguas deberían ser más eficientes a través de su proceso de aprender haciendo (Amornkitvikai *et al.*, 2013), las empresas más

jóvenes suelen tender a ser más dinámicas, por lo que les resulta más fácil adaptarse a los cambios en la ley y los negocios.

Entre los resultados del estudio, también se mencionó la importancia del tipo de empresa que se trate, privada, estatal o de IED, pues la organización en cada una es distinta.

Las empresas estatales ostentaron ventaja en cuanto al acceso de financiamiento gubernamental y disfrutaron de tasas impositivas más bajas que sus competidores; las empresas privadas tendieron a asociarse positivamente con la exportación a los EE. UU. por encima de las que cuentan con IED, estas últimas demostraron ser más efectivas para mejorar su desempeño exportador.

4.1.4 Organización industrial

La fuerza laboral de Vietnam ubicada en el sector del calzado ha sido tipificada como de baja calidad por su grado de alfabetización, que no supera la primaria y en los mejores casos la secundaria. El origen de estos trabajadores es la provincia pobre del nordeste de las regiones sur central, meridional y occidental. Las principales ciudades productoras de calzado son de Ho Chi Minh, Binh Duong y Dong Nai (Ortiz Velázquez 2016).

Las remuneraciones siempre han sido tema controversial en el país vietnamita, pues no solo en la industria del calzado estas han sido bajas; en el 2014 el salario mínimo mensual en el sector fue de 98.36 a 141.83 dólares, inferior a China, que era de 135.35 a 296.80 dólares, o al de México, que entonces era de 149.26 a 157.48 dólares (Ortiz Velázquez 2016).

En sucesión con el mismo autor, la industria de calzado de Vietnam ha operado desde antaño con escasos niveles de apropiación de valor agregado. Durante el periodo 1995-2011, el valor contenido en las exportaciones (incluyendo las textiles) fue el más bajo de los 11 países que más exportan en el sector, con 56.8%; incluso el contenido nacional se redujo en dos puntos porcentuales. En el caso de la industria mexicana, su contenido nacional fue muy bajo (sólo superado por Vietnam) y con una caída de casi seis puntos entre 1995-2011 (Ortiz Velázquez, 2016). De acuerdo con el mismo autor, frente a la crisis internacional del 2008, Vietnam sufrió una caída en la demanda externa de calzado, por lo que las empresas se vieron obligadas a tomar medidas para contrarrestar dicha baja como, por ejemplo:

1. Reducir la capacidad productiva
2. Postergación de nuevos proyectos
3. Reorientación al mercado interno
4. Reducción de costos laborales
5. Despido de trabajadores

La industria de calzado vietnamita enfrenta diversos retos en la apropiación de valor agregado y en la calificación de su fuerza laboral para poder escalar en la cadena global de valor. La IED ha generado empleos y cierta transferencia de conocimiento; no obstante, es imperante para el gobierno la creación de políticas que vinculen las investigaciones académicas y la tecnología con la producción de calzado de alta calidad y no solo de caucho o textil. Si bien es cierto que Vietnam exporta calzado de cuero, esta cantidad es mínima en comparación con sus exportaciones de zapatos de plástico y textil. Tales problemáticas se reflejan en la evolución del índice de producción industrial (tabla IV-6). Entre 2012-2018, la producción manufacturera creció por encima de la producción total. Pero al interior de las manufacturas, las ramas vinculadas a la industria del calzado (v.gr., cuero), crecieron por debajo de la actividad manufacturera en su conjunto. En 2018 la productividad laboral en la manufactura fue de 112, en manufactura de productos de cuero fue de 110 y 103 en artículos de caucho.

Tabla IV- 6. Vietnam: Índice de producción industrial por actividad 2012-2018*

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TOTAL	105.8	105.9	107.6	109.8	107.4	111.3	110
Manufactura	105.5	107.6	108.7	110.5	111.3	114.7	112
Manufactura de textiles	104.2	121	119.7	114	116.9	109.8	113
Manufactura de cuero y productos relacionados	107.8	118.7	122	117	103.5	107.1	110
Manufactura de caucho y relacionados	110.4	109.5	103.6	111.5	110.2	113.2	103

*Durante 2012-2016 está de acuerdo con el año base 2010; desde 2017 está de acuerdo con el año base 2015.

Fuente: elaboración propia con datos de General Statistics Office of Viet Nam 2020.

El gobierno de Vietnam no niega la importancia de la manufactura para el empleo y PIB de su país, y por ello mismo la inversión a dicho sector es grande, en el 2018 su participación dentro de la inversión total realizada por el Estado fue de más del 8%, cifra que ha aumentado

paulatinamente desde años antes. Ello contrasta con el caso mexicano, pues la inversión en la industria del calzado es realizada en su totalidad por agentes privados.

Las empresas privadas nacionales son también quienes explican en lo fundamental el empleo en el país, en el 2000 el 87.3% de este era generado por dichas empresas, mientras que el estado y las empresas de IED componían el 11.7% y 1%, respectivamente. Cifras que ascendieron en el 2018 a 85.7%, 9.5% y 4.8%, en el mismo orden.

La política industrial de Vietnam ha jugado un papel determinante en la situación actual, originalmente enfocada en la industria pesada en los años 1965-1975, fue cambiando de objetivos hasta abarcar nuevos sectores; no obstante, los primeros esfuerzos por industrializar al país condensados en el Primer Plan Quinquenal fueron sesgados por los ataques aéreos de EE. UU. Posteriormente, en los años 1976-1985 los objetivos fueron la reconstrucción de la infraestructura dañada por la guerra, el esfuerzo no se concentró nada más en los bienes materiales, sino también en el espíritu empresarial. Se creó entonces un Segundo Plan Quinquenal y se optó por una economía planificada en la que los precios no dependieron del mercado. Si bien el crecimiento de la industria pesada fue bueno, la productividad laboral no lo fue, con dicha situación las deficiencias tecnológicas no faltaron.

Fue entonces cuando el Doi Moi tomó presencia, y se basó en la industrialización abierta y orientada a las exportaciones, ya no solo se concentró en el desarrollo de la industria pesada, sino que incorporó también la de recursos naturales. Se dio el proteccionismo mediante impuestos y subsidios a la importación/exportación.

En el último periodo, Vietnam ha focalizado sus políticas para lograr la industrialización y modernización de sus sectores y orientarlos a la exportación, se acepta que la transferencia de conocimiento es posible mediante la IED, y se les da continuidad a los planes anteriores solo que, con una mayor selección, 39 industrias serían apoyadas.

Tabla IV- 8. Vietnam: Política industrial (1965-2014)

Matriz de Política Industrial en Vietnam (1965-2014)			
1965-1975	1976-1985	1986-2005	2006-2014
Plan de Política			
Guerra en el sur e industrialización socialista en el norte	Industrialización socialista en una economía de planificación centralizada	Proceso "Doi Moi" e industrialización hacia una economía abierta y orientada a las exportaciones	Industrialización en el periodo post ingreso a la OMC y aspectos de reestructuración económica
Objetivos e industrias clave			
Priorizar el desarrollo de la industria pesada	Superar las consecuencias de la guerra y restaurar la red de infraestructura y los pilares del desarrollo industrial, incluido el espíritu empresarial estatal	1991-1995: desarrollo de sectores industriales prioritarios: industria pesada (cemento, acero); de recursos naturales (petróleo y minería); de abastecimiento nacional (alimentos) y de exportación de manufacturas intensivas en trabajo	Políticas para impulsar el cambio estructural de la economía hacia la industrialización y modernización orientada a la exportación
El sector industrial guado exclusivamente por las empresas de propiedad estatal (SOE)		1996-2000: se continuó con las prioridades anteriores, pero se presta particular atención al desarrollo de industrias ligeras de exportación (textiles, prendas de vestir, calzado, papel)	Se da continuidad a las prioridades anteriores, pero con mayor selección
		2001-2005: se continúa con los objetivos del periodo anterior, pero con una expansión hacia industrias de alta tecnología	
Instrumentos			
Primer Plan Quinquenal (1961-1965)	Se interrumpió el primer plan del norte para incorporar a toda la nación en un Segundo Plan Quinquenal (1976-1980)	Proteccionismo aplicado a industrias específicas, mediante aranceles e instrumentos no arancelarios, como los impuestos a la importación/exportación y subsidios a la exportación	Se seleccionaron muchas industrias líderes para el desarrollo. Se aprobaron estrategias para casi 39 industrias (sin calzado)
	Planificación de la economía y un mecanismo de precios no basado en el mercado	Estímulo a las empresas privadas y a las de propiedad extranjera con la Ley de Inversión Extranjera de 1987 y la Ley de Sociedades de 1991	Promoción de transferencia tecnológica vía IED
		Implementación de un programa de inversión pública (1996-2000)	Continuó la producción de manufactura de exportación
		Construcción de grupos económicos estatales para mejorar la competitividad del sector SOE en la industria	Promulgación de la Ley de Inversión y la Ley de la empresa para el cumplimiento de fideicomisos signados con la OMC
		Desarrollo de zonas industriales y zonas francas industriales para fomentar la producción de exportación (1996-2001)	Eliminación de los instrumentos no arancelarios, pero continuó la aplicación de una tasa de impuesto a la exportación del 0% para la mayor parte de los productos de exportación con el propósito de estimular dicha actividad
Evaluación			
El Primer Plan Quinquenal fue interrumpido en 1964 por los ataques aéreos de EE. UU. en las construcciones a gran escala del norte	Alto crecimiento de la industria pesada	Estructura dual del sector industrial	Los sectores de sustitución de importaciones no pudieron crecer ni proporcionar una oferta suficiente para otras industrias, incluidas las orientadas a la exportación
Infraestructura industrial y de transporte se dañaron con severidad	Predominio de empresas no rentables y burocráticas de propiedad estatal particularmente en la producción industrial	La estructura de las exportaciones se movió hacia los productos manufacturados, pero los principales productos de exportación fueron de recursos naturales	El sector exportador recurrió a la importación de insumos
Escasez de mano de obra debido a la guerra	Baja productividad de la mano de obra	El sector SOE fue ineficiente en la producción industrial y se presentó una baja productividad del trabajo	Los impactos indirectos de la IED, en particular la transferencia de tecnología y los vínculos con las empresas nacionales, eran casi inexistentes
	Deficiencias tecnológicas		Las políticas industriales fracasaron en facilitar las actividades empresariales
	Insuficiencia de alimentos y bienes de consumo		Se mantuvieron ineficiencias de las SOE y de los grupos económicos estatales
			La política industrial se focalizó en ciertos productos/sectores y no en mejorar la competitividad de las empresas

Fuente: recuperado de Ortiz Velásquez (2016), p.107

4.2 México

El sector calzado para el caso de México es significativo por el empleo que crea en ciertos estados que concentran su industria en el diseño y manufactura de este producto. De las 32 entidades que lo componen, cuatro de ellas destacan por lo anterior: Guanajuato con el 70% de producción, Jalisco con el 15%, el Estado de México con el 5% y la Ciudad de México con el 3%, de acuerdo con la Secretaría de Economía (“La industria del calzado en México”, 2015).

El calzado es el principal eslabón de la cadena cuero-calzado-marroquinería y está integrada por cerca de 7,400 establecimientos productores (equivalentes al 68.4% del total de la cadena productiva), existiendo un aproximado de 41,500 zapaterías en México, según la SE. En 2014 se exportaron 25.6 millones de pares de zapatos, con valor de 571.7 millones de dólares. El calzado es en su mayoría de origen artesanal, los procesos son a mano y la maquinaria rudimentaria, creando con ello una brecha enorme entre la producción nacional y la que se destina a la exportación, al ser esta última la que posee procesos como cortes láser o con mediasuelas creadas a partir de material líquido y esculpida por luz y oxígeno, como es el caso de Adidas. Si bien lo artesanal también es valorado, los precios pueden dificultar la circulación del producto en el mercado nacional y la mayoría de los productores mexicanos se concentran en él.

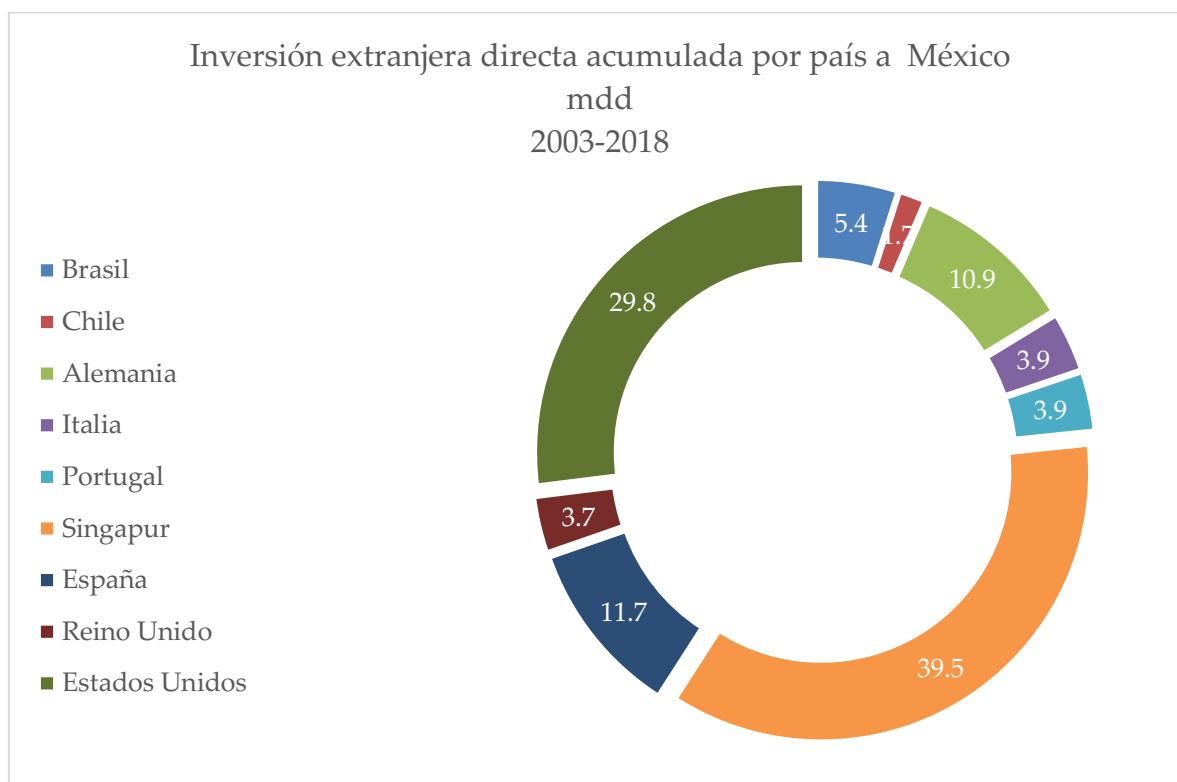
4.2.1 Inversión Extranjera Directa en México

México no ha sido tan atractivo para la IED como Vietnam lo ha encarnado, pues en el periodo estudiado tan solo ha acumulado 110.5 mdd, ni la décima parte que el país asiático. Por ende, tampoco ha impactado demasiado en la creación de empleo, o en la integración del país a segmentos cuya apropiación de valor agregado sea mayor a la manufactura. Siendo esta un área de oportunidad para México, pues con el escalonamiento le sería posible integrarse a áreas como diseño o comercialización.

La IED recibida provino en su mayoría de Singapur, seguida por Estados Unidos. El resto de la distribución se aprecia en la gráfica siguiente: ⁵

⁵ Como los datos se obtuvieron de fDi Markets no se contemplan las fusiones y adquisiciones.

Gráfica IV- 3. México: Distribución de la IED acumulada por país inversor



Fuente: elaboración propia con datos de fDi Markets 2018.

Las empresas que justifican lo anterior son Flex Ltd de Singapur, Converse, Skechers, Timberland, Vans de EE. UU., y de España Pikolinos y Toni Pons.

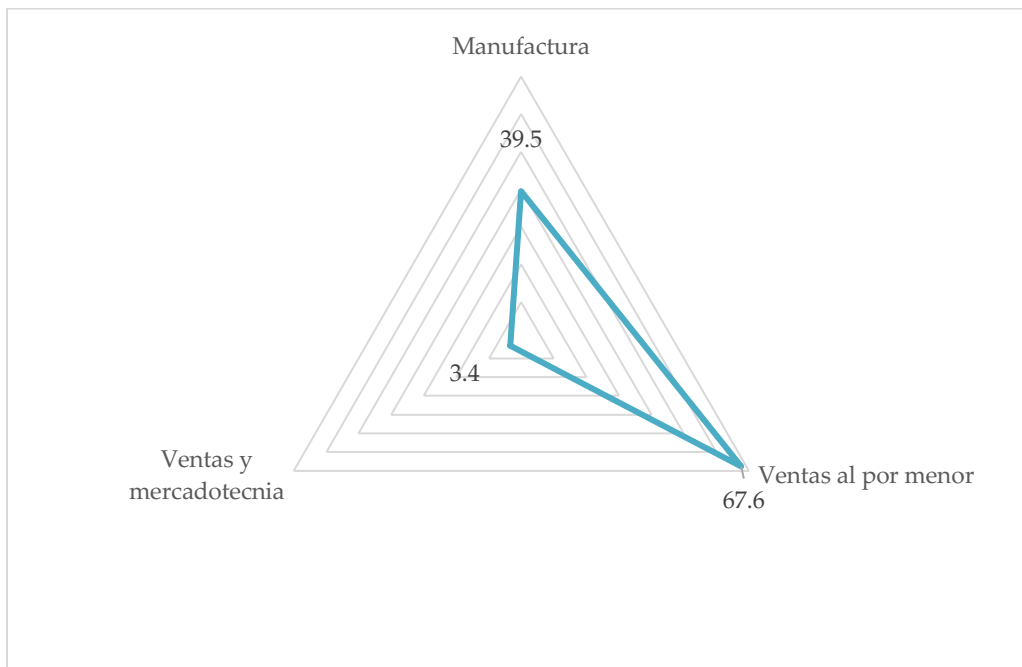
El mayor inversor en México ha sido Singapur, seguido de Estados Unidos y España, pero ni siquiera los tres juntos alcanzan lo que desembolsa el mayor inversor de Vietnam.

La inversión extranjera como se ha visto para el caso de Vietnam puede contribuir a la creación de empleo; sin embargo, es preciso tener la correcta regulación para evitar que empresas transnacionales tengan a los trabajadores con sueldos muy bajos y/o en condiciones casi deprimentes.

En el caso mexicano, la IED extranjera provino en un 67% de empresas dedicadas a las ventas al por menor, las empresas manufactureras contribuyeron con un 39% y firmas relacionadas a las ventas y mercadotecnia tan solo un 3 por ciento.

Se observa que la IED que arriba a México se focaliza en comercio al por menor maquilado fundamentalmente en China y Vietnam, mientras que en Vietnam la IED se dirige a la manufactura para la exportación.

Gráfica IV- 4. México: IED por tipo de actividad de la empresa inversora (histórica) (estructura porcentual)



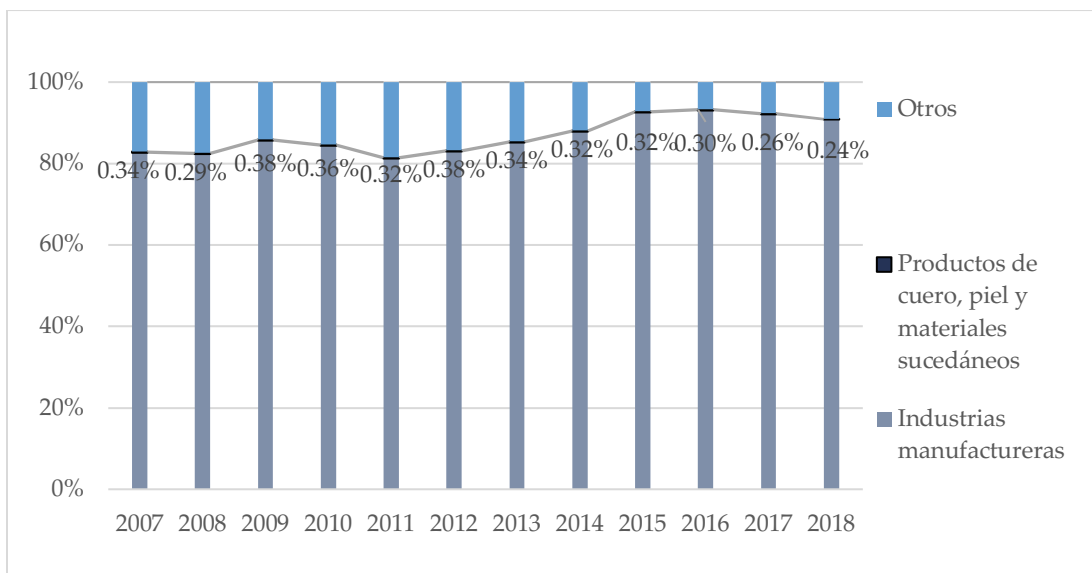
Fuente: elaboración propia con datos de fDi Markets 2018.

4.2.2 Sector externo

México exporta poco calzado, y de hecho esto contribuye escasamente a las exportaciones, su aportación en 2018 fue de 0.24%, a diferencia de Vietnam cuyos valores iniciaron con 1% en 1995 hasta culminar en más del 8% en el 2018, México en ningún año desde el 2007 ha logrado al menos el 0.5%.

El calzado de México circula solo en el mercado nacional y eso frena, aunque se niegue, su desarrollo y crecimiento, aunado a la indiferencia que el Estado ha mostrado por esta industria es casi consecuencia natural el poco desarrollo tecnológico y su escasa contribución.

Gráfica IV- 5. México: exportaciones manufactureras y de calzado dentro de las exportaciones totales (histórico) (estructura porcentual)



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI.

De la poca significancia que presenta en conjunto, aun teniendo más del 50% de la industria del calzado Guanajuato no tiene mejores números, ni siquiera en la contribución a las exportaciones totales del estado. De esto, el mejor momento fue en el 2012 cuando alcanzó una participación del 5.43%, a partir de entonces fue en decadencia hasta llegar al 2.42% en 2018.

Otra cuestión igual de importante como las anteriores, consecuencia probable de la poca intervención del Estado, son las grandes importaciones de insumos para la elaboración de calzado, y es que si se analiza un poco esto no solo afecta el valor agregado del que podría apropiarse el sector, sino que también perjudica a las industrias adyacentes a la del calzado como son la química, la textil, entre otras; además, afecta las cuentas nacionales disminuyendo las exportaciones netas del país.

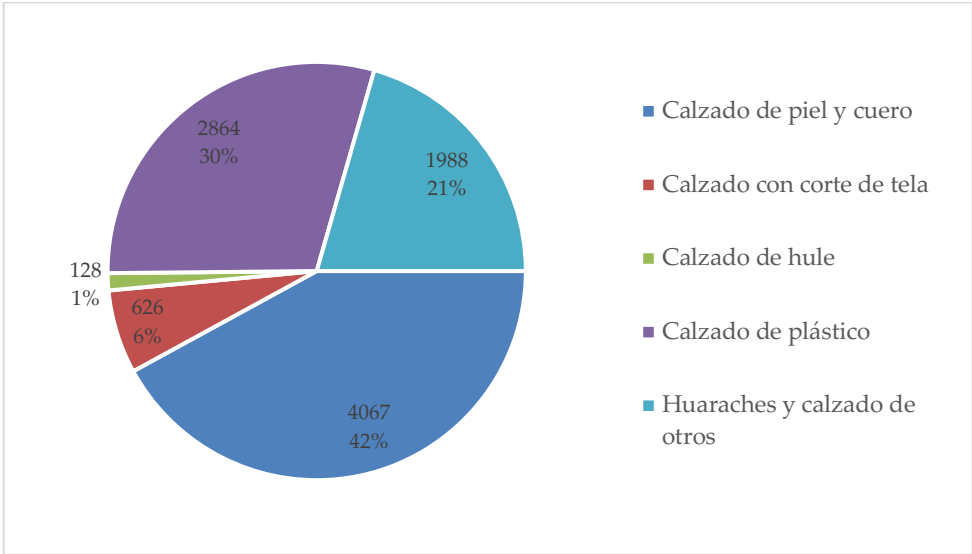
4.2.3 Características empresariales

La industria mexicana se encuentra concentrada en Guanajuato con 5,096 establecimientos de un total nacional de 9,673; seguida por Michoacán con 996, Jalisco con 711, Veracruz con 446 y el Estado de México con 409, de estos en el mismo orden de importancia cuentan con la mayor parte de establecimientos de calzado de piel y cuero. Sin embargo, en cuanto a huaraches y

calzado de otro tipo de material Michoacán, Puebla, Oaxaca y Guerrero tienen los primeros lugares con 873, 220, 206 y 155 establecimientos, respectivamente, según datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). Esto podría deberse a que la población no suele comprar zapatos de alta calidad por la relación existente con el precio.

La industria mexicana está principalmente enfocada en el calzado de cuero y piel, el 42% de los establecimientos pertenecen a esta rama, en segundo lugar, está el calzado de plástico con el 30 por ciento. La brecha es relativamente pequeña, y la diferencia de valor agregado apropiado es grande, ya sea por los materiales usados o por la sencillez en el proceso de elaboración; fabricando calzado de plástico sin tecnología avanzada que añada algo *diferente*, es complicado apropiarse de un gran porcentaje de valor agregado.

Gráfica IV- 7. México: distribución nacional de establecimientos por tipo 2020 (número de establecimientos, estructura porcentual)



Fuente: elaboración propia con datos del DENUE 2020.

De hecho, los valores mexicanos indican que hasta el 2015 había valores en venta superiores a los de la producción; empero, a partir del 2016 el signo negativo ha acompañado a la cifra final.

Tabla IV- 7. México: apropiación de valor de la producción mexicana del calzado 2013-2019

Fecha	Valor de producción del calzado (base 2013, miles de pesos)	Valor de ventas del calzado (base 2013, miles de pesos)	Diferencia vv-vp
2013	28,958,021	28,970,017	11,996
2014	29,410,544	29,647,800	237,256
2015	31,247,535	31,352,927	105,392
2016	31,548,374	31,495,496	-52,878
2017	326,98,335	32,471,754	-226,581
2018	33,911,005	33,649,956	-261,049
2019*	64,966,134	64,389,195	-576,939

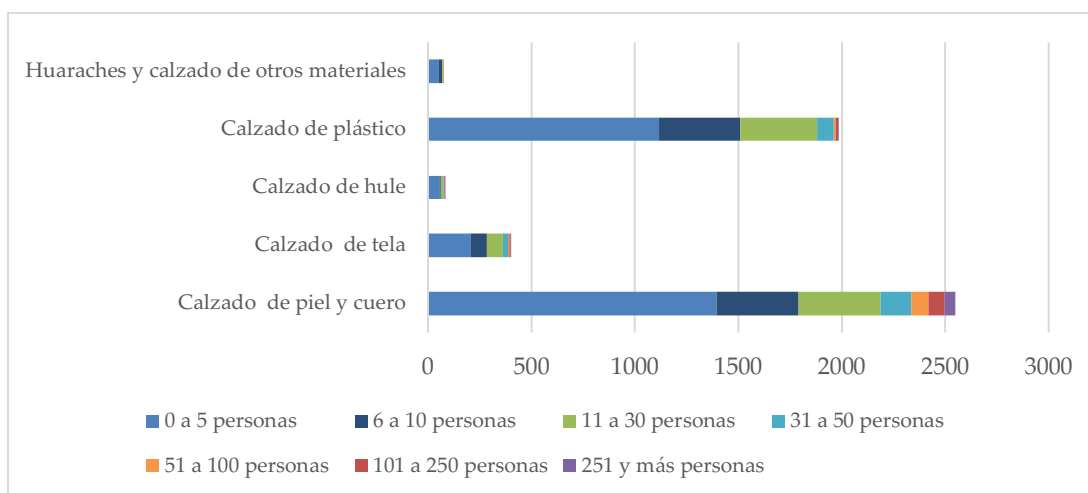
*datos hasta el tercer trimestre

Fuente: elaboración propia con datos del INEGI 2020.

No debería ignorarse esta tendencia que repercute irremediamente en el salario y producción de los artesanos, pues los datos revelan que Guanajuato, el estado que concentra la mayor parte de los establecimientos, posee más del 50% de ellos con un personal de 0 a 5 personas, es realmente pequeña la fracción que cuenta con más de 250 personas por establecimiento (véase gráfica IV-8).

Es decir, la inserción de México (y Guanajuato) en la cadena global de calzado, se da en la fase de ventas y en maquila. La inserción en ventas se verifica a través de la concentración de la IED en comercio al por menor de calzado; en el segundo caso se verifica a través de la subordinación de las unidades económicas de tipo familiar (de tamaño micro) a las grandes marcas como Flex Ldt, Converse, Skechers, Timberland, Vans, Pikolinos y Toni Pons; cuya participación no se da predominantemente a través de inversión, sino a través de relaciones contractuales que asumen la forma de maquila. Ello será abordado con más detalle en las secciones siguientes.

Gráfica IV- 8. México: distribución por tipo de establecimientos en Guanajuato 2020



Fuente: elaboración propia con datos del DENUE 2020.

4.2.4 Organización industrial

La industria de México es rudimentaria y la tecnología empleada demasiado vieja quizá, pero eso no significa que la industria *per se* lo sea, a ciencia cierta, el calzado ha cobrado mayor importancia en las últimas décadas y no solo por tratarse de un artículo de primera necesidad cuya demanda aumenta porque lo hace la población, no, se trata de la tecnología y el conocimiento empleado para cada diseño realizado que se enfoca en mejorar o facilitar las experiencias del día a día o actividades en específico. El calzado se ha dividido en tantas subcategorías que permiten a todo consumidor encontrar el par ideal para lo que buscaba, el calzado se ha convertido también en un objeto lujoso y cuyo uso nada tiene que ver con la protección de los pies, sino con el estatus.

El hecho de que la industria mexicana sea artesanal no es un punto negativo si se sabe explotar, lo hecho a mano y de piel suele añadir más valor al producto final, lo que ha pasado es que sin el apoyo y enfoque necesarios el sector no ha logrado colocarse como su potencial lo indica.

El personal ocupado en el sector ha ido disminuyendo año con año, por ello no debe hacerse caso omiso de las personas que laboran y tienen toda la vida sustentada en la fabricación y venta del calzado. El empleo en México del sector calzado era en el 2003 de 51,505 y en 2016 fue de 44,943. No debería ser así, no cuando entre los socios comerciales de México se encuentran dos de los mayores consumidores de calzado en el mundo: Estados Unidos y Japón.

Las remuneraciones en el sector no son malas en comparación con Vietnam que ha tenido escándalos en donde firmas internacionales pagan centavos de dólar por hora de trabajo; sin embargo, no significa que no puedan ser mejores, sobre todo con el correcto manejo del producto. México no debe manufacturar para las empresas advenedizas, debería impulsar la creación de nuevas marcas que agrupen a los pequeños productores y luego apoyar, porque requiere grandes inversiones, para colocar dichas marcas en mercados internacionales.

Es imperante la creación de una política industrial cuyo fin sea la integración de los artesanos, porque si lo hacen entonces podrían tener un mayor capital, automatizar procesos sin que por ello pierda la calidad artesanal y competir con el mundo.

Las remuneraciones promedio reales por persona han manifestado una tendencia al alza muy pequeña con una depresión en los años de la crisis del 2008. No obstante, se han mantenido por encima de los 8,000 pesos mensuales a partir del 2014. El máximo registrado fue de 8,683 en 2016. De los cuales, lo pagado a obreros es inferior a lo de los empleados administrativos, no por cuestiones de cantidad de empleados sino por las cifras en cada cheque.

Dussel Peters (2016) destacó características de empresas del sector calzado en Guanajuato. Se enlistan a continuación sus principales hallazgos de las entrevistas realizadas:

1. Las empresas entrevistadas fueron de capital mexicano y en mayo de 2016 tenían cerca de 10 mil empleados en su conjunto. Son de propiedad familiar, cuentan con décadas de experiencia en procesos, canales de distribución, etc., y están orientadas tanto al mercado interno como al externo, en algunos casos han enfrentado crisis domésticas desde los 80.
2. Los procesos de las empresas pueden clasificarse en dos grupos: el primero en el que clientes como Coppel envían fotos, precios y tiempos de entrega de modelos específicos, en este caso los productos tienen un ciclo de vida reducido, la producción permite mantener la fuerza de trabajo con beneficios reducidos. El segundo es el de los productos de marca propia o para minoristas extranjeros, esto permite un ciclo de vida más amplio y mayores beneficios; sin embargo, exige un entrenamiento especial de la fuerza de trabajo con especial atención en la calidad, este proceso es lento al principio.
3. Grupo Flexi es la empresa nacional más grande, subcontrata y maquila procesos especializados con otras empresas del sector (zapato de inyección) con el objetivo de reducir costos y tiempo. Cuenta con más de 3 mil tiendas propias y en 2012 inició la apertura de tiendas en Texas. Sin embargo, su principal mercado es el nacional.
4. Se tiene una idea general de que concentrarse en un solo mercado (nacional o extranjero) no es viable, se observó en algunos casos la flexibilidad de ciertas empresas de reorientar totalmente su producción doméstica a la exportación.
5. Las empresas de calzado cuentan con diversas características y no entran en un solo estrato, existen las completamente orientadas al exterior, al mercado doméstico o cuentan con una mezcla de ambos, también están las que pueden permitirse automatizar procesos y las que son intensivas en capital humano.

6. Varias empresas manifestaron el deseo de invertir en su marca, y realizan esfuerzos estableciendo un departamento de diseño y desarrollo en el que se presentan modelos y se evalúa si tiene potencial en el mercado doméstico. La comercialización se realiza mediante empresas como Sears, Price Shoes, entre otros. La creación de marca es un proceso constante en donde el descuido temporal puede causar la pérdida total de lo conseguido.
7. En las negociaciones con minoristas China y Vietnam aparecen como puntos de referencia. México cuenta como única ventaja el tiempo de entrega de 30 días desde la firma del contrato.
8. Las empresas se han encontrado con un obstáculo de tiempo que impide en ocasiones exportar, y eso es debido al lapso que le lleva al Servicio de Administración tributaria (SAT) realizar el reembolso del Impuesto al Valor Agregado (IVA).
9. Las empresas son verificadas y certificadas por sus clientes con asiduidad.
10. Las empresas manifestaron la escasez de fuerza de trabajo especializada y la competencia con la industria automotriz por esta y por los subsidios que recibe.
11. No existe financiamiento con condiciones accesibles ni privado ni estatal, por lo que es necesario autofinanciarse.

4.3 Ejercicio estadístico

El Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) es único entre las clasificaciones de actividades económicas porque fue construido con base en un marco conceptual consistente. Las unidades económicas que tienen procesos de producción o funciones de producción similares (en el contexto del SCIAN estos términos se utilizan como sinónimos) están clasificadas en la misma clase de actividad porque las categorías están delimitadas hasta donde es posible de acuerdo con las diferencias en los procesos de producción. Este concepto basado en la oferta u orientado hacia la producción fue adoptado en el SCIAN porque es el que mejor responde a la necesidad de contar con un marco de trabajo para recolectar y publicar información sobre insumos y productos, para usos estadísticos que requieren que estos datos estén disponibles de manera conjunta y sean clasificados de manera consistente.

Para la realización de los siguientes cuadros se tomaron datos del INEGI compilados con base en el SCIAN para los campos de valor agregado, número de establecimientos, personal ocupado total y materias primas nacionales, considerando el periodo 2003-2016.⁶ Para rellenar los rubros de importaciones y exportaciones tanto para la industria manufacturera como para calzado fue preciso usar información de Global Trade Atlas y empatarlos con la clasificación del SCIAN. Resultando para la clasificación 316212 del SCIAN que es de calzado textil la partida 6404, cuyo material superior es de tela; para 316211 que es el calzado de cuero se consideró la partida 6403 del Sistema Armonizado y para 316213 referente al calzado de caucho y/o plástico se tomaron los valores de las partidas 6401 y 6402. Las partidas 6405 y 6406 no se consideraron por la poca relevancia que presentaron durante el periodo de estudio que fue inferior al 1 por ciento. En la primera parte se examina la estructura y dinámica de la industria del calzado en México y los niveles de competencia con respecto a las importaciones chinas y vietnamitas. En la segunda parte se profundiza en el nivel que alcanza el desbalance comercial con ambos socios.

a) Producción nacional e importaciones vietnamitas

Del cuadro IV-8, se desprenden un grupo de tendencias relevantes:

La industria manufacturera presenta desde 2003 una situación de semi estancamiento reflejada en una tasa de crecimiento del producto de 1.6%, considerando que durante el periodo el personal ocupado creció al 0.5%, ello significa que la productividad del trabajo fue el factor que incidió sobre los ritmos del producto manufacturero.

En lo que refiere a las compras de insumos nacionales (un primer indicador de encadenamientos directos hacia atrás) crecieron por debajo del producto manufacturero, lo cual apunta a un debilitamiento en los encadenamientos hacia atrás con el mercado interno. Frente al semi estancamiento del producto y el empleo, las importaciones fueron el componente más dinámico. En su interior, ganan participación relativa las importaciones chinas, frente a las importaciones americanas, significando que las importaciones chinas han desplazado a las importaciones americanas en el mercado mexicano y a su vez, dadas las condiciones de semi estancamiento de

⁶ Las bases de datos son resultado del Proyecto Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) IA303118 titulado “El aparato productivo mexicano en los albores del siglo XXI: entre la integración comercial con Estados Unidos y China y la desintegración nacional”.

los indicadores de producción en México, también han contribuido a desplazar producción y proveeduría local.

De hecho, en un documento reciente se ha señalado que por cada aumento en un punto porcentual en las importaciones chinas (y permitiendo que el tipo de cambio varíe), la inversión fija bruta en 218 manufacturas se reduce en el largo plazo en 0.072 puntos (Ortiz Velásquez, 2019).

La industria del calzado en su conjunto mostró retrocesos en indicadores como número de establecimientos con una caída de 2.9%, en personal ocupado con una reducción de 1% y en valor agregado bruto con una caída de 0.54%. Frente a ello, las importaciones fueron el componente más dinámico.

Las compras realizadas a Estados Unidos han denotado una tendencia negativa frente a las chinas y vietnamitas que incrementan año con año, China y Vietnam han ganado mercado mexicano en productos finales, la diferencia entre lo que se importaba en el 2003 y lo que importa ahora es de casi 30 y 15 puntos, respectivamente.

Lo anterior en tanto apunta a la existencia de un efecto desplazamiento de las importaciones chinas y vietnamitas sobre las importaciones americanas y en la producción nacional de calzado. Agreguemos, China ha desplazado parcialmente a Vietnam como proveedor del mercado mexicano, pues su participación relativa en importaciones se ha elevado con mayor celeridad. Sin embargo, es claro que en calzado textil se prefieren los productos vietnamitas sobre los chinos. Efectivamente, mientras que China aventaja a Vietnam en calzado de cuero y plástico, Vietnam supera a China en calzado de tela.

Una conclusión preliminar apunta a que la producción nacional de calzado ha sido desplazada por calzado importado desde Vietnam y China. Ello en tanto ha reducido el número de establecimientos y la población ocupada en la industria del calzado mexicana.

Cuadro IV-8: México: indicadores socioeconómicos de la manufactura y la industria del calzado (2003-2016)

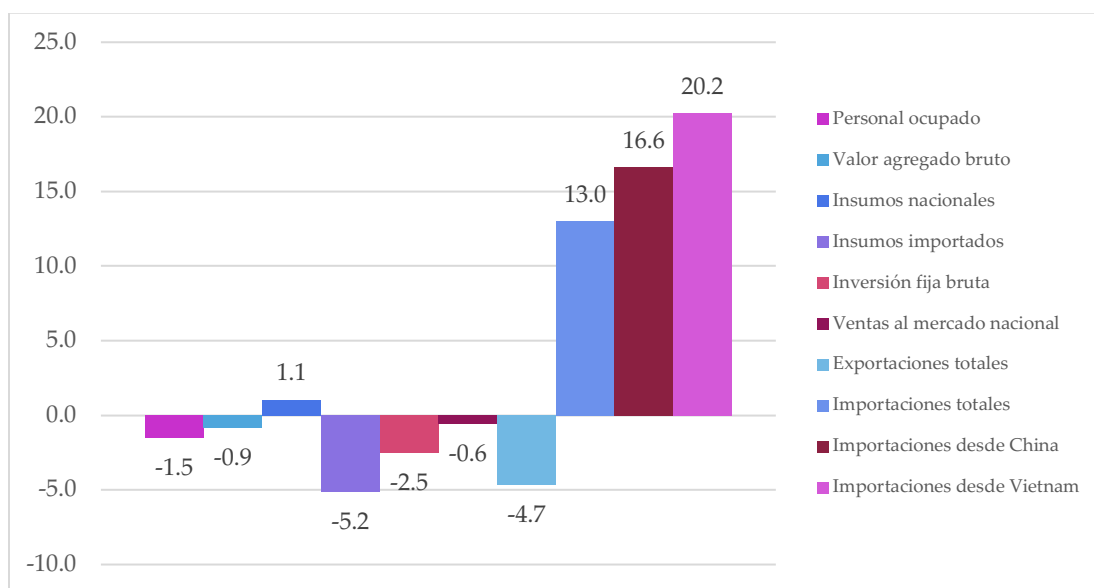
	2003	2005	2010	2012	2016	2003-2016
Valor agregado bruto* (índice 2013=100)						TPCA
Industria manufacturera	94.84	120.93	94.59	94.00	118.87	1.6
Calzado	99.76	106.48	96.70	100.02	107.54	0.5
De cuero	96.92	103.76	93.68	99.68	107.71	0.8
De tela	142.35	165.26	149.89	90.31	126.28	-0.9
De plástico	110.58	100.14	100.93	115.10	87.08	-1.7
Número de establecimientos* (índice 2013=100)						TPCA
Industria manufacturera	126.08	125.78	110.09	103.30	93.03	-2.1
Calzado	133.18	133.18	111.46	104.74	88.14	-2.9
De cuero	132.87	132.87	109.55	103.52	89.45	-2.8
De tela	128.14	128.14	110.34	103.45	89.66	-2.5
De plástico	141.47	141.47	128.00	116.00	76.00	-4.3
Personal ocupado total* (índice 2013=100)						TPCA
Industria manufacturera	102.34	101.84	92.85	97.88	109.91	0.5
Calzado	106.97	106.05	101.55	101.35	93.34	-1
De cuero	102.27	102.95	99.62	101.33	92.08	-0.7
De tela	144.88	135.14	117.48	101.43	116.71	-1.5
De plástico	130.62	118.55	110.91	101.55	89.42	-2.7
Materias primas nacionales* (índice 2013=100)						TPCA
Industria manufacturera	78.86	116.90	84.87	87.87	92.22	1.1
Calzado	111.05	117.71	113.87	98.20	104.59	-0.4
De cuero	111.50	118.12	113.35	97.90	104.79	-0.4
De tela	105.48	128.67	130.47	98.21	122.36	1.1
De plástico	109.49	102.48	106.92	102.37	86.54	-1.7
Importaciones totales** (índice 2013=100)						TPCA
Industria manufacturera	63.11	76.30	89.74	99.28	121.50	4.8
Calzado	52.72	55.84	81.39	98.62	153.81	7.9
De cuero	67.53	61.74	94.41	101.32	117.16	4
De tela	37.75	44.82	66.73	82.73	209.43	13
De plástico	53.41	61.90	83.69	113.79	130.86	6.6
Estructura porcentual de materias primas nacionales en el total de materias primas*						Diferencia
Industria manufacturera	52.33	59.24	52.92	52.09	52.61	0.3
Calzado	68.27	67.8	66.74	68.64	72.71	4.4
De cuero	69.7	68.79	67.75	69.8	73.61	3.9
De tela	62.49	64.91	63.74	64.83	73.45	11
De plástico	56.15	57.32	56.95	58.47	59.59	3.4
Estructura porcentual importaciones desde EE. UU. dentro del total de las importaciones**						Diferencia
Industria manufacturera	28.15	23.83	21.2	22.54	20.89	-7.3
Calzado	4.08	1.3	1.23	1.28	0.67	-3.4
De cuero	4.14	1.63	1.83	2.21	1.59	-2.6
De tela	6.86	1.05	0.24	0.16	0.07	-6.8
De plástico	1.76	1.16	1.39	1.31	0.87	-0.9
Estructura porcentual importaciones chinas dentro del total de las importaciones**						Diferencia
Industria manufacturera	6.22	8.8	16.68	16.8	19.66	13.44
Calzado	9.04	8.02	13.91	27.53	38.76	29.72
De cuero	5.89	10.83	18.62	27.76	26.27	20.38
De tela	25.14	4.97	9.96	30.27	39.02	13.88
De plástico	0.44	7.44	11.6	25.03	50.70	50.26
Estructura porcentual importaciones vietnamitas dentro del total de las importaciones**						Diferencia
Industria manufacturera	0.06	0.11	0.26	0.31	1.12	1.1
Calzado	17.78	36.39	43.04	34.74	32.16	14.4
De cuero	14.48	27.27	27.44	20.59	16.91	2.4
De tela	18.28	46.38	58.4	45.16	43.42	25.1
De plástico	22.01	38.22	48.57	40.06	26.70	4.7

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (*) y Global Trade Atlas (**).

Concentrando la discusión en los segmentos que integran a la industria del calzado, se tienen que el calzado de tela es el producto principal que se importa desde Vietnam, con tasas de

crecimiento del 20.2% anuales desde el 2003 (gráfica IV-10). Creciendo incluso más que las importaciones chinas. La tasa promedio de las importaciones totales ha sido de 13% durante el periodo analizado, un crecimiento que supera el de las exportaciones. El calzado textil mexicano reportó durante el periodo 2003-2016 una pérdida de 0.9% del valor agregado bruto, de nuevo, como consecuencia de las importaciones desde Asia. En este campo, Vietnam representa una amenaza parcial para China, pues ambos países manifestaron crecer en las importaciones que México hace, y es Vietnam el que se hace del mercado a un ritmo más rápido.

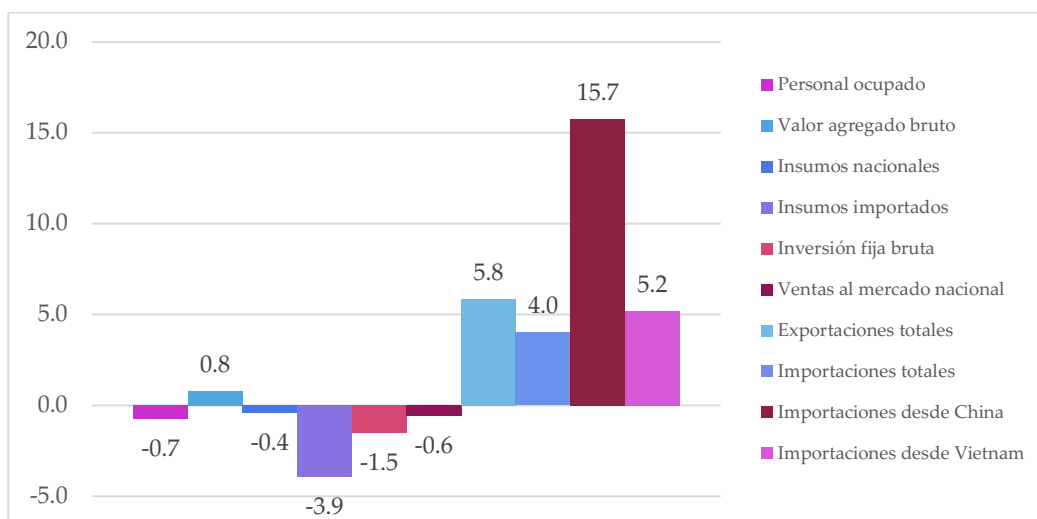
Gráfica IV-10: México: industria del calzado de tela (2003-2016) (tasas de crecimiento promedio anual)



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI y datos comerciales de Global Trade Atlas.

El calzado de cuero es el segmento que menos importaciones realiza y el único segmento que mostró variaciones positivas en el producto (gráfica IV-11). Ello no significa que el segmento se encuentre exento de riesgo, pues Vietnam además de participar en calzado de plástico y textil, ha incursionado en calzado de cuero, y mucho más baratos de lo que México podría ofertar. La tasa de crecimiento de las importaciones desde Vietnam ha sido del 5.2%, superando la tasa promedio de las importaciones totales. No obstante, las importaciones desde China se han expandido tres veces más rápido con respecto a las importaciones de Vietnam.

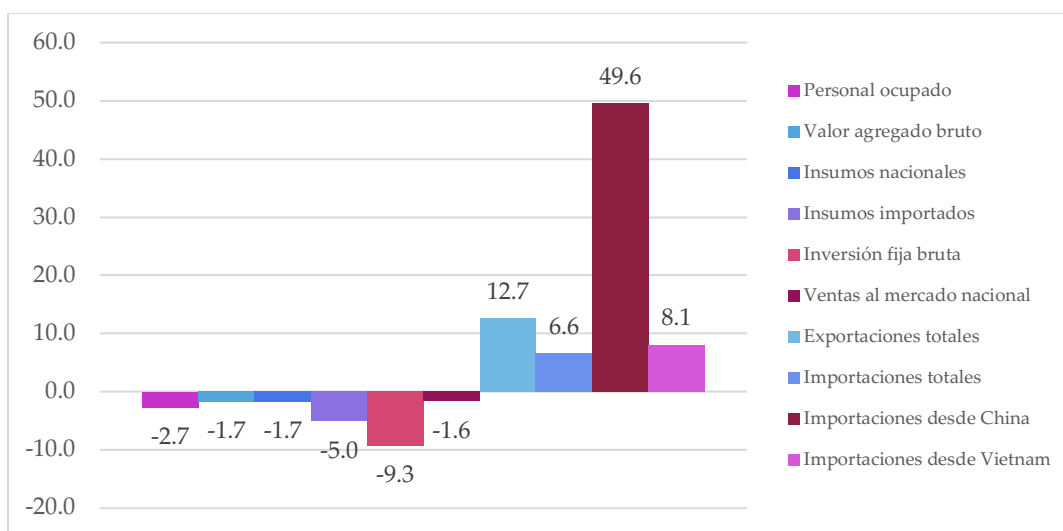
Gráfica IV-11: México: industria del calzado de cuero (2003-2016) (tasas de crecimiento promedio anual)



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI y datos comerciales de Global Trade Atlas.

El segmento de calzado de plástico ha mostrado también una muy alta tasa de crecimiento en importaciones, las importaciones desde China y Vietnam se han expandido a tasa de 49.6% y 8.1% respectivamente (gráfica IV-12). Vietnam aparece como uno de los principales proveedores de calzado de caucho y plástico para México, haciéndole sombra a China, y siendo otra vez una amenaza parcial. Este tipo de calzado presenta tasas negativas en rubros como personal ocupado, valor agregado, insumos nacionales e importados, y ventas al mercado nacional. Es de hecho, el que peor se ha desempeñado de los tres segmentos.

Gráfica IV-12: México: industria del calzado de plástico (2003-2016) (tasas de crecimiento promedio anual)



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI y datos comerciales de Global Trade Atlas.

Como a largo del periodo las importaciones crecen más de prisa que las exportaciones, ello ha determinado que el déficit comercial en la industria del calzado se multiplique por 3.8 veces. En su interior, el segmento de calzado de tela se ha multiplicado por 70.3 veces, siendo el máximo generador de déficit para la industria del calzado. Por su parte, el segmento de cuero y de plástico han elevado en 6.6 y 1.7 veces su déficit comercial.

El desplazamiento en el mercado mexicano de las importaciones americanas por las importaciones chinas y vietnamitas (discutido en la sección anterior), se ha reflejado en la conducta del balance comercial por país:

- México presenta un creciente superávit comercial con Estados Unidos en la industria del calzado, de hecho, el superávit se ha multiplicado por 1.5 veces desde 2003. El calzado de cuero explica en 2016 el 84.52% del superávit comercial y este se ha multiplicado por dos. El segundo generador de superávit es el segmento de calzado de plástico, con una participación del 10% en 2016 y es de hecho el más dinámico, pues su superávit se ha multiplicado casi 5 veces desde 2003.
- En contraste, China es el máximo generador de déficit para la industria del calzado en México, de hecho, el déficit en calzado se ha multiplicado por 10 desde 2003. El segmento de calzado de plástico es el máximo generador de déficit, con una participación relativa de 36.94% en 2016, al tiempo que el déficit se ha multiplicado por 234 veces. En segundo lugar, se encuentra el calzado de tela, con una participación en el déficit de 39.45% y un crecimiento promedio anual de 16.6% entre 2003-2016.
- Vietnam es el segundo generador de déficit para la industria mexicana del calzado, el déficit se ha multiplicado por 3.7 veces desde 2003. El segmento de calzado de tela es el máximo generador de déficit, con una participación relativa en 2016 de 54.44% y una tasa de crecimiento promedio anual de 20.2%. En segundo lugar, se encuentra el calzado de plástico con una participación relativa de 26.65% y una tasa de expansión de 8.1%.

Las tendencias anteriores son relevantes, pues permiten identificar el potencial de comercio que tiene la industria mexicana del calzado con Estados Unidos, se debe recordar que este país es el principal comprador de calzado en el mundo. A pesar de que la industria mexicana del calzado ha perdido frente a la invasiva presencia de importaciones chinas y vietnamitas, el

desplazamiento ocurre en lo fundamental en calzado de tela (de la mano de Vietnam) y de plástico (de la mano de China). Al tiempo que el segmento de calzado de cuero ha sido de los menos expuestos. Ello es relevante, pues se trata del segmento que explica más del 84% del superávit comercial que México presenta con Estados Unidos.

Cuadro IV-12: México: Balance comercial de la manufactura y el calzado

Balanza comercial						TPCA		
	2003	2005	2010	2012	2016	2003-2010	2011-2016	2003-2016
Miles de pesos								
Mundo								
Manufactura	-2,133,660.90	-2,445,798.60	-2,800,115.70	-3,045,940.00	-7,879,859.70	3.5	18	9.8
Calzado	-13,498.80	-21,446.50	-38,601.80	-38,475.30	-88,437.80	14	13.5	14.4
Calzado de cuero	3,283.90	13,516.70	4,221.50	19,614.40	19,392.40	3.2	20.3	13.5
Calzado textil	-631.5	-16,205.00	-23,504.20	-28,281.00	-73,377.70	57.2	19.1	40.4
Calzado de plástico	-16,151.20	-18,758.20	-19,319.20	-29,808.70	-34,452.40	2.3	7.7	5.6
Estados Unidos						TPCA		
Manufactura	34,592,150.00	42,425,380.00	49,209,858.50	51,678,216.60	65,348,569.10	4.5	3.9	4.6
Calzado	39,470.30	34,422.50	41,387.80	56,205.70	60,522.40	0.6	6.4	3.1
Calzado de cuero	25,418.90	32,004.50	32,981.30	47,844.60	51,151.40	3.3	6.6	5.1
Calzado textil	12,788.40	765.9	1,532.90	2,596.90	3,319.70	-23.3	16	-9.2
Calzado de plástico	1,263.00	1,652.00	6,873.60	5,764.20	6,051.20	23.6	-0.2	11.8
China						TPCA		
Manufactura	-3,376,257.40	-5,720,287.20	-12,471,286.30	-13,833,620.70	-19,990,989.00	17.7	7	13.5
Calzado	-5,210.10	-4,896.00	-12,372.50	-29,635.50	-65,144.40	11.4	25.5	19.8
Calzado de cuero	-1,484.10	-2,493.10	-6,557.30	-10,459.00	-11,459.10	20.4	7.5	15.7
Calzado textil	-3,647.10	-856.1	-2,554.80	-9,623.90	-31,404.70	-4.4	40.7	16.6
Calzado de plástico	-78.9	-1,546.90	-3,260.40	-9,552.60	-22,280.60	59.2	27.5	49.6
Vietnam						TPCA		
Manufactura	-30,496.70	-67,161.40	-185,374.00	-245,562.10	-994,430.90	25.3	29.2	28.3
Calzado	-10,246.50	-22,212.40	-38,285.50	-37,446.70	-54,069.80	17.9	6.6	12.6
Calzado de cuero	-3,647.10	-6,277.80	-9,659.60	-7,780.60	-7,389.40	12.9	-2.4	5.2
Calzado textil	-2,652.40	-7,989.90	-14,976.00	-14,359.50	-34,949.40	24.2	14.5	20.2
Calzado de plástico	-3,947.00	-7,944.80	-13,649.90	-15,306.60	-11,731.10	16.8	-1.5	8.1

Fuente: elaboración propia con datos comerciales de Global Trade Atlas.

4.5 Conclusiones del capítulo

La industria del calzado es intensiva en fuerza de trabajo, ello justifica emprender políticas específicas de fomento industrial. De los países expuestos anteriormente, Vietnam es el que ha sabido explotar mejor el potencial de la industria, y gracias a las diferencias entre el calzado vietnamita y el calzado mexicano ha logrado abrirse paso en el mercado internacional y mexicano mismo.

La raíz de lo mencionado se origina en el plan de industrialización vietnamita, pues si bien al principio se había enfocado en industrias pesadas, conforme el ensayo y error arrojaron resultados, comenzaron a modernizar otros sectores y a orientarlos a la exportación, aceptando con ello la transferencia de conocimiento mediante IED. La IED ha sido un pilar fundamental para

que la industria del calzado vietnamita creciera considerablemente y, sobre todo, pesara más en el PIB y el empleo, causando que el Estado tomara un papel activo en impulsarla. Si bien es cierto que durante el capítulo las fusiones y adquisiciones no se trataron, tampoco es que aportasen demasiado al análisis, pues mediante esta clase de inversiones destaca la transferencia de conocimiento y aumento de acervo de este, no da cuenta de la expansión que está teniendo o no un sector. México, por otro lado, no cuenta ni con inversión proveniente del extranjero ni con apoyo nacional, la inversión estatal mexicana suele concentrarse en sectores “más redituables” como lo son el automotriz o electrónico.

La mayor inversión en Vietnam se ha canalizado a las manufactureras con el deseo de ampliar producción o diversificar proveedores, en cualquier caso, le ha beneficiado al país asiático. Estudios han demostrado que gracias a la IED en Vietnam las empresas de calzado tienen un peso significativo en las exportaciones del sector, pues son las que más exportan, y entre sus características se encuentra la preferencia por hacerlo a países desarrollados como lo son EE. UU. y algunos que conforman la UE. Lo anterior se debe a que al tratarse de empresas internacionales conocen y tienen un mejor manejo de los requisitos y leyes para exportar a determinados mercados.

Por el contrario, en México la IED recibida no alcanza ni la décima parte que Vietnam y en consecuencia no obtiene todas las ventajas y conocimientos como lo hace el país asiático, así pues, la industria mexicana solo se enfoca en el mercado nacional con la que ya se está familiarizada. En México, los recursos del extranjero tienen como origen empresas dedicadas al comercio al por menor; esto significa que mientras Vietnam está consolidado como maquilador, el mercado mexicano es el destino final de las mercancías.

Vietnam ha encontrado la manera de hacer de la poca calificación de sus trabajadores una ventaja de la que México no ha podido hacerse, pues si bien cuenta con fuerza de trabajo disponible el Estado no ha hecho mucho por apoyar al sector, y la mayoría de los productores mexicanos son pequeños y avocados al mercado nacional.

México tendría que replicar ciertas estrategias vietnamitas, como lo fueron el proteccionismo, los subsidios a la exportación y los precios de garantía aplicados a ventas en el mercado exterior. Generar estímulos a las empresas privadas no solo para exportar, pues este es un paso que genera altos costos, sino para unificarse y finalmente exportar en conjunto, como una sola

empresa, y por qué no, en un futuro crear una marca. Productores mexicanos han expresado su deseo de hacerlo. De nuevo, en este último proceso, el Estado deberá propiciar las condiciones necesarias para colocarla en el mercado y que no se pierda pasados apenas unos meses.

Los productores mexicanos destacaron que entre los principales obstáculos que se han encontrado para su crecimiento está la nula financiación al sector y los largos tiempos que le toma al SAT realizar los desembolsos de IVA y que han llegado a frustrar planes para la exportación, problemas que con las debidas políticas podrían solucionarse. La poca atención que recibe este sector también se refleja en el mercado laboral, en donde tiene que competir por fuerza de trabajo especializada, dado que la mayoría pretende insertarse en sectores como el automotriz.

No obstante, entre los retos que enfrenta no solo Vietnam sino también México, se encuentran el reforzar instituciones que impidan malas condiciones de trabajo, contratos abusivos y/o salarios muy bajos. México tiene también en la lista el mejorar el ambiente para evitar que las ventas sean inferiores al valor producido.

En términos socioeconómicos, la industria del calzado no se encuentra mejor, pues durante el periodo 2003-2016 ha ostentado tasas negativas de crecimiento en insumos nacionales consumidos, en número de establecimientos, personal ocupado y valor agregado, e incluso una disminución en las materias primas que se refleja en una baja de la producción, al existir nuevos proveedores no es necesario ni posible continuar produciendo la misma cantidad que otrora si la demanda continúa en los mismos niveles. Estos nuevos proveedores tienen etiquetas chinas y vietnamitas, las segundas ganando terreno a las primeras pues crecen a tasas más altas que las chinas en rubros como el calzado textil.

Las exportaciones han incrementado a tasas del 4%; empero, conformarse con solo este indicador sería ingenuo, como se ha mencionado anteriormente, incluso si existen tasas de crecimiento de dos dígitos, cuando las cantidades reales son pequeñas toda la importancia se esfuma al caer en cuenta que realmente ese crecimiento es no tan grande. Incluso si las exportaciones mundiales crecen, las exportaciones a EE. UU. han oficiado tasas de crecimiento negativas en el calzado textil, dejando ver con ello una pérdida de mercado exterior y que, si Vietnam se hace del mismo segmento en el mercado mexicano, no es ilógico pensar que lo hace con EE. UU. El mercado externo no ha sido el único afectado, el mercado interno también ha sido invadido por productos

chinos y vietnamitas, pues aun si México no exporta a estos países nada impide que México compre sus productos.

Las importaciones son la variable que de verdad manifiesta crecimientos ingentes de los flujos de comercio principalmente con China y Vietnam, de estos el calzado de plástico y textil son en esencia los productos que más se adquieren, en cambio, las importaciones que se realizaban antes desde EE. UU. han perdido relevancia frente a las chinas y/o vietnamitas.

Los flujos de compra superan al de las exportaciones en casi todos los segmentos, esto conduce irremediablemente a una balanza negativa, en donde el calzado de plástico y sobre todo el textil son los que reportan los mayores números rojos.

Todo lo anterior apunta a un efecto desplazamiento, en donde la preferencia por bienes finales económicos extranjeros ha resultado en una situación adversa para la población ocupada en el sector del calzado, así como para el valor agregado bruto total, dichos productos extranjeros cuando son de caucho tienen etiquetas chinas y cuando son textiles las etiquetas son vietnamitas. En cuanto al comercio México-Vietnam no es posible remarcar más cuán arriesgado es abrir las fronteras para liberar el comercio con el país asiático, si desde antes figura como un exportador neto en el calzado frente a México, no es concebible acceder a la eliminación de aranceles sin contar con una industria fuerte que sea capaz de arrostrar a tal competidor.

El país asiático no necesita proteger con tanto ahínco su industria en comparación con México, pues si desde antes contaba con ventajas de precio, ahora sin aranceles su producción será más barata y, la mexicana en su territorio continuará siendo más costosa. Pese a lo anterior, la industria nacional no fue protegida como quizá necesita.

Capítulo V. Conclusiones generales

El presente trabajo sostuvo como hipótesis que las importaciones de calzado de Vietnam han contribuido a la caída de la producción y el empleo en México, ello en la medida en que estas desplazan a proveedores locales, reducen encadenamientos internos, inhibiendo su producción y empleo. Es previsible que el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT) profundice tales tendencias, ello en ausencia de mecanismos de compensación.

En la primera parte se revisó el enfoque cadenas globales de valor, como un marco analítico que permite comprender la organización de la industria mundial actual y la producción y apropiación de valor agregado. El enfoque ayuda además a comprender el desarrollo económico a partir de las estructuras industriales y tendencias a nivel internacional de los sectores. La cadena global del calzado fue tipificada como *cautiva*, debido a que son empresas internacionales quienes comercian una marca y mantienen presos a los pequeños productores de distintas nacionalidades, integrándolos a la cadena a través de procesos primitivos como la maquila. En otras palabras, debido al tamaño de dichos productores locales, es difícil que puedan acceder al mercado internacional por cuenta propia, ya que requiere grandes inversiones posicionar una marca o hacerse de renombre, por lo que el único modo que encuentran para exportar es integrándose a la cadena de valor como maquiladores.

Estudiar las cadenas existentes y las consecuencias que acarrearán en variables como el empleo y producción se vuelve vital en la elaboración de políticas nacionales que promuevan el desarrollo económico. Sin embargo, se necesitan políticas que faciliten a la industria del calzado lograr un escalamiento para ubicarse en los eslabones de diseño, inversión y/o comercialización, no solo en maquila. Entre las formas de escalamiento se encuentra la actualización de procesos, actualización de productos, productos más sofisticados (diferenciación) y/o la mejora de los encadenamientos hacia atrás, que implica usar insumos o servicios nacionales.

En el marco internacional, la producción de calzado se ha concentrado en la región asiática, tanto en 2017 y 2018, con una participación relativa del 85%, China y Vietnam son los principales exportadores de calzado. Vietnam se especializa predominantemente en calzado textil e importa principalmente partes de calzado, calzado de cuero y calzado textil, reafirmando el hecho de que

la cadena de calzado es cautiva pues es común que las empresas dominantes provean todos los insumos y diseños necesarios para la producción.

A nivel de empresa en el top 10 figuran cinco firmas americanas, una inglesa, una danesa, una alemana, una canadiense y una de Hong Kong (Deichman, Belle International, Skechers, Caleres, Wolverine Worldwide, Aldo Shoes, Clarks, Deckers, Steve Madden y Ecco), ninguna de ella vietnamita ni china (considérese que Hong Kong se toma como una entidad aparte), aun si los segmentos de producción se instalaron en China y Vietnam, su inserción se basa en lo fundamental en maquila, de baja apropiación de valor agregado. En contraste, los principales países compradores de calzado son Estados Unidos, Alemania y Francia, es decir, es una industria de pocos fabricantes y muchos compradores. Las firmas que controlan la cadena de valor y participan en segmentos de alta apropiación de valor son en esencia americanas y europeas. La perspectiva de estructura del comercio exterior permite comprender cómo a pesar de que Vietnam es el segundo exportador mundial de calzado, su inserción presenta características débiles, pues más de la mitad de las exportaciones de calzado vietnamita son responsabilidad de la empresa americana Nike.

Como se mencionó previamente, el escalonamiento puede lograrse a través de mejoras en los procesos o diferenciación de productos. Europa ha abierto diversos centros de desarrollo e innovación para mejorar el diseño del calzado y añadir características que los diferencien de sus competidores, por lo tanto, es lógico que países europeos como Portugal, Italia y/o España se interesen por esta actividad, pues en términos de valor agregado son las actividades que mayor porcentaje se apropian; en otras palabras, es mejor diseñar que manufacturar. Sin embargo, la innovación no se limita a diseño, los materiales que se emplean también se vuelven revolucionarios cuando ofrecen características poco encontradas.

El TIPAT contempla 11 países: Australia, Brunéi, Canadá, Japón, Malasia, México, Nueva Zelandia, Perú, Singapur y Vietnam, dicho tratado entró en vigor el 30 de diciembre de 2018 para México y 5 países que concluyeron los procedimientos internos (Australia, Canadá, Japón, Nueva Zelanda y Singapur), para el caso de Vietnam entró en vigor el 15 de enero de 2019, de acuerdo con la Secretaría de Economía. En los tratados siempre se busca un beneficio, ya sea comercial o político; sin embargo, es probable que para la cadena mexicana de calzado esto no aplique, pues para dicha industria las exportaciones no superan las importaciones, la balanza

comercial nacional del sector es deficitaria y ello impacta adversamente en diversos indicadores como empleo e inversión.

Pese a lo anterior, es razonable que México perteneciera a dicho tratado, no por los beneficios económicos que pudiere haber conseguido, sino por una estrategia defensiva. Estados Unidos es el principal mercado de destino de las exportaciones mexicanas, por ende, proteger su dominio era importante, sobre todo considerando que Vietnam y México podían ofrecer las mismas ventajas en cuanto a bajos costos en mano de obra y la cualidad de manufacturero que ambos ostentan. Sin embargo, una vez que EE. UU. abandonó el TIPAT, la decisión de México de quedarse implica un riesgo para la balanza comercial, pues las transacciones de todo el mercado no representan cantidades grandes y cuando lo hacen son más importaciones que exportaciones. Agreguemos, la industria del calzado quedó sin ningún tratamiento especial y los aranceles otrora del 30% se reducirán a 0 por ciento en cuestión de 13 años.

Por otro lado, al considerar a todos los países del TIPAT, las exportaciones de calzado mexicanas a los 10 países representan apenas el 5% del total de calzado exportado, pero se sustentan en Canadá, Chile, Japón y Perú, países con acuerdo previo. Ningún país de recién adición es por sí solo significativo. En la jerarquía de las importaciones mexicanas realizadas al mercado del TIPAT, Japón tuvo el primer lugar en 2018 con una participación de 38.5%, un número muy por encima del de Vietnam que fue de 9.3%; sin embargo, ese 9.3% vietnamita cobra relevancia cuando de este flujo comercial el 99.9% es de calzado en el nuevo mercado (6 países). Y las importaciones de calzado vietnamita representan el 9.5% de las importaciones de calzado que se realiza al mercado del TIPAT. Esto se torna más alarmante cuando del total importado de calzado al mundo, Vietnam cubrió el 29.6% de dicha demanda. La balanza comercial mexicana es negativa con Vietnam, basta ver que las exportaciones totales son el 0.052% y las importaciones son de 0.950% del comercio exterior mexicano.

El comercio de México con los países con los que ya tenía un acuerdo previo a TIPAT apunta a resultados diversos para la cadena del calzado:

- i. Desde 1993, las exportaciones de calzado a Canadá se multiplicaron por más de 5 veces, hasta alcanzar los 8.057 mdd en 2018. El superávit comercial pasó de 5.14 a 15.56 millones de dólares durante el mismo periodo. El segmento de calzado de cuero fue el máximo generador de superávit. Es decir, el TLCAN dinamizó el comercio de calzado de México con Canadá.

- ii. Las exportaciones de calzado a Chile aumentaron de 5 mdd en 1999 a 6.52 mdd en el 2018; el superávit comercial de la balanza del calzado en 2018 tuvo su razón de ser en las exportaciones de calzado de cuero.
- iii. Las exportaciones de calzado a Japón disminuyeron más del 50%, pasaron de 9.13 mdd en 2005 a 4.18 mdd en el 2018. El déficit comercial incrementó durante el periodo mencionado explicado en su mayoría por la importación de la partida 6406 referida a partes del calzado.
- iv. Las exportaciones de calzado a Perú aumentaron casi el triple después de la firma del tratado, pasando de 0.65 mdd en el 2012 a 2.57 mdd en 2018, esto mayormente debido al calzado de caucho. Sin embargo, existe un déficit comercial en la partida 6404 por calzado textil.

Es decir, los flujos comerciales con países con los que ya tenía un acuerdo no han sido exactamente provechosos, por el contrario, pareciese que conforme más tratados se suman al portafolio, México pierde capacidad productiva. Probablemente derivado de la exposición sin preparación previa de la industria. Para México presentarse en el TIPAT teniendo a Vietnam como competidor para esta industria y no protegerla, no tiene una lógica comercial.

La experiencia mexicana sirve para ilustrar que tener una colección de tratados no basta para decir que la dinámica del comercio exterior es buena, el firmar muchos acuerdos no conlleva *per se* una mejora en la balanza comercial o en la competitividad de las empresas nacionales.

Los tratados comerciales no solo se enfocan en el flujo de bienes, sino también en el movimiento de capitales y, en este sentido, tampoco ha habido mucha actividad entre México y los países con los que previamente tenía acuerdo antes del TIPAT. En cambio, la industria del calzado en Vietnam es receptáculo de inversión pública y privada extranjera, todo lo cual impactó en el crecimiento de su PIB y en un aumento de la participación relativa del PIB de la industria del calzado en el PIB global (8%). En contraste, la industria del calzado en México presenta bajos niveles de inversión privada y escaso apoyo estatal, no tiene ni siquiera políticas que le ayuden a enfrentar lo que significa competir con Vietnam no solo en el mercado mundial, sino también en el local.

La mayor inversión foránea en Vietnam se localiza en las manufactureras, con el deseo de ampliar su producción o diversificar proveedores, estudios han demostrado que las empresas con IED son las que más exportan; durante el periodo 2016-2018, el sector manufacturero recibió el 57% del total de la IED, y entre el primer y segundo lugar la brecha es considerable, pues

mientras la manufactura se acercó al 60%, el sector inmobiliario recibió el 17 por ciento. Del total de la inversión recibida en el mismo periodo, el principal responsable ha sido Corea del Sur con un aporte de 18.3%, seguida por Japón con 16.8% y finalmente por Singapur con 13.7 por ciento. En el caso mexicano, se observa que la IED se focaliza en comercio al por menor de calzado maquilado fundamentalmente en China y Vietnam, mientras que en Vietnam la IED se dirige a la manufactura para la exportación. Durante el periodo 2003-2018, México no recibió ni la décima parte de IED que Vietnam; la IED recibida provino en su mayoría de Singapur, seguida por Estados Unidos y en un 67% fue de empresas dedicadas a las ventas al por menor, las empresas manufactureras contribuyeron con un 39% y firmas relacionadas a las ventas y mercadotecnia tan solo un 3 por ciento.

La inserción de México (y Guanajuato) en la cadena global de calzado, se da en la fase de ventas y en maquila. La inserción en ventas se verifica a través de la concentración de la IED en comercio al por menor de calzado; en el segundo caso se verifica a través de la subordinación de las unidades económicas de tipo familiar (de tamaño micro) a las grandes marcas como Flex Ldt, Converse, Skechers, Timberland, Vans, Pikolinos y Toni Pons; cuya participación no se da predominantemente a través de inversión, sino a través de relaciones contractuales que asumen la forma de maquila. Un estudio reciente (Dussel Peters, 2016), documentó las problemáticas que enfrentan las empresas del calzado en León, Guanajuato. *Grosso modo*, son de propiedad familiar, cuentan con décadas de experiencia en procesos, canales de distribución, etc., y están orientadas tanto al mercado interno como al externo, en algunos casos han enfrentado crisis domésticas desde los 80, destaca la capacidad de algunas de reorganización y reorientar su producción del mercado nacional al externo, buena parte son maquiladoras. México cuenta como única ventaja el tiempo de entrega de 30 días desde la firma del contrato.

Como se ha discutido, la balanza comercial del calzado en México acumula déficits en diversos tipos de calzado. China es el máximo generador, de hecho, el déficit se ha multiplicado por 10 desde 2003. El segmento de calzado de plástico es el que explica en su mayoría los números rojos, con una participación relativa de 36.94% en 2016, al tiempo que el déficit se ha multiplicado por 234 veces. En segundo lugar, se encuentra el calzado de tela, con una participación en el déficit de 39.45%. Vietnam es el segundo generador de déficit para la industria mexicana del calzado, el déficit se ha multiplicado por 3.7 veces desde 2003. El segmento de calzado de tela es el

máximo responsable con una participación relativa en 2016 de 54.44%. En segundo lugar, se encuentra el calzado de plástico con una participación relativa de 26.65%.

Lo anterior significa la existencia de un efecto desplazamiento de las importaciones chinas y vietnamitas sobre las importaciones americanas y, sobre la producción nacional de calzado. En otras palabras, la producción nacional de calzado ha sido desplazada por calzado importado desde Vietnam y China. Ello en tanto ha reducido el número de establecimientos y la población ocupada en la industria del calzado mexicana. Nuestros resultados a nivel estadístico son coherentes con otros esfuerzos recientes. Efectivamente, con base en la matriz insumo-producto de México para 2000-2014, la elasticidad de la manufactura de textiles, confección y productos de cuero es de -2.85, esto implica que por cada aumento del 1% de las importaciones mexicanas, la población ocupada disminuye en 2.85 por ciento (Dussel y Armony, 2017). También se ha encontrado que ante un aumento en las importaciones mexicanas del 19.19%, el empleo en las ramas mencionadas disminuye en 54.6 por ciento Ciuriak, Xiao y Dadkhah (2017). Por su parte, un aumento en un 10% en las importaciones, reduce en 1.14 puntos la inversión fija bruta en las manufacturas orientadas al mercado nacional como el calzado (Ortiz Velasquez, 2019).

Por otro lado, México presenta un creciente superávit comercial con Estados Unidos en la industria del calzado, de hecho, el superávit se ha multiplicado por 1.5 veces desde 2003. El calzado de cuero explica en 2016 el 84.52% del superávit comercial, estas tendencias son relevantes, pues permiten identificar el potencial de comercio que tiene la industria mexicana del calzado con Estados Unidos, se debe recordar que este país es el principal comprador de calzado en el mundo.

A pesar de que la industria mexicana del calzado ha perdido frente a la invasiva presencia de importaciones chinas y vietnamitas, el desplazamiento en producción e insumos nacionales, ocurre en lo fundamental en calzado de tela (de la mano de Vietnam) y de plástico (de la mano de China). Al tiempo que el segmento de calzado de cuero ha sido de los menos expuestos. Ello es importante, pues se trata del segmento que explica más del 84% del superávit comercial que México presenta con Estados Unidos.

La industria mexicana es rudimentaria en cuanto a fabricación refiere, y de pequeños productores, por lo que inversiones para mejorar diseño e innovar en materiales son costos que no pueden enfrentar. Una solución a esto es financiación estatal o subsidios, o bien la unificación

de los productores para que en conjunto creen nuevas técnicas y procesos, no son actividades sencillas que no exijan una ingente inversión; no obstante, con apoyo estatal y financiación pueden ser posibles.

En cuanto al comercio México-Vietnam no es posible remarcar más cuán arriesgado es abrir las fronteras para liberar el comercio con el país asiático, si desde antes figura como un exportador neto en el calzado frente a México, no es concebible acceder a la eliminación de aranceles sin contar con una industria fuerte que sea capaz de arrostrar con tal competidor.

El calzado podría aportar al PIB nacional con al menos un dígito, para ello precisa de apoyos como inversión estatal, reducciones de impuestos o políticas integradoras que permitan a los productores enfrentar obstáculos financieros para exportar. Europa exporta cantidades nada despreciables por este rubro, y no por cuestiones de cantidad, sino por calidad, sus productos son de piel y cuero, son artesanos.

El sector mexicano también trabaja con los mismos rubros, tiene el potencial de exportar y proveer a muchos más países de los que ya lo hace, puede, asimismo, apropiarse de altas porciones de valor agregado.

Con base en esta investigación, se observa que los mercados con mayor potencial para las exportaciones mexicanas son el de Estados Unidos y Japón, ambos destacables consumidores de calzado a nivel mundial. México cuenta con tratados con ambos países, por lo que resulta interesante cuestionarse las razones por las que no ha logrado insertarse en el mercado japonés, así mismo, desvelar con certeza las necesidades de los productores mexicanos para la exportación a países con altas demandas de calzado de cuero.

Bibliografía

1. “Generar energía al caminar como alternativa para recargar baterías” Consulta en línea: <https://www.ingenieria.es/energia-caminar-recargar-baterias/>
2. Adidas. “Materials” Consulta en línea: <https://www.adidas-group.com/en/sustainability/products/materials/#/pfc/unsers-ansatz-zur-bekampfung-der-verschmutzung-durch-mikrofasern/>
3. Brasave Kunhardt, Jorge (2016). “Multinacionales Mexicanas. Surgimiento y evolución” Siglo XXI editores, Instituto de Investigaciones Económicas UNAM, pp. 48-58, 140-153
4. BUCHANAN, F. R., TARIQ ANWAR, S., & XIJIAN TRAN, T. (2013). Spotlight on an Emerging Market: Assessing the Footwear and Apparel Industries in Vietnam. *Global Business & Organizational Excellence*, 32(2), 38–51. <https://doi-org.db16.lincweb.org/10.1002/joe.21471>
5. Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques. “Ficha País Vietnam”. Abril 2020, disponible en: https://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/docs/F_Vietnam.pdf
6. Dussel Peters, E. . (2018). Cadenas globales de valor. Metodología, contenidos e implicaciones para el caso de la atracción de inversión extranjera directa desde una perspectiva regional. En *Cadenas Globales de Valor Metodología, teoría y debates* (45-66). México: CECHIMEX
7. Dussel y Ortiz Velasquez (2016). “Efectos del TPP en la cadena de valor del calzado en México”. UNAM. Disponible en: https://dusselpeters.com/CECHIMEX/cicég_cechimex_calzado2016.pdf
8. Dussel, E. (2001). Un análisis de la competitividad de las exportaciones de prendas de vestir de Centroamérica utilizando los programas y la metodología CAN y MAGIC. México: CEPAL
9. Dussel, E. (2018) “Análisis sobre el Acuerdo Integral y Progresivo de la Asociación Transpacífico y su potencial efecto en la cadena de calzado” abril 17 2018. Consulta en línea, disponible en: <https://dusselpeters.com/129.pdf>

10. fDi Markets. "Inversión Extranjera Directa". fDi Markets. noviembre 18 2018, De IED Calzado México Base de datos disponible en: <https://app.fdimarkets.com/markets/index.cfm>
11. Fernández-Stark, Gereffi (2016). "Global Value Chain Analysis: A primer, 2nd edition" Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/305719326_Global_Value_Chain_Analysis_A_Primer_2nd_Edition
12. General Statistics Office of Viet Nam. Base de datos, en línea. Disponible en: <https://www.gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=217>
13. Gereffi, Gary (2001). "Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización." En, Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía, pp. 9-37. Disponible en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/pde/article/view/7389/6884>
14. Gereffi, Gary (2005). "The Governance of Global Value Chain" Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/200465546_The_Governance_of_Global_Value_Chain
15. Gereffi, Gary (2018). "Políticas de desarrollo productivo y escalamiento: la necesidad de vincular empresas, agrupamientos y cadenas de valor". En, Enrique Dussel Peters (coordinador) Cadenas Globales de Valor, pp. 14-44. Disponible en: <http://www.dusselpeters.com/127.pdf>
16. Gereffi, Gary (2019). "Global value chains and international development policy: Bringing firms, networks and policy-engaged scholarship back in" Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/334493306_Global_value_chains_and_international_development_policy_Bringing_firms_networks_and_policy-engaged_scholarship_back_in
17. Gore-Tex. "¿Qué es Gore-Tex?" Consulta en línea: <https://www.gore-tex.es/tecnolog%C3%ADa/qu%C3%A9-es-gore-tex>
18. INEGI. Banco de Información Económica, en línea. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>
19. INEGI. Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. En línea, disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>

20. Moda es, (2019). “El Mapa de la Moda 2019” Consulta en línea: <https://www.modaes.com/back-stage/el-mapa-de-la-moda-2019-vi-los-ganadores-del-calzado-es.html>
21. OCDE. 2008. “Capítulo 1. Introducción”. En, OCDE Definición Marco de Inversión Extranjera Directa cuarta edición. OCDE, pp. 8-14.
22. Oficina Económica y Comercial de España en Ottawa (2018). Informe económico y comercial de Canadá. Diciembre 2019. Disponible en: http://www.iberglobal.com/files/2018/canada_iec.pdf
23. Procolombia (2016). “Calzado en cuero que se adapte a las estaciones son demandados en Canadá”. Diciembre de 2019. Disponible en: <https://procolombia.co/actualidad-internacional/calzado-y-sus-insumos/calzado-en-cuero-que-se-adapte-las-estaciones-son-demandados-en-canada>
24. Rossiter, J. “La robótica, los materiales inteligentes, y su impacto futuro para la humanidad” en “El próximo paso. Vida exponencial”, 2016. Pp. 27-44, BBVA OpenMind. Consulta en línea: <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2017/01/BBVA-OpenMind-libro-El-proximo-paso-vida-exponencia11.pdf>
25. Ruíz Durán, Clemente (2018). “Reflexiones para contribuir al rediseño estratégico de la región sur-sureste con base en cadenas globales de valor (cgv)” En Cadenas Globales de Valor, pp. 167-190. Disponible en: <http://www.dusselpeters.com/127.pdf>
26. Santander Trade. “Canada: llegar al consumidor” Diciembre 2019. Disponible en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/canada/llegar-al-consumidor>
27. Santander Trade. “Chile: llegar al consumidor” Diciembre 2019. Disponible en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/chile/llegar-al-consumidor>
28. Santander Trade. “Japon: llegar al consumidor” Diciembre 2019. Disponible en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/japon/llegar-al-consumidor>
29. Secretaría de Economía. La industria del Calzado de México. En línea, disponible en: <https://www.gob.mx/se/articulos/la-industria-del-calzado-en-mexico>
30. SICE. Acuerdo de Asociación Económica México-Japón, disponible en: sice.oas.org

31. SICE. Tratado de Integración Progresista de Asociación Transpacífico, disponible en: sice.oas.org
32. SICE. Tratado de Libre Comercio Chile-México, disponible en: sice.oas.org
33. SICE. Tratado de Libre Comercio de América del Norte, disponible en: sice.oas.org
34. SICE. Tratado Integral Comercial México-Perú, disponible en: sice.oas.org
35. Statistics Boreau of Japan. (2018). Japan Statistical Yearbook 2020. Diciembre 2019, De Statistics Boreau of Japan. Disponible en: <http://www.stat.go.jp/english/data/nenkan/index.html>
36. Statistics Canada. (Históricas). Base de Datos. Diciembre 2019, De Statistics Canada Base de datos. Disponible en: <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/cv.action?pid=1110022401>
37. Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación. Consulta en línea, disponible en: <http://www.siicex-caaarem.org.mx>
38. Vuong, Q.-H., Vu, T.-H., Doan, Q.-H., & Ho, M.-T. (2019). Determinants of Vietnamese footwear exporting firms' market selection: A multinomial logistic analysis of panel data. *Heliyon*, 5(10). <https://doi-org.db16.linccweb.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02582>
39. WITS. Base de datos. Consulta en línea: <https://wits.worldbank.org>
40. World Footwear. "European industry working towards sustainability", September 26, 2019. Consulta en línea: <https://www.worldfootwear.com/news/european-industry-working-towards-sustainability/4155.html>
41. World Footwear. "Famest a new generation of products", January 29, 2019. Consulta en línea: <https://www.worldfootwear.com/news/famest-a-new-generation-of-products/3598.html>
42. World Footwear. "Portuguese footwear strengthens digital focus", January 23, 2019. Consulta en línea: <https://www.worldfootwear.com/news/portuguese-footwear-strengthens-digital-focus/3597.html>
43. World Footwear. "Technology to cut down on defects", September 14, 2019. Consulta en línea: <https://www.worldfootwear.com/news/technology-to-cut-down-on-defects/3350.html>

44. World Footwear. "The importance of design in sustainable footwear", January 14, 2019. Consulta en línea: <https://www.worldfootwear.com/news/the-importance-of-design-in-sustainable-footwear/3918.html>
45. World Footwear. "The rise of the digital in the footwear industry – part 2", September 11, 2018. Consulta en línea: <https://www.worldfootwear.com/news/the-rise-of-the-digital-in-the-footwear-industry-part-2/3315.html>
46. World Footwear. Snapshot World Footwear Yearbook 2014. Consulta en línea: <https://www.worldfootwear.com/>
47. World Footwear. Snapshot World Footwear Yearbook 2015. Consulta en línea: <https://www.worldfootwear.com/>
48. World Footwear. Snapshot World Footwear Yearbook 2016. Consulta en línea: <https://www.worldfootwear.com/>
49. World Footwear. Snapshot World Footwear Yearbook 2017. Consulta en línea: <https://www.worldfootwear.com/>

Anexos capítulo IV

Tabla IVA-1. IED acumulada 2016-2018 por sector en Vietnam

	Proyectos	Millones de dólares	Participación en el capital total
TOTAL	27454	340849.9	100%
Manufactura	13306	195911.4	57.48%
Inmobiliario	760	57933.4	17.00%
Electricidad, gas y aire acondicionado	119	23092.8	6.78%
Hotelería y comida	734	12025.6	3.53%
Construcción	1593	10091.1	2.96%
Comercio mayorista y minorista; reparación de vehículos y motocicletas	3535	6836.8	2.01%
Transporte y almacenaje	740	4962.5	1.46%
Minería y canteras	108	4903.8	1.44%
Educación y formación	458	4340.9	1.27%
Información y comunicación	1884	3603.6	1.06%
Agricultura, silvicultura y pesca	491	3455.7	1.01%
Artes, entretenimiento y recreación	133	3420	1.00%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	2795	3305.5	0.97%
Agua, alcantarillado, gestión de residuos y mantenimiento	70	2658.7	0.78%
Actividades de salud humana y trabajo social	142	1970.9	0.58%
Servicios administrativos y de apoyo	386	970.2	0.28%
Otras actividades de servicio	142	723.1	0.21%
Financiero, bancario y seguros	58	643.9	0.19%

Fuente: elaboración propia con datos de General Statistics Office of Viet Nam 2020.

Tabla IVA-2. Participación por sector de destino de la inversión constante de Vietnam a precios del 2010

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Transporte y almacenamiento	17.83%	18.09%	17.54%	15.42%	16.04%	20.47%	22.06%	18.85%	18.92%	19.53%
Electricidad, gas y aire acondicionado	16.06%	15.01%	14.36%	13.51%	12.83%	13.18%	13.98%	15.46%	14.76%	14.95%
Partido Comunista, sociopolíticas	8.53%	7.95%	8.64%	7.55%	7.21%	9.71%	8.78%	8.62%	8.53%	8.44%
Manufactura	8.97%	9.52%	9.82%	12.15%	10.58%	7.10%	7.00%	7.48%	7.73%	7.87%
Educación y formación	3.63%	3.95%	4.09%	5.29%	5.62%	7.18%	6.75%	7.01%	7.18%	7.69%
Agricultura, silvicultura y pesca	6.04%	5.86%	5.71%	5.43%	6.74%	6.32%	6.38%	7.34%	7.42%	7.58%
Construcción	4.47%	5.14%	5.28%	5.78%	8.16%	6.34%	6.25%	6.06%	6.12%	6.57%
Actividades de salud humana y trabajo social	2.76%	2.70%	2.87%	2.79%	3.40%	4.02%	3.99%	5.26%	5.26%	5.17%
Agua, alcantarillado, gestión de residuos y mantenimiento	3.88%	3.86%	3.67%	3.22%	3.49%	4.24%	4.05%	3.95%	4.32%	4.21%
Minería y cantera	6.66%	6.51%	6.09%	6.09%	6.08%	5.30%	4.28%	4.18%	3.77%	3.53%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.87%	1.90%	2.07%	2.02%	1.68%	3.53%	3.03%	3.01%	3.15%	2.91%
Información y comunicaciones	5.57%	5.60%	5.35%	5.37%	4.07%	3.06%	2.58%	2.50%	2.47%	2.25%
Inmobiliario	2.02%	2.17%	2.51%	2.79%	3.11%	1.61%	2.26%	2.30%	2.35%	2.11%
Artes, entretenimiento y recreación	2.49%	2.42%	2.61%	2.11%	1.75%	2.43%	2.01%	2.17%	2.28%	2.08%
Comercio mayorista y minorista; reparación de vehículos y motocicletas	2.12%	2.39%	2.45%	3.23%	2.57%	1.42%	2.15%	1.70%	1.82%	1.52%
Financiero, bancario y seguros	1.44%	1.49%	1.71%	1.87%	1.55%	1.81%	1.90%	1.80%	1.50%	1.32%
Otras actividades	2.76%	2.49%	2.32%	2.37%	2.46%	1.06%	1.30%	1.09%	1.10%	1.17%
Hotelería y comida	1.28%	1.22%	1.34%	1.57%	1.49%	0.70%	0.80%	0.80%	0.86%	0.74%
Servicios administrativos y de apoyo	1.63%	1.73%	1.57%	1.43%	1.17%	0.51%	0.45%	0.42%	0.46%	0.34%

Fuente: elaboración propia con datos de General Statistics Office of Viet Nam 2020.

Tabla IVA-3. Tipo de establecimientos por entidad federativa en México 2020

Entidad Federativa	Calzado de piel y cuero	Calzado de tela	Calzado de hule	Calzado de plástico	Huaraches y otros materiales	Total general
Aguascalientes	8	2	1		3	14
Baja California	7			1	1	9
Baja California Sur					1	1
Campeche	2	1				3
Chiapas	31	3	1	22	39	96
Chihuahua	51			2	2	55
Ciudad De México	76	30	2	71	4	183
Coahuila De Zaragoza	13					13
Colima	1		1	2	23	27
Durango	6				1	7
Guanajuato	2549	403	81	1987	76	5096
Guerrero	13	5		6	155	179
Hidalgo	22	7	1	4	25	59
Jalisco	287	49	20	237	118	711
México	284	41	2	67	15	409
Michoacán De Ocampo	102	9		12	873	996
Morelos	11	2	1	15	63	92
Nayarit	2	1			41	44
Nuevo León	16	3		9		28
Oaxaca	11	2	2	11	206	232
Puebla	33	23	1	122	220	399
Querétaro	7	2	2	1	1	13
Quintana Roo	1	1			1	3
San Luis Potosí	7	2			16	25
Sinaloa	2			2	32	36
Sonora	39				3	42
Tabasco	6	2		1	2	11
Tamaulipas	8			2		10
Tlaxcala	10	18		9	1	38
Veracruz De Ignacio De La Llave	412	7	3	12	12	446
Yucatán	41	12	10	269	40	372
Zacatecas	9	1			14	24
Total General	4067	626	128	2864	1988	9673

Fuente: elaboración propia con datos del DENUE 2020.

Tabla IVA-4. Tipo de establecimientos por entidad federativa en México 2020

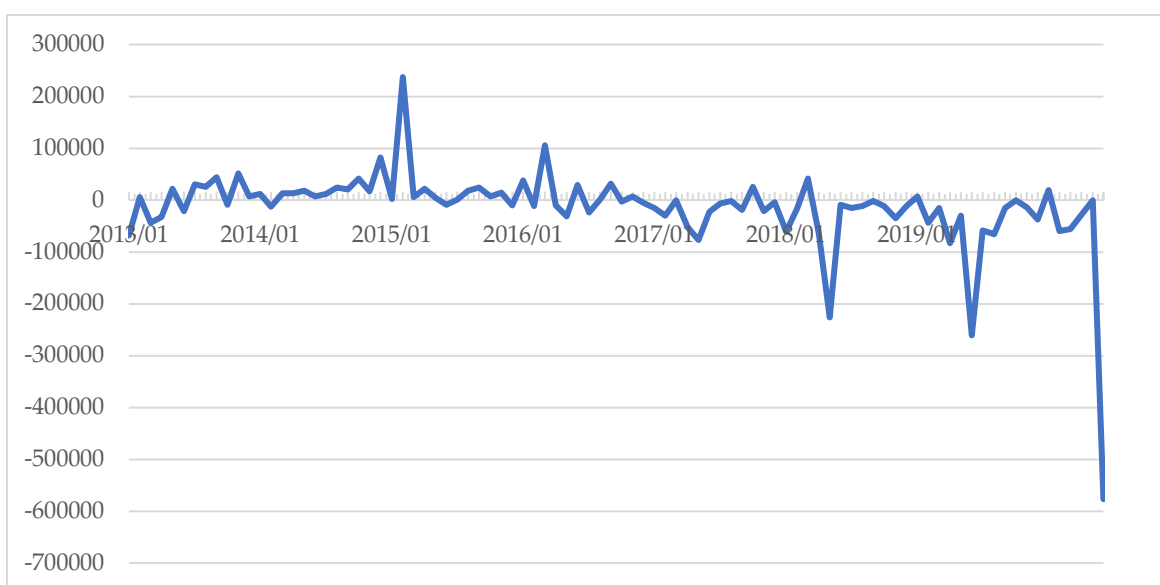
Entidad	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	a	b	a	b	a	b	a	b	a	b	a	b
Guanajuato	4.53%	0.17%	3.51%	0.17%	2.95%	0.18%	2.42%	0.16%	2.47%	0.16%	2.42%	0.16%
Coahuila	0.28%	0.03%	0.24%	0.02%	0.23%	0.02%	0.20%	0.02%	0.22%	0.02%	0.26%	0.03%
Chihuahua	0.53%	0.07%	0.46%	0.06%	0.50%	0.06%	0.45%	0.06%	0.22%	0.03%	0.12%	0.02%
Baja California	0.06%	0.01%	0.06%	0.01%	0.05%	0.01%	0.06%	0.01%	0.07%	0.01%	0.07%	0.01%
Veracruz	0.27%	0.01%	0.30%	0.01%	0.43%	0.01%	0.54%	0.01%	0.42%	0.01%	0.36%	0.01%
Jalisco	0.07%	0.00%	0.10%	0.01%	0.14%	0.01%	0.13%	0.01%	0.06%	0.00%	0.07%	0.00%
Ciudad de México	0.08%	0.00%	0.11%	0.00%	0.09%	0.00%	0.04%	0.00%	0.19%	0.00%	0.13%	0.00%
Nuevo León	0.01%	0.00%	0.01%	0.00%	0.01%	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.00%
México	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.02%	0.00%	0.03%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.00%
Yucatán	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.06%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.02%	0.00%

Fuente: elaboración propia con datos del DENUE 2020.

De la tabla anterior:

1. a: participación de las exportaciones de calzado dentro de las exportaciones totales del estado en referencia.
2. b: participación de las exportaciones de calzado dentro de las exportaciones totales de México.

Gráfica IVA- 1. Valor apropiado: valor de ventas-valor de producción 2013-2019



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI 2020.

Tabla IVA- 4. Vietnam: Productividad de la población empleada en cada industria (histórico)

	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TOTAL	21.4	25.3	32	37.9	44	55.2	63.1	68.7	74.7	79.4	84.5	93.2	102.2
Manufactura	34.2	42.7	50.1	51.3	42	53.2	60.7	65.8	70	71	72.4	82.4	91.2

*PIB promedio a precios corrientes por población ocupada a los 15 años de edad o más. De los cuales, el valor agregado de las actividades económicas se calcula a precio básico

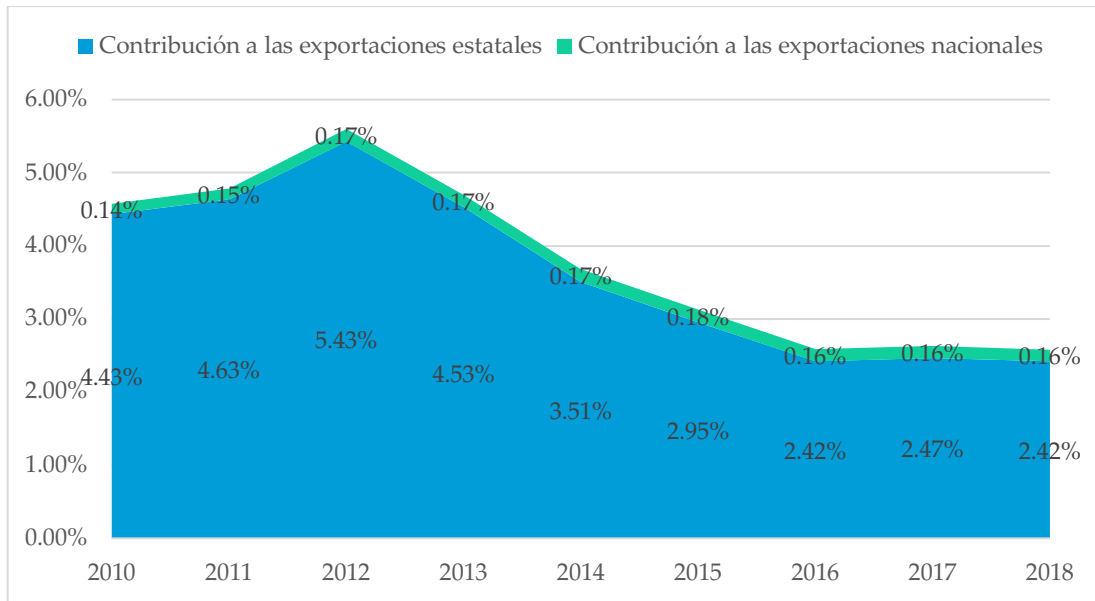
Fuente: elaboración propia con datos de General Statistics Office of Viet Nam 2020.

Tabla IVA- 5. Vietnam: población ocupada anual de 15 años o más por empleador 2000-2018

		Total	Estado	Privadas	IED
Total (miles de personas)	2000	37075.3	4358.2	32358.6	358.5
	2001	38180.1	4474.4	33356.6	349.1
	2002	39275.9	4633.5	34216.5	425.9
	2003	40403.9	4919.1	34731.5	753.3
	2004	41578.8	5031	35633	914.8
	2005	42774.9	4967.4	36694.7	1113
	2006	43980.3	4916	37742.3	1322
	2007	45208	4988.4	38657.4	1562
	2008	46460.8	5059.3	39707.1	1694
	2009	47743.6	5040.6	41178.4	1525
	2010	49048.5	5017.4	42304.6	1727
	2011	50352	5005.4	43256.1	2091
	2012	51422.4	4991.4	44192.9	2238
	2013	52207.8	4966.4	44737.5	2504
	2014	52744.5	4866.8	45025.1	2853
	2015	52840	4786.3	44902.9	3151
	2016	53302.8	4698.6	45016.1	3588
	2017	53703.4	4595	44901	4207
	2018	54249.4	4523.1	45187.9	4538

Fuente: elaboración propia con datos de General Statistics Office of Viet Nam 2020.

Gráfica IVA- 2. México: Contribución del calzado exportado de Guanajuato a las exportaciones estatales y nacionales (histórico) (estructura porcentual)



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI.