

20461



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLAN**

**EL MERCADO DE CONSUMIDORES DE
ORIGEN MEXICANO EN CHICAGO:
PROPUESTA PARA CREAR UN SISTEMA
INTEGRAL DE PROMOCION DE
EXPORTACIONES**

**TESIS PROFESIONAL QUE PARA OBTENER EL
TITULO DE MAESTRO EN ESTUDIOS
MEXICO-ESTADOS UNIDOS
PRESENTA
ANGEL ANTONIO ROGERIO CADENA**

MEXICO, D.F.

2004



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.

INDICE

Presentación	7
Objetivo	8
Desarrollo de la tesis	9
Sumario ejecutivo	9
Capítulo 1	
Comercio exterior México-Estados Unidos 1985-2002	13
1.1. Antecedentes	13
1.2. Comercio exterior México-Estados Unidos antes de la firma del TLC 1985-1993	17
1.3. Negociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte	18
1.3.1. Voto sobre el TLC de la delegación congresista de Illinois	21
1.3.2. Singularidad del TLC	22
1.3.3. Pronósticos del impacto del TLC en Estados Unidos	24
1.4. Comercio exterior México-Estados Unidos después de la firma del TLC 1994-2002	26
1.4.1. Principales productos en el comercio exterior México-Estados Unidos por clasificación arancelaria	28
1.4.2. Exportaciones de Estados Unidos a México	28
1.4.3. Exportaciones de México a Estados Unidos	30
1.4.4. Importancia comercial relativa del comercio bilateral México-Estados Unidos	33
1.5. Expansión y crisis en Estados Unidos, algunos efectos, 1990-2000	34
1.5.1. Década de los años 1990	35
1.5.2. Panorama reciente 2000-2003	37
1.5.2.1. Recesión económica y comercio exterior	41
1.5.2.2. Principales impactos de la recesión y de la disminución comercial	42

Capítulo 2

Comercio exterior México-Illinois 1985-2002	44
2.1. Perfil del estado de Illinois y zona metropolitana de Chicago	44
2.1.1. Actividad económica	44
2.2. Exportaciones totales de Illinois	46
2.2.1. Principales exportaciones de Illinois	48
2.3. Exportaciones de Illinois a México antes del TLC	50
2.3.1. Análisis sectorial de las principales exportaciones de Illinois a México	52
2.3.1.1. Maquinaria industrial y computadoras	52
2.3.1.2. Equipo de transporte	53
2.3.1.3. Equipo eléctrico y electrónico	53
2.3.1.4. Productos de metales primarios	53
2.3.1.5. Químicos	54
2.3.1.6. Productos agrícolas	54
2.3.1.7. Servicios	54
2.3.2. Empresas de Illinois con operaciones en México	55
2.4. Exportaciones de Illinois a México después del TLC	58
2.5. Impacto en la creación de empleos y salarios en Estados Unidos	60
2.5.1. Empleos en Illinois	62
2.5.2. Comparación de empleo Estados Unidos vs. Illinois	65
2.5.3. Empleos dependientes del comercio exterior en Illinois	68
2.5.4. Salarios	68
2.6. Estimaciones de las exportaciones de México a Illinois	70

Capítulo 3

El mercado de consumidores de origen mexicano en Chicago: tamaño y características	72
3.1. Población hispana en Estados Unidos	72
3.1.1. Población hispana en Illinois	76
3.2. Migración mexicana a Estados Unidos	77
3.2.1. Factores que provocan la migración de mexicanos a Estados Unidos	78
3.2.2. Breve historia de la migración de mexicanos a Estados Unidos	79
3.2.3. Características de los migrantes mexicanos	82
3.2.4. Impacto de los migrantes mexicanos en el mercado laboral de Estados Unidos	84
3.2.5. Migración mexicana en Illinois	89
3.3. Análisis del mercado de consumidores de origen mexicano en Chicago	91
3.3.1. Resumen del mercado	94
3.3.2. Demografía del mercado	96
3.3.2.1. Mayoristas y distribuidores	96
3.3.2.2. Minoristas	97
3.3.2.3. Población	98
3.3.2.4. Factores psicográficos y atributos de la conducta de la población mexicana	100
3.4. Necesidades del mercado	104
3.5. Tendencias del mercado	105
3.5.1. Bodega/Distribución	106
3.5.2. Transportación	106
3.6. Crecimiento del mercado	107
3.6.1. Almacenaje/Distribución	107
3.6.2. Ventas al menudeo	107
3.6.3. Población	108
3.6.4. Tendencias en el panorama económico actual	108

Capítulo 4

Plan de Mercadotecnia	112
4.1. Análisis SWOT	112
4.1.1. Fortalezas	112
4.1.2. Debilidades	113
4.1.3. Oportunidades	113
4.1.3.1. Instalaciones disponibles	114
4.1.4. Amenazas	115
4.2. Análisis competitivo y crecimiento de la empresa	116
4.2.1. Competidores/Empresas substitutas	116
4.2.2. Análisis de crecimiento de la empresa	118
4.3. Estrategia de mercadotecnia	119
4.3.1. Objetivos financieros y de mercadotecnia	119
4.3.2. Mercados objetivo	120
4.3.2.1. Posicionamiento	120
4.3.3. Estrategias/Tácticas	121
4.3.3.1. Fases del proyecto	121
4.3.3.2. Estrategias	121
4.4. Canales de distribución	123
4.5. Pronóstico de ventas	126
4.6. Conclusiones	127

ANEXO I	
Mapa de los condados de la zona metropolitana de Chicago	131-a
ANEXO II	
Mapa de Chicago y suburbios: ubicación de Pilsen y La Villita	131-b
ANEXO III	
Mapa aéreo de Pilsen y La Villita	131-c
ANEXO IV	
Mapa de Pilsen	131-d
ANEXO V	
Mapa de La Villita	131-e
ANEXO VI	
Mapa aéreo de instalaciones disponibles	131-f
ANEXO VII	
Combinación de comunicaciones integradas de mercadotecnia: plataforma común de comunicaciones de ventas	132
Bibliografía	134
Revistas / Periódicos / Otros	139

Presentación

La presente tesis es el resultado de la experiencia y práctica profesional del autor, quien desde 1990 radica en Chicago haciendo negocios entre México e Illinois; por este motivo, la mayoría de las fuentes de información son de origen estadounidense.

El autor trabajó de 1990 a 1998 para la Consejería Comercial de México en Chicago del Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), promoviendo las exportaciones de México hacia el Medio Oeste de Estados Unidos. Posteriormente trabajó para la United States Hispanic Chamber of Commerce como Consultor de Negocios Internacionales; para la aerolínea de carga Aeromexpress Cargo del Grupo Cintra en el área de ventas; y en la actualidad trabaja como Consultor independiente de negocios.

El autor tuvo la oportunidad de presenciar directamente el período de transición antes y después del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC) y observar el tremendo impacto que provocó en el incremento del comercio exterior entre México y Estados Unidos, y más específicamente entre México y el estado de Illinois.

El TLC trajo consigo no solamente un explosivo crecimiento del comercio exterior, sino también influyó en la ya marcada tendencia ascendente de la población de origen mexicano en Illinois y muy concretamente en la zona metropolitana de Chicago, debido principalmente a la migración de trabajadores para laborar en los trabajos creados en el sector manufacturero y de servicios. Con el crecimiento de la población de origen mexicano, creció paralelamente la demanda de productos alimenticios y bebidas auténticos hechos en México.

Hasta antes de la firma del TLC, si los consumidores de origen mexicano en la zona metropolitana de Chicago deseaban adquirir productos alimenticios y bebidas hechos en México, tenían que acudir a las pequeñas tiendas de comestibles ubicadas en los barrios mexicanos de Pilsen y La Villita para abastecerse, si bien la disponibilidad de productos era limitada y errática. Las grandes cadenas de supermercados estadounidenses prácticamente ignoraban a dicho mercado catalogado genéricamente como "étnico".

El Censo de Estados Unidos del año 2000 confirmó oficialmente lo que ya era evidente en la práctica desde poco más de una década antes: la población de origen mexicano había crecido explosivamente y Chicago se convirtió en la segunda ciudad con mayor población de origen mexicano, solo superada por Los Angeles, California.

Se calcula que la población de origen mexicano en la zona metropolitana Chicago es de aproximadamente un millón de personas y tiene un potencial total de compra de casi \$15 mil millones de dólares. Existe una gran oportunidad para las empresas mexicanas de exportar sus productos alimenticios y bebidas a Chicago, para abastecer a lo que se ha dado en llamar en México el "mercado de la nostalgia".

La presente tesis plantea básicamente un plan de negocios que utiliza herramientas y conceptos gerenciales de mercadotecnia para atacar un mercado. Dicho plan propone la creación de un sistema integrado para la exportación de productos alimenticios y bebidas a Chicago –denominado "Mexico Trade Center"- que apoyaría a las empresas mexicanas prestando servicios en las áreas de exportación, logística, almacenaje, distribución y servicios profesionales de alto valor agregado en las áreas de mercadotecnia y comercio exterior. El Mexico Trade Center (MTC) estaría ubicado en el corazón del barrio mexicano de Pilsen y muy cerca de La Villita, las zonas de mayor concentración de población de origen mexicano en la zona metropolitana de Chicago.

Objetivo

El objetivo de la presente tesis es analizar la viabilidad de un sistema integral de promoción de exportaciones de productos alimenticios y bebidas auténticos hechos en México, que a la vez que satisface un mercado, profundiza y potencia la relación comercial.

La tesis parte del estudio del comercio exterior entre México y Estados Unidos antes y después de la partir de la firma del TLC en 1993, para demostrar el tremendo impacto que dicho acuerdo tuvo en los flujos comerciales entre ambas naciones.

La apertura comercial de México beneficia rápidamente a las exportaciones estadounidenses y México se convierte en el tercer socio comercial de Estados Unidos a mediados de la década de los años ochenta.

Uno de los estados que mayormente se benefició de la apertura comercial de México fue Illinois, cuyas exportaciones crecieron de una manera vertiginosa. Los productos manufacturados que se fabrican en Illinois tienen demanda en México, ya que son productos de alta tecnología y bienes de capital que son necesarios para modernizar la planta productiva mexicana.

Por su parte, México también incrementó notablemente sus exportaciones a Illinois. Una parte importante de dichas exportaciones son las ventas de productos alimenticios y bebidas para los consumidores de origen mexicano en la zona metropolitana de Chicago.

Desarrollo de la tesis

El desarrollo de la tesis se lleva a cabo en cuatro capítulos:

En el primero se analiza el comercio bilateral entre México y Estados Unidos antes y después de la firma del TLC, esto es, el período 1985-2002.

En el segundo se realiza un análisis más específico del comercio bilateral entre México e Illinois, para los mismos periodos antes mencionados.

En el tercero se realiza un análisis del mercado de consumidores de origen mexicano en Chicago para conocer el tamaño del mercado, sus características y las oportunidades de negocios que existen.

En el cuarto se analiza la propuesta de creación de un sistema integral de promoción de exportaciones de México a Chicago.

Sumario Ejecutivo

El comercio total bilateral entre México y Estados Unidos es, hasta 2002, del orden de \$240,483 millones de dólares.

A nivel estatal, Illinois es uno de los principales socios comerciales de México. Illinois exportó a México en 2002 productos por un valor de \$4.7 mil millones de dólares. Illinois tiene una población de origen mexicano de 1.1 millones de habitantes según cifras oficiales del Censo 2000, si bien se calcula que ese número debe ser mayor debido a la población que no fue contada por el censo. La mayoría de la población de origen mexicano se ubica en la zona metropolitana de Chicago. Chicago es la segunda ciudad en Estados Unidos con mayor población de origen mexicano.

Desde un punto de vista exclusivamente comercial y de mercadotecnia, el mercado que ofrece Chicago a las empresas exportadoras mexicanas es sumamente atractivo debido a que existe un mercado cautivo de consumidores de origen mexicano que demandan auténticos productos hechos en México y existen oportunidades de negocios sobre todo en lo referente a productos alimenticios y bebidas. Existe una ventana de oportunidad que es creada debido a la existencia de un mercado que actualmente no está siendo atendido a su máximo potencial.

El autor analiza la propuesta de crear un sistema integral de promoción de exportaciones –denominado “Mexico Trade Center”- para apoyar a las empresas exportadoras mexicanas y atacar dicho mercado de consumidores.

El objetivo principal del Mexico Trade Center (MTC) es el de ofrecer productos hechos en México 100% auténticos a la población de origen mexicano en la zona metropolitana de Chicago.

El MTC es un proyecto que sería totalmente puesto en operación en dos fases:

1. Durante la primera fase, operaría como una bodega para las empresas mexicanas que ya exportan en la actualidad a Chicago. Los principales clientes del MTC serían las empresas exportadoras mexicanas y las empresas mayoristas en Chicago.
2. Durante la segunda fase, el MTC proporcionaría servicios de mayor valor agregado a sus clientes. Incrementaría su alcance al vender y distribuir directamente a los minoristas y consumidores, así como también proporcionaría otros servicios profesionales. Este sería un paso determinante, incrementando los ingresos y ganancias del MTC.

Los servicios profesionales ofrecidos por el MTC serían en las áreas de comercio exterior, logística, administración de la cadena de distribución y comunicaciones integradas de mercadotecnia. Los mercados objetivo serían las empresas mexicanas interesadas en exportar a Chicago o al Medio Oeste de Estados Unidos, y las empresas estadounidenses interesadas en importar productos hechos en México.

Las principales ventajas competitivas y comparativas del MTC serían los apoyos de una red de agencias de desarrollo y promoción en México, lo que facilitaría la identificación de diferentes fabricantes en prácticamente cada estado en México. Al utilizar las economías de escala y alcance que se crearían, aún las pequeñas empresas mexicanas serían capaces de exportar a Chicago.

Junto con los servicios de importación y distribución, el MTC también ofrecería servicios de comunicación integrados de mercadotecnia, tales como publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, estrategias de ventas y mercadotecnia directa.

El objetivo central del MTC sería el de llegar a ser el principal centro en Chicago para la comercialización de productos hechos en México, en productos tales como:

- Alimentos
- Bebidas
- Ropa
- Música y videos
- Regalos, artesanías, material impreso
- Productos ferreteros

El MTC estaría diseñado para servir y abastecer al mercado de los consumidores de origen mexicano en la zona metropolitana de Chicago, el cual se calcula es de más de un millón de personas, con un poder de compra estimado en casi \$15 mil millones de dólares anuales. La ubicación del MTC sería en Pilsen, que es el corazón de la comunidad mexicana en Chicago.

El sistema requiere de la participación de las instituciones promotoras de comercio exterior de México, tales como el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), cámaras de comercio del ramo alimenticio y bebidas y Secretarías de Desarrollo Económico de los estados de México.

Oferta exportable en México

Ya existe un número considerable de empresas mexicanas que exportan a Chicago y que han manifestado a Bancomext en el pasado la necesidad de contar con una bodega en la zona para poder abastecer a sus clientes. La ausencia de una bodega y, más aún, de servicios de mercadotecnia, resta competitividad a los productos mexicanos y afecta negativamente a las empresas mexicanas al perder ventas debido a que no cuentan oportunamente con inventario disponible para abastecer a sus clientes cuando la demanda así lo requiere.

Paralelamente a la organización de las empresas mexicanas que ya exportan a Chicago, se requiere realizar una labor de promoción en México para identificar a aquellas empresas mexicanas con oferta exportable y reclutarlas para formar parte del sistema. El sistema se enfoca principalmente a los productos alimenticios procesados y bebidas, pero no se descarta incluir otros productos.

Por la parte de la oferta también existen empresas mexicanas –principalmente pequeñas empresas- que desean exportar sus productos a Chicago pero no lo pueden hacer debido a sus limitados recursos financieros y de mercadotecnia que les impiden poder colocar competitivamente sus productos en dicho mercado.

Mercado de consumidores de origen mexicano en Chicago

Por la parte de la demanda, existe en la zona metropolitana de Chicago un mercado de consumidores de origen mexicano estimado en más de 1 millón de personas, que desean adquirir productos de auténticas marcas mexicanas. En la actualidad dicho mercado se encuentra atendido limitadamente ya que las grandes cadenas de supermercados estadounidenses no siempre ofrecen auténticas marcas mexicanas y las pequeñas tiendas de abarrotes mexicanas tienen un surtido limitado y errático de productos.

Diversos estudios muestran que el consumidor de origen mexicano en Chicago es fiel y leal a las marcas de auténticos productos mexicanos, lo que algunos han denominado como el "mercado de la nostalgia". Ante la ausencia de genuinos productos hechos en México, se le ofrecen al consumidor copias de productos "Estilo México".

Eventualmente, los productos hechos en México llegarán a formar parte de la vida cotidiana del consumidor estadounidense y serán aceptados por otros grupos de consumidores que no son necesariamente de origen hispano, ampliando de esta manera el mercado. Para lograr tal fin, se requiere de una estrategia adecuada de mercadotecnia que permita el debido posicionamiento de los productos.

CAPITULO 1

COMERCIO EXTERIOR MEXICO-ESTADOS UNIDOS 1985-2002

1.1. Antecedentes

Hasta la década de los años ochenta, el comercio exterior de México estaba limitado por los diversos controles gubernamentales que existían y que habían sido establecidos con el propósito de promover la industria nacional y la substitución de importaciones. México era, para fines prácticos, un país cerrado al comercio mundial y que imponía permisos de importación, altos aranceles aduaneros, barreras no arancelarias, cuotas y subsidios.

Sin bien el propósito era loable –fortalecer la planta productiva interna y substituir importaciones- el modelo utilizado también fomentó ineficiencias, baja productividad y le restó competitividad a los productos mexicanos. Al contar con un mercado cautivo, los productos nacionales no se encontraban, en su mayor parte, dentro de los estándares mundiales de calidad, sus costos eran altos, y existía poca diversidad en las opciones para el consumidor.

Ante la globalización de la economía mundial, la formación de bloques comerciales, el rápido desarrollo de los medios de telecomunicación y transporte multimodal y la tecnología de la información, era imprescindible que México se abriera al comercio mundial o de lo contrario sería relegado de los grandes flujos de comercio internacional¹ limitando las posibilidades de alcanzar un desarrollo sostenido.

¹ “An introduction to the WTO and GATT”, by Meredith A. Crowley, Economic Perspectives, Federal Reserve Bank of Chicago, Fourth Quarter 2003.

A mediados de la década de los ochenta (1986) el Gobierno Mexicano toma la decisión de ingresar al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y reducir sus barreras arancelarias y no arancelarias. Esta fue una primera decisión de política económica por parte del gobierno mexicano que puso de realce la urgente necesidad de modernizar a la economía nacional para someterla a estándares internacionales de competitividad, calidad y productividad.

Según un economista mexicano, el ingreso de México al GATT había fallado en prender la chispa para atraer nueva inversión extranjera de largo plazo hacia México y además no trataba asuntos específicos del comercio bilateral México-Estados Unidos.²

Debido principalmente a factores de cercanía geográfica, Estados Unidos había sido tradicionalmente el principal socio comercial de México. El comercio bilateral entre ambas naciones tenía gran potencial pero era limitado debido a los aranceles, cuotas y barreras no arancelarias que creaban constantes controversias entre ambos países y que entorpecían los flujos comerciales.

Estados Unidos instrumentó en los años setenta un Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) a fin de otorgar concesiones comerciales a naciones en desarrollo. El manejo del SGP era unilateral por parte del gobierno de Estados Unidos ya que si bien contenía una serie de regulaciones, siempre existía la posibilidad de que el gobierno de Estados Unidos lo usara discrecionalmente de acuerdo a sus intereses.

Existía una enorme brecha entre el tamaño del comercio exterior de Estados Unidos comparado con el de México, brecha que aún hasta la fecha se mantiene. En 2002, el comercio exterior total de México (exportaciones totales + importaciones totales) representaba solamente el 11% del de Estados Unidos.

Las exportaciones totales de México representan solamente el 13% cuando son comparadas con las exportaciones totales de Estados Unidos, mientras que las importaciones totales de México son el 10% comparadas con las importaciones totales de Estados Unidos, como puede observarse en el siguiente cuadro:

² "The North American Free Trade Agreement from a Mexican Perspective", by Rogelio Ramírez De la O, in Assessing NAFTA: A Trinational Analysis, edited by Steven Globerman y Michael Walker, The Fraser Institute, Vancouver, British Columbia, Canada, 1993.

**COMPARACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO VS.
COMERCIO EXTERIOR DE ESTADOS UNIDOS 2002
MILES DE MILLONES DE DOLARES**

<u>PAIS</u>	<u>COMERCIO EXTERIOR TOTAL</u>	<u>EXPORTACIONES TOTALES</u>	<u>IMPORTACIONES TOTALES</u>
A. ESTADOS UNIDOS	\$2,881,306	\$1,229,649	\$1,651,657
B. MEXICO	321,761	160,812	168,948
PORCENTAJE (B/A)	11%	13%	10%

Fuente: Con base en datos de Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce y Secretaría de Economía de México, 2003.

El comercio exterior de México con su principal mercado se sustentaba sobre bases inciertas y creaba incertidumbre para los planes de largo plazo de las empresas exportadoras mexicanas. Era imprescindible contar con mayor certidumbre si se deseaba aprovechar el verdadero potencial del comercio bilateral con el mercado más grande del mundo. Este era un problema real que afectaba las decisiones estratégicas de negocios de cualquier empresa mexicana que tuviera una visión de largo plazo.

Las principales exportaciones de México hacia Estados Unidos se concentraban excesivamente en el petróleo y otras materias primas de bajo valor agregado. La dependencia era a la vez que excesiva, en sumo preocupante ya que de un solo producto dependía en gran medida el comercio exterior de México y por ende las divisas que ingresaban al país. Más aún, los precios del petróleo dependían de una serie de factores mundiales sobre los cuales México tenía poco o nulo control. Bajo este panorama, no era posible delinear estrategias de desarrollo sostenible a largo plazo debido a la enorme incertidumbre.

Cuando México inició su proceso de apertura comercial a mediados de la década de los años ochenta, las exportaciones hacia México de prácticamente todos los 50 estados de Estados Unidos se incrementaron notablemente.

La firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC) en 1993 viene a dar un impulso explosivo al comercio exterior bilateral que ya se estaba dando, lo que se refleja en el impresionante incremento del comercio entre ambas naciones.³ A partir del 1 de Enero de 1994 cuando entran en vigor las eliminaciones de aranceles aduaneros negociadas en el TLC, el comercio bilateral México-Estados Unidos crece a tasas aceleradas, debido a la reducción inmediata del 50% en los aranceles que cobraba México.⁴

En su momento, el TLC creó el mercado más grande del mundo con 370 millones de habitantes y un potencial de compra de \$6.5 billones de dólares.^{5*}

Uno de los estados que mayormente se benefició con el proceso de apertura comercial de México fue el estado de Illinois, que incrementó sus exportaciones rápidamente al pasar de \$278 millones de dólares en 1987, a \$1,584 millones de dólares en 1993, es decir, más que se quintuplicó en un corto período de tan solo 6 años. Posteriormente, con la entrada en vigor del TLC, el crecimiento de las exportaciones de Illinois a México fue aún más acelerado.

La importancia del mercado mexicano para las corporaciones de Illinois era crucial, sobre todo en un período en que la economía estadounidense atravesaba por una etapa recesiva en que se contrajo la demanda interna, golpeando particularmente a la economía del Medio Oeste de Estados Unidos.

Por su parte, las empresas mexicanas también se beneficiaron ante la eliminación de aranceles aduaneros cuando entró en vigor el TLC el 1 de enero de 1994. Sin duda alguna, uno de los sectores que mayormente se benefició fue el de los alimentos y bebidas, debido al consumo de la población de origen mexicano residente en Estados Unidos, que es un mercado de consumidores que es fiel y leal a las marcas de productos hechos en México.

³ Description of The Proposed North American Free Trade Agreement Prepared by The Governments of Canada, The United Mexican States and The United States of America, The United States Trade Representative, Washington, D.C. August 12, 1992.

⁴ Statement of position of the Chicagoland Chamber of Commerce regarding the North American Free Trade Agreement, Chicago, Illinois, 1992.

⁵ The NAFTA: Expanding U.S. Exports, Jobs and Growth, Clinton Administration Statement on the North American Free Trade Agreement, The United States Trade Representative, Washington, D.C. July 20, 1993.

* Nota: Las cifras que se utilizan en la presente tesis para representar los flujos y cantidades en el comercio y producción son del sistema numérico estadounidense, en el cual "billion" en inglés es igual a mil millones. La cifra de \$6.5 billones es la traducción de la cifra que se menciona en la nota de pie de página y que dice textualmente: "NAFTA will create the biggest market in the world -right at our doorstep: a \$6.3 trillion market with 370 million people."

1.2. Comercio exterior México-Estados Unidos antes de la firma del TLC 1985-1993

En 1985 el gobierno de México firma un "Memorándum de Entendimiento sobre Subsidios e Impuestos Compensatorios" con el gobierno estadounidense, que le otorgó a México el beneficio de la "prueba de daño" que era un requisito que se debía cumplir por parte de las empresas estadounidenses que manifestaban que las exportaciones mexicanas les afectaban deslealmente.

Posteriormente al ingreso de México al GATT que se dio en 1986, el gobierno mexicano firma el "Acuerdo Marco sobre Comercio e Inversión" con el gobierno estadounidense en 1987, lo que marca el primer paso hacia un largo proceso negociador con las autoridades norteamericanas que en 1993 conduce a la firma del TLC.

La apertura comercial emprendida por México a mediados de los años ochenta provocó enormes beneficios para las exportaciones de Estados Unidos. En 1985 Estados Unidos exportó a México productos con un valor de \$13,635 millones de dólares, y tan sólo 5 años después en 1990 las exportaciones habían crecido a \$28,279 millones de dólares, esto es un crecimiento de 107%.⁶

A la inversa, en 1985 Estados Unidos importó de México productos por un valor de \$19,132 millones de dólares y para 1990 la cifra ascendió a \$30,157 millones de dólares, esto es un incremento de 58%.⁷ Dicho intercambio comercial en los años señalados arrojaba un superávit a favor de México del orden de \$5,497 millones de dólares en 1985 y \$1,878 millones de dólares en 1990.

México precisaba de modernizar su planta productiva a fin de estar en condiciones de competir en el nuevo entorno internacional que se estaba formando. La mayoría de las importaciones que realizaba México en esa época de Estados Unidos eran bienes de capital tales como maquinaria diversa, equipos diversos, maquinaria de construcción, electrónicos, equipo de telecomunicaciones y sistemas de computación. Por su parte, México exportaba bienes intermedios de manufactura, ensamblajes y materias primas.

Ante la gran necesidad que tenía la planta productiva mexicana de bienes de alta tecnología, las empresas estadounidenses pronto aprovecharon la alta demanda por sus productos. México se convirtió en el tercer socio comercial de Estados Unidos a mediados de la década de los años ochenta, solamente superado por Canadá y Japón.

⁶ Statistical Abstract of the United States 1992. Bureau of the Census U.S. Department of Commerce.

⁷ Idem.

Hacia el final de la década de los años ochenta el comercio entre México y Estados Unidos seguía creciendo a pasos acelerados debido a la complementariedad entre ambas economías: la estadounidense con sus bienes intensivos en capital y la mexicana en mano de obra. Ya desde entonces se marcaba la tendencia de la economía mundial en la que los países desarrollados se concentraban en sectores intensivos en capital, tales como investigación y desarrollo, alta tecnología y servicios financieros y profesionales, mientras que los países en desarrollo se concentraban en actividades intensivas en mano de obra, manufacturas ligeras, ensambles y materias primas.

El gobierno mexicano estimaba que el TLC traería consigo una expansión de las oportunidades para hacer negocios y facilitaría el comercio y la inversión, al crear cinco condiciones cruciales para incrementar la competitividad en una economía global:

1. Certeza en las reglas
2. Economías de escala
3. Economías de alcance
4. Amplia selección de tecnologías
5. Servicios a precios competitivos.⁸

1.3. Negociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte

Desde la época del Gobierno del Presidente Ronald Reagan a comienzos de los años ochenta se comenzó a manejar en Estados Unidos la noción de crear un acuerdo comercial entre México y Estados Unidos. Sin embargo, por la parte mexicana no había mayor aceptación de la idea, ya que se consideraba que la economía mexicana aún no estaba en condiciones de competir con la economía más poderosa y grande del mundo debido a factores estructurales que le restaban competitividad. Se reconocía que era necesario "modernizar" a la economía mexicana y hacerla más competitiva a fin de estar en condiciones de competir a nivel internacional, por lo que se tomaron pasos hacia ese fin tales como la decisión de ingresar al GATT, antes mencionada.

Si bien el ingreso de México al GATT da muestra del compromiso de México de integrarse al nuevo entorno comercial mundial, la realidad era que la mayor parte de su comercio exterior estaba concentrado con Estados Unidos, su mercado natural por la cercanía geográfica y el enorme potencial de compra.

⁸ "The Mexican Economy and the North American Free Trade Agreement", by José Angel Gurriá Treviño, President and CEO of the Mexican Bank for Foreign Trade (Bancomext), before the California Hispanic Chambers of Commerce, California, October 1993.

Ante el crecimiento del comercio entre México y Estados Unidos, creció paralelamente la necesidad de crear un marco normativo que regulara el comercio bilateral. El "Acuerdo Marco sobre Comercio e Inversión" fue un primer paso en ese sentido, pero pronto fue superado por la dinámica del comercio bilateral. Dentro del gobierno mexicano existía la noción de que se deberían negociar acuerdos sectoriales con Estados Unidos, para que de una manera paulatina, se formalizaran los vínculos que ya existían entre ambas economías en un proceso que se dio en llamar como de "integración silenciosa."

La realidad que imponían los crecientes flujos comerciales entre México y Estados Unidos y la inquietante ausencia de un marco normativo que sirviera para dirimir las controversias, así como la promesa de expansión de mercados para empresas mexicanas y estadounidenses -enmarcado dicho entorno por la necesidad de responder a la formación de bloques comerciales en Europa y Asia y la amenaza de que México fuera dejado de lado en el proceso de formación de bloques regionales, y en general de la globalización de la economía mundial- son factores que explican la urgente necesidad de negociar un acuerdo comercial entre México y Estados Unidos hacia finales de la década de los años ochenta.

Al realizar un viaje a Davos, Suiza, en enero de 1990, para participar en un foro económico internacional, el Presidente Carlos Salinas de Gortari y su delegación pudieron constatar de primera fuente el proceso de integración que se estaba dando en Europa, y en el que México no era ni prioridad ni figura importante. México corría el riesgo de aislarse en un mundo en el que se estaban formando bloques comerciales regionales. La experiencia de ese viaje fue determinante para tomar la decisión de lograr un acuerdo comercial con el mercado natural de México: Estados Unidos, país que ya desde antes había mostrado interés en ese mismo tema. Ese fue el punto de inicio.

El 10 de junio de 1990 los Presidentes Carlos Salinas de México y George Bush de Estados Unidos emiten un comunicado conjunto apoyando la necesidad de buscar el establecimiento de un amplio acuerdo de libre comercio entre ambas naciones e instruyen a sus respectivos ministros comerciales para que inicien consultas al respecto.⁹

El 25 de septiembre de 1990 el Presidente Bush, de acuerdo a la legislación estadounidense, comunica a los presidentes del Comité de Medios y Arbitrios de la Cámara de Representantes y del Comité de Finanzas del Senado la decisión de negociar un acuerdo de libre comercio con México, añadiendo que Canadá también había expresado su deseo de participar en las negociaciones.

⁹ El redescubrimiento de América Historia del TLC, Hermann Von Bertrab, Nacional Financiera y Fondo de Cultura Económica, México, 1996.

El 5 de febrero de 1991, los Presidentes Salinas y Bush y el Primer Ministro de Canadá, Brian Mulroney, anuncian su intención de establecer una zona de libre comercio de América del Norte e inician un intenso periodo de negociaciones trilaterales, mismas que concluyen el 12 de agosto de 1992, en su primera fase.¹⁰

Posteriormente, después de cambio de gobiernos en Canadá y Estados Unidos, y la negociación de los llamados "Acuerdos Paralelos al TLC" que demandó el nuevo gobierno demócrata de Bill Clinton para incluir los temas laboral y ecológico, finalmente concluyen las negociaciones el 12 de agosto de 1993. Al día siguiente, el 13 de agosto de 1993, el Presidente de México Carlos Salinas de Gortari, se dirigió al pueblo de México para afirmar que con el TLC se abrían mejores perspectivas para que el crecimiento del país fuera mayor, para atraer más inversión directa y, sobre todo, para generar más empleo y para incorporar incrementos de productividad. Asimismo, señaló que el TLC sería guía para futuras negociaciones comerciales con otras regiones y a nivel global.¹¹

Tras un intenso proceso legislativo en las Cámara de Representantes y el Senado de Estados Unidos, finalmente el TLC es aprobado el 17 de noviembre de 1993 por la Cámara de Representantes de Estados Unidos con 234 votos a favor y 200 en contra¹², y el 20 de noviembre del mismo año por el Senado con 61 votos a favor y 38 en contra.¹³ El TLC entra en vigor el 1 de enero de 1994.¹⁴

Los objetivos declarados del TLC son:

- Eliminar barreras al comercio
- Promover condiciones para una competencia justa
- Incrementar las oportunidades de inversión
- Proporcionar protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual
- Establecer procedimientos efectivos para la aplicación del Tratado y la solución de controversias
- Fomentar la cooperación trilateral, regional y multilateral¹⁵

¹⁰ Para una descripción detallada del proceso negociador y sus fechas precisas, véase el libro El redescubrimiento de América Historia del TLC, Hermann von Bertrab, op. cit.

¹¹ "Conclusión de las Negociaciones sobre los Acuerdos Paralelos al Tratado de Libre Comercio", Mensaje Presidencial, Carlos Salinas de Gortari, 13 de agosto de 1993, Residencia Oficial de Los Pinos, México.

¹² "Decisive Vote Brings Down Trade Walls With Mexico", Congressional Quarterly Weekly Report, November 20, 1993, Washington, D.C.

¹³ Illinois NAFTA Coalition, Peoria, Illinois, November 22, 1993.

¹⁴ El redescubrimiento de América, op. cit.

¹⁵ Resumen: Tratado de Libre Comercio de América del Norte elaborado por los gobiernos de los Estados Unidos Mexicanos, Canadá y los Estados Unidos de América, Centro de Servicios al Comercio Exterior, SECOFI-Bancomext.

1.3.1. Voto sobre el TLC de la delegación congresista de Illinois

La aprobación del TLC fue objeto de un intenso debate en Estados Unidos entre opositores y sectores que lo apoyaban. Illinois no fue la excepción y se libraron encendidos debates sobre los pros y contras del TLC en el estado.

La corporación Caterpillar, ubicada en Peoria, en mayo de 1993 formó la "Illinois – NAFTA Coalition", auténtico grupo de "lobby"¹⁶, o cabildeo, para apoyar la aprobación del acuerdo comercial y que llegó a contar con más de 200 pequeñas, medianas y grandes empresas representativas del estado, tales como AT&T, Abbott, ACCO, Ace Hardware, AMOCO, Baxter, Bosch, Chicago Mercantile Exchange, Deere & Co., R. R. Donnelley, FMC, First Chicago Corporation, Inland Steel, Marriott Corp., Motorola, NALCO, Quaker Oats, Sara Lee, Sears Roebuck, y Square D, por solo citar las más grandes.¹⁷

La coalición realizó labores de "lobby" con la delegación congresista de Illinois en Washington, D.C. y movilizaciones con las bases populares ("grass roots"). "Queremos estar seguros de que nuestros representantes de Illinois comprenden la importancia del TLC...Illinois está en posición de ser uno de los principales beneficiarios de este acuerdo", afirmaba Bill Lane, cabildero ("lobbyist") que representaba a Caterpillar.¹⁸ El autor de la presente tesis formó parte de la coalición como invitado, representando a la oficina de Bancomext en Chicago, participando como orador en debates sobre el TLC.

Cabe señalar que los Representantes y Senadores federales del estado de Illinois fueron los únicos que, como estado en su conjunto, votó mayoritariamente a favor del TLC con 13 votos a favor y 9 en contra. Todos los votos en contra provinieron de legisladores del Partido Demócrata, a saber:¹⁹

¹⁶ "Illinois Political Microcosm of the Nation", in *Interest Group Politics in the Midwestern States*, edited by Ronald J. Hrebenar and Clive S. Thomas, Iowa State University Press, Ames, Iowa, 1993.

¹⁷ Illinois NAFTA Coalition, list of 214 members as of June 1993.

¹⁸ "Cat builds lobby to bolster NAFTA", *Crain's Chicago Business*, April 19, 1993.

¹⁹ Illinois NAFTA Coalition, Peoria, Illinois, November 1993.

Voto a favor del TLC

Paul Simon (D)
 Carol Moseley-Braun (D)
 Mel Reynolds (D)
 Dan Rostenkowski (D)
 Henry Hyde (R)
 Philip Crane (R)
 John Porter (R)
 Harris Fawell (R)
 Dennis Hastert (R)
 Tom Ewing (R)
 Don Manzullo (R)
 Bob Michel (R)
 Dick Durbin (D)

Voto en contra del TLC

Bobby Rush (D)
 William Lipinski (D)
 Luis Gutiérrez (D)
 Cardiss Collins (D)
 Sydney Yates (D)
 George Sangmeister (D)
 Jerry Costello (D)
 Lane Evans (D)
 Glenn Poshard (D)

1.3.2. Singularidad del TLC

El TLC era único en el mundo y sin precedentes por diversos motivos. Para Hermann von Bertrab, quien participó por la parte mexicana en las negociaciones, la singularidad del acuerdo comercial radicaba en los siguientes factores:

- se concibe y se lleva a cabo entre países altamente desarrollados y un país del tercer Mundo;
- se hace entre dos países vecinos que en el pasado han estado distantes por enormes diferencias culturales y por una rivalidad histórica, muy notable en uno de ellos y apenas percibida en el otro;
- se basa en un proceso revolucionario de modernización de un país atrasado, y de esa forma, probablemente por primera vez en la historia, implica una perfecta aleación entre los conceptos de desarrollo económico y de mercado libre, en contraste con muchas teorías autárquicas del pasado;
- significa que los Estados Unidos aceptan tener un nuevo papel en el mundo, diferente del "espléndido aislacionismo" por el que se consideraban el centro indisputado y predestinado del universo económico. El proceso de adaptarse a un nuevo mundo competitivo ha significado un reto que enfrentar, y hay en él una lucha interna contra personas y grupos con intereses fuertes y débil visión. El TLC implica la aceptación de este nuevo reto;

- presenta a un país, México, que liderea a las naciones iberoamericanas en la definición y aceptación de una nueva relación con los Estados Unidos y Canadá. México acepta la existencia de un vecino al que siempre había visto con temor y suspicacia y planea construir su futuro con esta aceptación, y al hacerlo modifica de un tajo el marco de relaciones entre las dos grandes culturas del continente;
- junta dos sistemas políticos marcadamente distintos que son capaces de generar un mutuo respeto y comprensión, y al mismo tiempo se establecen condiciones de transparencia que contribuyen y seguirán contribuyendo a transformar el sistema político mexicano;
- incorpora consideraciones que relacionan la problemática del medio ambiente con el comercio internacional. El TLC es el más verde de todos los acuerdos comerciales y establece un patrón que será debatido e imitado en el futuro;
- encara condiciones laborales entre países totalmente distintos y establece un sistema para resolver los desacuerdos que pudieran surgir. Esto es de particular importancia porque, según algunos, todo el concepto del TLC estaba fundamentado en diferencias de salarios y en las diversas condiciones laborales. Esas consideraciones generaron reacciones emotivas, y quienes representaban los intereses oficiales de los grupos laborales estadounidenses, que tenían y tienen una gran fuerza política, fueron participantes directos y agresivos en el proceso;
- se logró durante dos diferentes gobiernos en los Estados Unidos y fue parte del debate electoral que precedió a la sucesión presidencial.²⁰

Según Sydney Weintraub, el TLC es el acuerdo más significativo entre Estados Unidos y México en el siglo XX.²¹ El TLC fue ampliamente percibido por analistas en ambos lados de la frontera como un instrumento que serviría para afianzar las reformas estructurales que México llevaba a cabo en esa misma época y que el mismo Presidente de Estados Unidos, Bill Clinton así lo reconocía en un informe que presentó al Congreso estadounidense.²²

²⁰ El redescubrimiento de América Historia del TLC, op. cit. P. 22-23.

²¹ NAFTA at Three A Progress Report, by Sydney Weintraub, The Center for Strategic & International Studies, Washington, D.C. 1997.

²² Study on the Operation and Effect of the North American Free Trade Agreement (NAFTA): Three Years Later, prepared by President William J. Clinton to U.S. Congress, as required by section 512 of the NAFTA Implementation Act (Public Law 103-182; 107 Stat. 2155; 19 U.S.C. 3462), July 1997.

1.3.3. Pronósticos del impacto del TLC en Estados Unidos

Se calculaba que el TLC crearía en Estados Unidos un estimado de 200,000 empleos adicionales altamente remunerados relacionados con las exportaciones hacia México para 1995.²³ Tres estudios ampliamente citados que se prepararon en esa época por la International Trade Commission, por el Dr. Clopper Almon y el tercero por la firma Peat Marwick, apuntaban que los sectores de Estados Unidos que mayormente se beneficiarían del TLC serían el de maquinaria no eléctrica, equipo electrónico, químicos y equipo de transporte.

En 1993, año en que se firmó el TLC, las exportaciones estadounidenses a México ascendieron a \$41,581 millones de dólares, es decir, un crecimiento de 205% con respecto al nivel de 1985.²⁴ Ya para el primer año de vigencia del TLC en 1994, las exportaciones de Estados Unidos a México ascendieron a \$50,840 millones de dólares, cifra que más que se duplica para el año 2000 cuando las exportaciones llegan a \$111,720 millones de dólares.

Por su parte, las exportaciones de México a Estados Unidos también crecieron al pasar de \$19,132 millones de dólares en 1985 a \$39,917 millones de dólares en 1993, es decir casi se duplicó en tan solo ocho años. Véase siguiente cuadro.

²³ "The NAFTA Expanding U.S. Exports, Jobs and Growth", op. cit.

²⁴ Statistical Abstract of the United States 1992. Bureau of the Census U. S. Department of Commerce.

**COMERCIO EXTERIOR ENTRE MEXICO Y ESTADOS UNIDOS
ANTES DEL TLC 1985-1993 (AÑOS SELECTOS)
MILES DE MILLONES DE DOLARES**

EXPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS A MEXICO (1)

1985	1989	1990	1991	1993	Cambio porcentual 1985-1993
\$13,635	\$24,982	\$28,279	\$33,276	\$41,581	204.95%

EXPORTACIONES DE MEXICO A ESTADOS UNIDOS (2)

1985	1989	1990	1991	1993	Cambio porcentual 1985-1993
\$19,132	\$27,162	\$30,157	\$31,194	\$39,917	108.63%

Fuentes: (1) Bureau of the Census. U.S. Department of Commerce.
(2) SECOFI, México

El rápido crecimiento de las exportaciones de Estados Unidos a México durante esa época se debe a la necesidad de México de importar bienes de capital para modernizar su planta productiva. Los principales productos que Estados Unidos exportó a México fueron bienes de capital, tales como maquinaria, equipo de cómputo, productos eléctricos y electrónicos, productos metalmecánicos y otros.

El TLC ha sido un factor determinante que explica el acelerado crecimiento del comercio exterior entre México y Estados Unidos. La expansión económica que tuvo Estados Unidos durante gran parte de la década de los años noventa provocó la creación de mayores empleos en todos los sectores. Trabajos en el sector de manufactura, especialmente en el Medio Oeste de Estados Unidos, fueron creados, lo mismo que en el sector servicios. Dicha disponibilidad de empleos ayuda a explicar, a su vez, la inmigración de trabajadores mexicanos a Illinois.

Tal vez más importante que las cifras del comercio exterior que se pronosticaban, lo era el hecho de que con el TLC se consolidarían las transformaciones económicas y estructurales que México había emprendido y que redefinirían sus relaciones con Estados Unidos bajo una nueva visión que tendría efectos positivos para el sistema político y la sociedad mexicanos.

1.4. Comercio exterior México-Estados Unidos después de la firma del TLC 1994-2002

Como se pronosticaba ampliamente, una vez que entró en vigor el TLC el 1 de enero de 1994, el comercio bilateral entre México y Estados Unidos tuvo un crecimiento explosivo.

Es importante observar que a pesar de la crisis económica que México sufrió en 1994-1995, las exportaciones de México hacia Estados Unidos continuaron creciendo, al pasar de \$49.4 mil millones de dólares en 1994 –año en que comenzó la crisis- y subir a \$66.2 mil millones de dólares en 1995 y elevarse aún más a \$79.9 mil millones de dólares en 1996 cuando comenzó a recuperarse la economía mexicana.

Esto es, el TLC coadyuvó para que la recuperación económica de México fuera más rápida, si se le compara por ejemplo con la crisis económica de 1982 cuando la recuperación tardó mas tiempo en llegar: "Posteriormente a la crisis financiera de México en 1982, la producción mexicana estuvo a la deriva y a la baja por casi dos años antes de que subiera de nueva cuenta y no se recuperó a sus niveles previos a la crisis durante cinco años. Aunque la producción económica mexicana cayó más rápidamente en 1995, también se recuperó más rápidamente, alcanzando niveles previos a la crisis hacia el final de 1996. Similarmente, al pasar la crisis de 1982, a México le llevó siete años tener que esperar antes de poder regresar a los mercados internacionales de capital, mientras que en 1995 le llevó siete meses."²⁵

Se puede afirmar que la pronta recuperación de la economía mexicana en 1996 se debió, en parte, a las reformas económicas que el TLC trajo consigo para México, así como a los programas de apoyo financiero que México recibió por parte de Estados Unidos y otros programas multilaterales.

La mayor eliminación de aranceles aduaneros fue inmediata a partir del 1 de enero de 1994; se fijaron otros periodos de eliminación de aranceles en 10 y 15 años a partir de su entrada en vigor.

²⁵ "Study on the Operation and Effects of the North American Free Trade Agreement", op. cit.

La recesión económica en Estados Unidos que comenzó en el primer trimestre de 2001 tuvo su efecto negativo en el comercio bilateral México-Estados Unidos reduciendo el intercambio comercial en ambos sentidos. Después de alcanzar su nivel histórico más alto en 2000, las exportaciones de Estados Unidos a México descendieron 9.1% al bajar de \$111,720 millones de dólares a \$101,590 millones de dólares en 2001 y continuaron reduciéndose hasta llegar a \$97,530 millones de dólares en 2002, esto es una reducción de 12.1% con respecto a 2000.

Por su parte, las exportaciones de productos mexicanos a Estados Unidos también bajaron debido a la recesión de 2001, al descender 5% de su máximo punto histórico de \$147,639 millones de dólares en 2000 a \$140,296 millones de dólares en 2001 y recuperarse ligeramente en 2002 con respecto al año previo y llegar a la cifra de \$142,953 millones de dólares, recuperación que sin embargo es todavía 3.2% menor a la cifra máxima alcanzada en 2000.

**COMERCIO EXTERIOR ENTRE MEXICO Y ESTADOS UNIDOS
DESPUÉS DE LA FIRMA DEL TLC 1994-2002
MILES DE MILLONES DE DOLARES**

EXPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS A MEXICO (1)

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
\$50,840	46,311	56,760	71,378	79,010	87,044	111,720	101,509	97,530

EXPORTACIONES DE MEXICO A ESTADOS UNIDOS (2)

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
\$49,492	66,272	79,963	93,979	102,871	120,609	147,639	140,296	142,953*

Fuentes: (1) Bureau of the Census. U.S. Department of Commerce

(2) Secretaría de Economía, México

* La cifra de las exportaciones de México a Estados Unidos en 2002 que maneja la Secretaría de Economía de México (\$142,953,000,000) difiere de la que maneja el U.S. Department of Commerce para el mismo año (\$134,732,185,000) debido a diferencias en sus métodos de conteo y conceptos que son considerados.

1.4.1. Principales productos en el comercio exterior México-Estados Unidos por clasificación arancelaria

El comercio mundial se rige en las aduanas con base en la clasificación arancelaria de los productos, para de ahí determinar sus aranceles si es que son aplicables, o bien para cualquier otro propósito aduanal y de control. El comercio entre México y Estados Unidos se rige en el uso del Sistema Armonizado de Clasificación Arancelaria (*Harmonized Tariff Schedule of the United States* en inglés) que para efectos prácticos dejará de ser relevante cuando todos los productos queden libres de arancel aduanero entre México y Estados Unidos el 1 de enero de 2009, de acuerdo a lo establecido en el TLC.

Los productos se encuentran clasificados de acuerdo a casi 100 capítulos y solamente las autoridades aduanales de cada país tienen el dominio de la clasificación exacta de cada producto, así como agentes aduaneros certificados y con licencia.

1.4.2. Exportaciones de Estados Unidos a México

Las principales exportaciones de Estados Unidos a México siguen concentrándose en los capítulos de bienes de capital de alto valor agregado, tales como maquinaria diversa y equipo de transporte, como puede observarse en el siguiente cuadro.

**PRINCIPALES EXPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS A MEXICO EN 2002
DE ACUERDO A LOS CAPITULOS DE CLASIFICACION ARANCELARIA
CIFRAS EN DOLARES**

<u>CLASIFICACION POR CAPITULO/DESCRIPCIÓN</u>	<u>DOLARES</u>
TOTAL	\$97,530,613,000
85-MAQUINARIA ELECTRICA, ETC. EQUIPOS DE SONIDO, EQUIPOS DE TV, PARTES	\$21,902,438,189
84-REACTORES NUCLEARES-BOILERS-MAQUINARIA, ETC. PARTES	14,860,437,002
87-VEHICULOS-EXCEPTO TRANVÍAS O FERROCARRILES Y PARTES, ETC.	10,695,635,597
39-PLASTICOS Y ARTICULOS SIMILARES	6,688,525,752
98-PROVISIONES DE CLASIFICACION ESPECIAL	3,720,912,361
90-INSTRUMENTOS OPTICOS, FOTOGRAFICOS, ETC. MEDICO O QUIRURGICO, ETC.	3,437,663,673
27-COMBUSTIBLES MINERALES, PETROLEO, ETC.; SUBSTANCIAS BITUMINOSAS, CERA MINERAL	3,280,024,527
48-PAPEL, ARTICULOS DE PAPEL Y CARTON (INCLUYE PULPA)	2,078,646,866
29-QUIMICOS ORGANICOS	1,928,901,630
73-ARTICULOS DE HIERRO Y ACERO	1,749,905,905

Fuente: Office of Trade and Economic Analysis (OTEA), Trade Development, International Trade Administration, U.S. Department of Commerce.

1.4.3. Exportaciones de México a Estados Unidos

Por la parte de las exportaciones mexicanas a Estados Unidos, podemos observar en el siguiente cuadro que un porcentaje importante se concentra en los capítulos de bienes de capital y manufacturas diversas. Una porción elevada de dichas exportaciones son ensamblajes que se realizan en México (el caso de los vehículos automotrices) y diversas manufacturas que incluyen a las maquiladoras. Sin embargo, empresas de capital 100% mexicano también han logrado colocar sus productos de bienes de capital e intermedios en el mercado estadounidense, sobre todo por medio de coinversiones y/o alianzas estratégicas con socios estadounidenses.

Para los fines que en la presente tesis se persiguen, en el siguiente cuadro se enlistan todos los capítulos que tienen productos alimenticios o similares de cualquier tipo (procesados, perecederos, etc.) junto con los principales capítulos con base en sus cifras de exportación.

**PRINCIPALES EXPORTACIONES DE MEXICO A ESTADOS UNIDOS EN 2002
DE ACUERDO A LOS CAPITULOS DE CLASIFICACION ARANCELARIA Y
CAPITULOS SELECTOS RELACIONADOS CON EL SECTOR
ALIMENTOS Y BEBIDAS Y SIMILARES
CIFRAS EN DOLARES**

<u>CLASIFICACION POR CAPITULO/DESCRIPCIÓN</u>	<u>DOLARES</u>
TOTAL	\$134,732,185,000*
85-MAQUINARIA ELECTRICA, ETC., EQUIPO DE SONIDO, EQUIPOS DE TV, PARTES	\$32,707,018,799
87-VEHICULOS-EXCEPTO TRANVÍAS O FERROCARRILES Y PARTES, ETC.	26,358,167,859
84-REACTORES NUCLEARES-BOILERS-MAQUINARIA, ETC. PARTES	17,805,859,889
27-COMBUSTIBLES MINERALES-PETROLEO, ETC. SUBSTANCIAS BITUMINOSAS, CERA MINERAL	12,213,145,569
98-PROVISIONES DE CLASIFICACION ESPECIAL	4,196,483,120

(NOTA DEL AUTOR: A CONTINUACION SE ENUMERAN TODOS LOS CAPITULOS QUE TIENEN ALGUNA RELACION CON COMESTIBLES, BEBIDAS Y SIMILARES)

07-VEGETALES COMESTIBLES Y CIERTAS RAICES Y TUBERCULOS	1,799,629,151
22-BEBIDAS-ALCOHOLICAS Y VINAGRE	1,621,507,559
99-PROVISIONES DE IMPORTACIONES ESPECIALES	1,512,338,956
08-FRUTAS COMESTIBLES Y NUECES; FRUTAS CÍTRICAS	771,151,367
03-MARISCOS-CRUSTACEOS E INVERTEBRADOS ACUAT.	343,639,163
01-ANIMALES VIVOS	302,681,695
20-VEGETALES PREP.-FRUTAS-OTRAS PLANTAS	295,178,084
17-CONFITERIA DE AZUCAR Y AZUCARES	274,395,021
19-CEREALES, HARINA O LECHE	206,277,481
09-CAFE,TE, MATE Y ESPECIAS	182,845,525
21-PREPARACIONES COMESTIBLES DIVERSAS	171,700,300
18-CACAO Y PREPARACIONES DE CACAO	56,416,380
16-PREPARACIONES COMESTIBLES DE CARNE, PESCADO, CRUSTÁCEOS, ETC.	49,632,119
04-PRODS. LACTEOS, HUEVOS, MIEL, PRODS. ANIMALES	32,309,136
12-ACEITES DE SEMILLAS, ETC. GRANOS MISC., ETC.	25,801,353
15-GRASAS DE ANIMAL O VEGETAL, ACEITES, ETC.	23,950,830
05-PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL	18,631,633
02-CARNE Y CARNE COMESTIBLE	16,238,995
23-RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA, ALIMENTOS PREP. PARA ANIMALES	11,340,681
11-PRODUCTOS DE MOLIENDA; MALTA, ALMIDON, ETC.	9,092,973
10-CEREALES	3,715,790

Fuente: Con base en datos de Office of Trade and Economic Analysis (OTEA), Trade Development, International Trade Administration, U.S. Department of Commerce.

* La cifra de las exportaciones de México a Estados Unidos en 2002 que maneja la Secretaría de Economía de México (\$142,953,000,000) difiere de la que maneja el U.S. Department of Commerce para el mismo año (\$134,732,185,000) debido a diferencias en sus métodos de conteo y conceptos que son considerados.

La liberación arancelaria y el consecuente incremento en el comercio bilateral, generaron la creación de empleos en Illinois, sobre todo en el sector manufacturero y de servicios. Si bien ya existía en la zona metropolitana de Chicago una importante comunidad de origen mexicano desde hacía por lo menos un siglo²⁶, las oportunidades laborales creadas por el TLC incidieron en los flujos de inmigrantes mexicanos que llegaba a Chicago para ocupar trabajos disponibles sobre todo de baja especialización.

El mismo incremento de la inmigración mexicana a Chicago, y el crecimiento natural de la población de origen mexicano en la zona, crearon a su vez una mayor demanda de productos alimenticios de origen auténticamente mexicano, ya que los inmigrantes recién llegados exigían marcas de productos originales de México: se había expandido así el mercado de los productos alimenticios y bebidas mexicanas, creando lo que se ha dado en llamar el "mercado de la nostalgia."

Más aún, el TLC trajo consigo, por ejemplo, que en noviembre de 1997 se levantara la prohibición que había existido durante 83 años por importar aguacates frescos Hass de México, al eliminarse barreras comerciales que no estaban ni técnica ni científicamente justificadas.²⁷ Era evidente que en el sector alimenticio y bebidas el TLC había traído beneficios inmediatos para ambos países.

El término "alimentos procesados" es muy amplio y genérico, implicando un producto alimenticio final que sufrió un proceso de transformación para su elaboración, a diferencia de un producto fresco, congelado o perecedero. Por tal motivo, diversos "alimentos procesados" pueden quedar clasificados en diferentes capítulos del sistema armonizado de clasificación arancelaria.

La mayoría de los alimentos procesados y bebidas que exporta México a Estados Unidos y que están clasificados en el *Harmonized Tariff Schedule of the United States Chapter 21 Miscellaneous Edible Preparations*, están libres de aranceles aduaneros. El capítulo 21 incluye productos que son consumidos principalmente por la población de origen mexicano en Estados Unidos, tales como salsas y preparaciones, condimentos mezclados y sazónadores mezclados, salsas de tomate y mayonesa (2103), sopas y caldos y preparaciones (2104), y preparaciones alimenticias no consideradas en otras partes, que incluye una larga lista de comestibles diversos (2106).

No existe ninguna clase de controversia comercial con respecto a la inmensa mayoría de las exportaciones de alimentos y bebidas de México hacia Estados Unidos, con las notables excepciones del azúcar, jugo de naranja, la carne de res y de puerco.

²⁶ *Images of America Mexican Chicago*, by Rita Arias and Carlos Tortolero, Arcadia Publishing an imprint of Tempus Publishing, Inc., Chicago, Illinois, reprinted 2002.

²⁷ "Thanks to NAFTA, Mexican Avocados Reach the U.S. Market", in NAFTA Works, November 1997, monthly newsletter published by the Embassy of Mexico, SECOFI-NAFTA Office, Washington, D.C. 1997.

1.4.4. Importancia comercial relativa del comercio bilateral México-Estados Unidos

Existe una considerable desproporción entre las importancias comerciales relativas de cada nación con respecto a la otra: mientras que hasta 2002 Estados Unidos representaba para México 76% de su comercio exterior total (el 89% de las exportaciones totales de México se dirigen a Estados Unidos; el 63% de las importaciones totales de México provienen de Estados Unidos²⁸), México lo era con respecto a Estados Unidos en proporciones que oscilaban en cifras de un solo dígito (8%).

IMPORTANCIA COMERCIAL RELATIVA DEL COMERCIO BILATERAL MEXICO-ESTADOS UNIDOS 2002 MILES DE MILLONES DE DOLARES

IMPORTANCIA DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE PARA MEXICO:

76% DEL COMERCIO EXTERIOR TOTAL DE MEXICO SE CONCENTRA CON ESTADOS UNIDOS

**89% DE LAS EXPORTACIONES TOTALES DE MEXICO SE DIRIGEN A ESTADOS UNIDOS
63% DE LAS IMPORTACIONES TOTALES DE MEXICO PROVIENEN DE ESTADOS UNIDOS**

IMPORTANCIA DEL MERCADO MEXICANO PARA ESTADOS UNIDOS:

8.3% DEL COMERCIO EXTERIOR TOTAL DE ESTADOS UNIDOS SE CONCENTRA CON MEXICO

**7.9% DE LAS EXPORTACIONES TOTALES DE ESTADOS UNIDOS SE DIRIGEN A MEXICO
8.6% DE LAS IMPORTACIONES TOTALES DE ESTADOS UNIDOS PROVIENEN DE MEXICO**

Fuente: Con base en datos de Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce.

²⁸ Cálculos con base en datos de la Secretaría de Economía de México. Julio 2003.

La extremada concentración del comercio exterior de México con el mercado estadounidense es preocupante tanto desde un punto de vista geopolítico como comercial -que es el tema que nos interesa en el presente trabajo- pero refleja una realidad ineludible.

La dependencia del comercio exterior de México de un solo mercado –así sea el más grande del mundo- lo sujeta en extremo a las fluctuaciones que éste pueda sufrir y los períodos de pérdida de vigor de la economía estadounidense encuentran una amplitud magnificada en México. Por otra parte, la estrecha vinculación económica, financiera y comercial que se ha fortalecido entre los dos países con el TLC, permitió que la crisis económica por la que atravesó México en 1994 fuera superada con mayor presteza.

La existencia de un marco legal que regula las relaciones comerciales entre México y Estados Unidos (TLC) si bien introdujo una certidumbre y certeza que antes no existía, también vino a definir el futuro compartido de México y Estados Unidos, en una integración cada vez más íntima y estrecha.

Si bien es claro que Estados Unidos es mucho más importante para México que viceversa -al menos en términos estrictamente comerciales- el grado de interdependencia que se ha alcanzado sobre todo a partir del TLC trasciende el tema económico, financiero y comercial, sobre todo ante el explosivo crecimiento de la población de origen mexicano en Estados Unidos, como lo analizaremos en el capítulo 3.

1.5. Expansión y crisis en Estados Unidos, algunos efectos, 1990-2000

La economía de Estados Unidos ha pasado por profundos cambios en los últimos 30 años. Ante la incertidumbre creada por la crisis petrolera y el aumento de los precios del petróleo, así como por la guerra fría y sus efectos a nivel mundial, desde finales de la década de los años 1970 y principios de los años 1980 la economía estadounidense ingresó a un periodo de inestabilidad que conllevó a recesiones económicas en 1974-1975, una de corta duración en 1980 y la más profunda en 1981-1983.

Entre 1973 y 1983 la economía estadounidense registró tasas anuales promedio de inflación de 8.4% y de desempleo del 7.2% respectivamente; "este fue el periodo de la infame estanflación".²⁹ La recesión económica de 1981-1983 ha sido la más severa en el periodo de la posguerra, provocando que la tasa de desempleo subiera a 10.8% en noviembre de 1982. A partir de su punto más alto en 1981, las tasas de interés en Estados Unidos han mostrado una clara tendencia a la baja, lo mismo que la tasa de inflación.³⁰

La economía estadounidense ha logrado mantenerse desde comienzos de la década de los años 1980 –a pesar de un breve periodo recesivo en 1990-1991– como la locomotora que ha impulsado a la economía mundial junto con Japón y Alemania a la cabeza.

Sin embargo, la explosión de la "burbuja" en la bolsa de valores de las acciones de las empresas de la tecnología de la información (las llamadas empresas "dot.com"), los ataques terroristas de septiembre de 2001, la debilidad de la economía mundial y los mismos ciclos de la economía estadounidense³¹, provocaron que en el primer trimestre de 2001 comenzara un periodo recesivo del cual aun no se recupera del todo la economía de Estados Unidos sobre todo en la creación de empleos. Hacia finales de 2003 ya se lograban detectar signos que apuntan hacia una sólida recuperación durante 2004.

1.5.1. Década de los años 1990

Durante 1983 y 2000 Estados Unidos experimentó uno de sus más largos periodos de expansión económica desde la segunda guerra mundial. Después de una breve recesión durante 1990-1991, la economía reanudó su expansión hasta el primer trimestre de 2001. Durante el periodo 1990-1999 el PNB real de Estados Unidos creció a una tasa de 3.1%, pero si se considera solamente el periodo 1995-1990 la tasa promedio fue de 4.0%.

²⁹ Economic Report of The President transmitted to the Congress February 2000, United States Government Printing Office, Washington, D.C. 2000.

³⁰ Financial Management Theory and Practice, 10th Edition, by Eugene F. Brigham and Michael C. Ehrhardt, South-Western Thomson Learning, 2002.

³¹ Los principios y fines de los ciclos económicos y de negocios son determinados por el Business Cycle Dating Committee of the National Bureau of Economic Research (NBER), una organización privada de economistas profesionales sin fines de lucro.

La recesión de 1990-1991 fue singular a las previas recesiones en el sentido de que se dio en un periodo de reestructuración fundamental de la economía estadounidense: la disminución del empleo manufacturero y el incremento del empleo en el sector servicios, el incremento en la productividad, el fin de la guerra fría y la consecuente reducción en el gasto armamentista, la creciente globalización de la economía mundial, el uso de mano de obra barata en el extranjero a fin de reducir costos e incrementar las ganancias, la firma del TLC con México y Canadá, el advenimiento del internet y su aplicación en las finanzas y negocios y la introducción de nuevos paradigmas de negocios.

Haciendo un recuento de los logros alcanzados durante sus dos periodos de gobierno de enero de 1993 a enero de 2001, el Presidente Bill Clinton señalaba orgulloso en su Reporte Económico de febrero de 2000 que la economía estadounidense era más fuerte que nunca, y que se encontraba en los umbrales de la expansión económica más larga en la historia de Estados Unidos, con 20 millones de nuevos empleos que se habían creado desde que inició su gobierno en enero de 1993, y con la tasa de desempleo más baja en 30 años (4.2%) y la menor inflación desde 1965.³²

El Presidente Clinton agregaba que la expansión había sido profunda y amplia, beneficiando a los estadounidenses de todas las razas, grupos étnicos y niveles de ingresos. Afirmaba que el desempleo entre los hispanos había alcanzado niveles bajos récord (6.4%) y que el nivel de pobreza entre los hispanos se ubicaba en su nivel más bajo desde 1979. De 1993 a 1998 las familias de más bajos ingresos habían disfrutado de un fuerte crecimiento en sus ingresos, lo mismo que los trabajadores en la escala más alta.

El Presidente Clinton señalaba en su reporte que su estrategia económica se había basado en tres pilares:

1. La disciplina fiscal para ayudar a reducir las tasas de interés y fomentar la inversión en los negocios. Cuando Clinton asume la presidencia en enero de 1993, el gobierno de Estados Unidos tenía un déficit presupuestal de \$290 mil millones de dólares y para el año 2000 existía un superávit de \$124 mil millones de dólares. La disciplina fiscal había logrado un "círculo virtuoso" de fuerte inversión, incremento en la productividad, baja inflación y bajo desempleo.
2. La inversión en educación, cuidado de la salud, ciencia y tecnología para cumplir con los desafíos del siglo XXI.
3. La apertura de los mercados externos a fin de que los trabajadores estadounidenses tuvieran una oportunidad justa de competir en el extranjero. Se lograron pactos comerciales históricos tales como el TLC y los acuerdos

³² Economic Report of The President transmitted to the Congress February 2000, op. cit.

de la Ronda Uruguay que condujeron a la creación de la Organización Mundial del Comercio, iniciativas bilaterales con Japón e iniciativas regionales en Europa, Africa, Asia, el continente americano y el medio oriente.

1.5.2. Panorama reciente 2000-2003

La economía estadounidense ingresó al siglo XXI con signos mixtos: por una parte la bolsa de valores, la creación de empleos y el consumo se mantenían fuertes. Por otra parte, ya existían serias dudas sobre los fundamentos sobre los que se basaba el crecimiento de las acciones de las empresas de alta tecnología en la bolsa de valores y la amenaza potencial de un incremento en la inflación impulsaba las tasas de interés al alza, reduciendo con ello la inversión productiva y amenazando la creación de nuevo empleos.

La prolongada bonanza que disfrutó la economía estadounidense durante gran parte de la década de los años 1990 se debió a factores tales como:

El crecimiento vertiginoso en el sector de alta tecnología de la información y su efecto en la bolsa de valores (durante la década de los años 1990, la tasa real de retorno ajustada a la inflación para el mercado accionario fue de 250%, y de 400% sin ajustes³³); incrementos en la productividad; la inversión productiva que creó trabajos en todos los sectores; las sinergias creadas por las fusiones de corporaciones; la confianza de los consumidores que mostraron altos niveles de consumo; la disponibilidad de crédito y la baja inflación, así como a factores externos como el mismo TLC que abrió el mercado mexicano a los productos e inversión estadounidenses reduciendo los costos de producción e incrementando los márgenes de ganancia, y, en general, la globalización de la economía internacional que ha provocado una feroz competencia internacional que redujo los precios para el consumidor estadounidense³⁴, entre otros.

El exorbitante crecimiento del precio de las acciones de las empresas de la tecnología de la información en la bolsa de valores y signos de que la economía se estaba calentando y la inflación podría salirse de control, creaban preocupaciones para Alan Greenspan, Presidente del Sistema de la Reserva Federal, quien catalogaba a dicho crecimiento como una "exuberancia irracional".

³³ Economic Report of The President, February 2000, op. cit.

³⁴ "Is Wal-Mart too powerful?", by Anthony Bianco and Wendy Zellner, BusinessWeek, October 6, 2003.

Analistas financieros expresaban su preocupación por dicha exuberancia irracional y sus efectos en los ahorros del ciudadano común, ya que por medio de los fondos de ahorro, pensiones y mutualistas, cada vez un mayor número de pequeños ahorradores tienen ligado su futuro económico y sus pensiones de retiro al desempeño de la bolsa de valores: en 1992 los ciudadanos estadounidenses habían invertido aproximadamente \$810 mil millones de dólares en fondos mutuos, cifra que en 2002 llegaba a \$5 billones de dólares (“\$5 trillion usdls.”)³⁵

Ante ciertos signos que apuntaban que la economía estaba sobrecalentándose, la Reserva Federal comenzó a elevar la tasa de interés de los fondos federales a fin de reducir el riesgo de la inflación. Durante 1999 y 2000 la Reserva Federal subió la tasa de interés de fondos federales en múltiples ocasiones, al grado de que analistas financieros manifestaron su preocupación de que se estaba poniendo en peligro la expansión económica.

Cuando la economía estadounidense muestra claros signos de desaceleración y estalla la burbuja de las llamadas empresas “dot.com” en la bolsa de valores y se extiende su efecto negativo al resto de la economía, la Reserva Federal cambia su rumbo radicalmente y comienza a bajar la tasa de interés de fondos federales a principios de 2001, pero dichas medidas no impiden que se declare una recesión en el primer trimestre de 2001, por lo que la Reserva Federal continúa bajando la tasa de interés de fondos federales. La Reserva Federal ha bajado la tasa de fondos federales en 13 ocasiones desde inicios de 2001 en un esfuerzo por promover la expansión económica. A finales de octubre de 2003 la tasa de fondos federales se ubicaba en 1%, cifra récord baja en los últimos 45 años.

En el Reporte Económico del Presidente George W. Bush de febrero de 2002, se identificaron varios factores que contribuyeron a la desaceleración de la actividad económica durante 2000 y 2001, a saber:

Las pérdidas en la bolsa de valores, el aumento de los precios de los energéticos, el aumento de las tasas de interés, el colapso del sector de alta tecnología y los efectos persistentes de las preparaciones contra el virus del año 2000 en las computadoras. Bajo este escenario de debilidad económica, los efectos negativos de los ataques terroristas de septiembre 11 de 2001 y la precipitosa caída de la confianza de las empresas y los consumidores a finales de 2001, fueron suficiente para lanzar a la economía a su séptima recesión desde 1960.³⁶

Durante 2001 el consumo de todos los tipos bajó. El crecimiento en el gasto de bienes no durables se redujo a una tasa anual de 1.1% mientras que el gasto en bienes durables se mantuvo atípicamente fuerte durante los tres primeros trimestres de 2001 ya que las compras se elevaron 6.1% y el consumo de servicios creció a una tasa anual de 1.9%.

³⁵ “The Many New Faces of Mutual Funds”, *Fortune*, July 6, 1998 and “Street Myths”, *Fortune*, May 24, 1999.

³⁶ Economic Report of The President February 2002, op. cit.

Dichos patrones de gasto en el consumo –los cuales constituyen dos tercios del PIB³⁷ - reflejaban varias variables económicas concurrentes:

Por el lado negativo, las pérdidas en los mercados de valores y el deterioro en los mercados laborales redujeron los ingresos y la confianza de los consumidores. Por el lado positivo, los precios de las casas continuaron elevándose hasta llegar a una tasa anual de 8%. Adicionalmente, las bajas tasas de interés en las hipotecas provocaron una gran ola de refinanciamiento de hipotecas, transformando la equidad de las casas en formas más líquidas de riqueza. Para el tercer trimestre de 2001 el crecimiento real del PIB registró una contracción anualizada de 1.3%.

Desde que comenzó oficialmente la recesión en el primer trimestre de 2001, miles de personas han perdido sus empleos y por ende ha disminuido el gasto del consumidor. La Reserva Federal bajó la tasa de interés de fondos federales a niveles record en 2003, en un afán por reactivar la actividad económica. El gobierno del Presidente George W. Bush ha propuesto una amplia reforma fiscal que estimule la creación de empleos y la actividad económica.³⁸ A mediados de 2003 el gobierno de Estados Unidos emitió millones de cheques a la población que pudo deducir impuestos por dependiente económico, a fin de motivar el consumo.

Hasta el tercer trimestre de 2003 la economía estadounidense ya mostraba signos positivos de recuperación, pero sin embargo su efecto no se reflejaba en la creación de empleos y se hablaba de una “recuperación sin creación de empleos”, ya que paradójicamente las empresas estadounidenses han logrado incrementar su productividad al alcanzar mayores niveles de producción con menor número de trabajadores, o bien han trasladado sus procesos a países con mano de obra más barata, como es el caso notable de China.

Bajo este panorama, continúa la tendencia en Estados Unidos de pasar de ser una economía predominantemente industrial a una de servicios, cuyos efectos son muy diversos dependiendo de la región en cada estado de Estados Unidos.³⁹

Un ejemplo que tipifica claramente la magnitud de los cambios que se están dando en el sector servicios y la introducción de nuevos paradigmas de negocios para reducir costos e incrementar los márgenes de ganancias, ya sea incrementando el uso de la tecnología y/o la reubicación de procesos productivos, es el de Wal-Mart.

³⁷ Economics: Principles, Problems, and Policies, 15th edition, by Campbell R. McConnell and Stanley L. Brue McGraw-Hill Irwin, New York, NY, 2002.

³⁸ Economic Report of The President transmitted to the Congress February 2002, United States Government Printing Office, Washington, D.C. 2002

³⁹ “A decade of economic change and population shifts in U.S. regions”, by William G. Demig, Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. November 1996.

Corporaciones como la petrolera AMOCO y la automotriz Chrysler han dejado de ser de capital mayoritario estadounidense al ser adquiridas por capital británico y alemán, respectivamente. La industria de la aviación comercial se encuentra en una posición débil, y United Airlines, la empresa aérea más grande del mundo, se declaró en bancarrota en 2002 y se acogió al Capítulo 11 de la ley de bancarrota.

La explosión de la burbuja en el sector de la tecnología de la información ha tenido un efecto de cascada en industrias del sector y sus proveedores y cadenas de distribución y logística, tales como los fabricantes de computadoras y equipo de telecomunicaciones (Motorola), diseño de software, componentes eléctricos y electrónicos, proveedores de plástico, cableado y arneses, chips, compañías transportistas y de carga aérea, terrestre y marítima, agentes aduanales, etc.

La recesión económica que comenzó el primer trimestre de 2001 terminó oficialmente en noviembre de 2001. Sin embargo, desde entonces más de un millón de trabajadores han perdido sus empleos y grandes porciones de la industria estadounidense permanecen estancadas con capacidad ociosa en niveles que no se habían visto desde hace 20 años.

Numerosos signos que han emergido desde mediados de 2003 sugieren que se ha iniciado una recuperación, pero existen riesgos económicos mientras no se creen más empleos. La economía de Estados Unidos creció 8.2% durante el tercer trimestre de 2003. Pronósticos ubican un sólido crecimiento de 4% durante 2004.

Sin embargo, las empresas han mostrado una notable habilidad para satisfacer incrementos en la demanda de bienes y servicios sin contratar nuevos trabajadores. Durante el tercer trimestre de 2003 se perdieron 41,000 empleos a pesar de la marcha hacia la recuperación. Logros en el incremento de la productividad sugieren que bajar la actual tasa de desempleo de 6.1% será penosamente lento. Con el desempleo relativamente alto y la gran capacidad ociosa que existe, diversos economistas sugieren que la tasa de la inflación, ya de por sí en niveles bajos que no se registraban desde hacía 37 años, podría incluso bajar aún más.

En el periodo de 12 meses que concluyó en septiembre de 2003, el Índice de Precios al Consumidor se elevó solamente 1.2%, esto es un punto porcentual completo menos que la tasa del año previo. Por tal motivo, el Comité Federal del Mercado Abierto, del Sistema de la Reserva Federal, en su reunión de octubre de 2003, anunció que mantendría la tasa de fondos federales en 1%.⁴⁰

⁴⁰ "Fed holds U.S. rates steady. Officials concerned about low inflation", Crain's Chicago Business, October 28, 2003.

1.5.2.1. Recesión económica y comercio exterior

La recesión de 2001 ha afectado negativamente al comercio exterior de Estados Unidos. Los principales socios comerciales de Estados Unidos, Canadá y México, han sufrido sus propios problemas económicos. El crecimiento económico en Canadá comenzó a caer en 2000 junto con la recesión en Estados Unidos que redujo las exportaciones de Canadá. El comercio bilateral México-Estados Unidos también se redujo, como lo analizamos previamente.

En 2001 las exportaciones e importaciones de Estados Unidos descendieron significativamente: las exportaciones reales de bienes y servicios, medidas a una tasa anual, descendieron \$95.3 mil millones de dólares sobre todo debido a un descenso en las exportaciones de bienes de capital –especialmente bienes de alta tecnología- como resultado del desaceleramiento de la economía mundial.

Por su parte, las importaciones reales descendieron \$105.3 mil millones de dólares, sufriendo una de sus caídas récord en el tercer trimestre de 2001, debido principalmente al estado de emergencia creado después de los ataques terroristas de septiembre que afectaron el flujo internacional de personas y mercancías.

El trastorno en los mercados financieros fue serio debido al daño en la infraestructura del bajo Manhattan donde se ubican componentes clave del centro financiero y comercial de Estados Unidos y del comercio mundial en general, donde se procesan billones de dólares en transacciones en un día laboral típico. Las bolsas de valores cerraron temporalmente por una semana y cuando abrieron de nueva cuenta los valores de las acciones habían caído en \$500 mil millones de dólares.⁴¹

El espacio aéreo de Estados Unidos estuvo cerrado por varios días después de los ataques terroristas, afectando seriamente el movimiento de viajeros y de carga aérea, lo mismo que la carga terrestre debido a los retrasos causados por el incremento en las medidas de seguridad. Los negocios que confían en entrega de mercancías altamente sincronizadas (“Just-In-Time” principalmente) fueron forzados a parar sus líneas de producción y en algunos casos provocaron el cierre de fábricas, creando interrupciones en todo el sistema de producción y distribución.

⁴¹ Economic Report of The President February 2001, op. cit.

1.5.2.2. Principales impactos de la recesión y de la disminución comercial

La recesión económica que comenzó en el primer trimestre de 2001 ha tenido un profundo efecto negativo en los mercados laborales. La nómina de empleos privados no agrícolas cayó en aproximadamente 1.5 millones en 2001, recayendo la mayor parte en el sector manufacturero, particularmente en las industrias de bienes de consumo duraderos, donde se perdieron más de un millón de empleos desde diciembre de 2000.

El empleo en parte del sector servicios también cayó aunque en menor medida, al eliminarse aproximadamente 550,000 empleos, si bien en otras áreas de los servicios como el del cuidado de la salud se logró incluso crear empleos. Al bajar la actividad empresarial, se eliminaron viajes de negocios y similares, lo que ha provocado que se hayan dado recortes de personal en el sector de servicios de viajes y turismo los cuales han afectado el empleo en el transporte aéreo, agencias de viajes, hoteles, parques de diversiones y entretenimiento.

La globalización de la economía mundial, el avance tecnológico de los medios de comunicación y transmisión de información vía digital, permiten a las empresas recibir información relevante para su toma de decisiones de una manera instantánea.

La apertura de mercados en el extranjero ha provocado una competencia más aguda entre las empresas de todo el mundo. La introducción de nuevos paradigmas de negocios ha forzado a las empresas a la búsqueda de medios de producción más eficientes que reduzcan sus costos a fin de mantenerse competitivos en el mercado y que incrementen sus márgenes de ganancias.

El desarrollo de los medios de transporte ha logrado desarrollar economías de escala y de alcance que han bajado sus costos. Bajo este panorama, cada vez más empresas estadounidenses han reubicado sus operaciones productivas en países extranjeros con mano de obra más barata. El ingreso de China a la Organización Mundial del Comercio ha traído consigo no solamente la promesa del mercado de consumidores más grande y numeroso del mundo, sino la posibilidad de abaratar costos.⁴² Los costos de transporte en Asia se han reducido notablemente y han permitido que el tránsito transoceánico sea económico.

⁴² "Midwest manufacturing and trade with China", by William Testa, Jay Liao and Alexei Zelenev, Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago, November 2003.

El alto precio de la mano de obra en Estados Unidos, los altos costos que imponen los sindicatos en algunas industrias (un caso concreto es el sector automotriz con General Motors como ejemplo), la introducción de medios de producción más eficientes, el uso intensivo de la tecnología, la competencia por los mercados de consumidores por medio de precios bajos, y la misma competencia extranjera con importaciones más baratas, han forzado a las empresas estadounidenses a reubicar sus procesos productivos en países con mano de obra e insumos baratos.

Muchos empleos en manufactura se han perdido en Estados Unidos en los años recientes mientras que muchos más en el sector servicios se han creado. Sin embargo, una tendencia preocupante que ha empezado a tomar forma es que incluso empleos en el sector servicios estén comenzando a reubicarse en países con mano de obra más barata. Cada vez más servicios profesionales como contaduría, análisis financiero, servicios bancarios, diseño de sistemas y software, y atención al público vía telefónica se han reubicado en países como India.⁴³

La recesión de 2001 ha puesto de manifiesto que el debate en Estados Unidos ya no gira tanto en torno al tema de la creciente importancia del sector servicios a costa del sector manufacturero, sino al hecho de que cada vez más trabajos –ya sean del sector manufactura o del sector servicios- son proporcionados desde el extranjero, con la consecuente pérdida de empleos en Estados Unidos. La “recuperación sin creación de empleos” y el desempleo mismo pueden provocar tensiones en Estados Unidos que podrían conducir a reacciones severas por parte de las autoridades gubernamentales.⁴⁴

⁴³ “The rise of India and what it means for America”, by Manjeet Kripalani and Pete Engardio, BusinessWeek, December 8, 2003.

⁴⁴ “Is Midwest manufacturing at a crossroads?”, by William A. Testa and Thomas Klier, Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago. December 2003.

CAPITULO 2

COMERCIO EXTERIOR MEXICO-ILLINOIS 1985-2002

2.1. Perfil del estado de Illinois y zona metropolitana de Chicago

2.1.1. Actividad económica

Illinois es uno de los seis principales estados exportadores de Estados Unidos y que cuenta con una base industrial diversificada. La población del estado (12,600,620 habitantes según cifras oficiales disponibles para 2002), se encuentra mayormente distribuida en las principales ciudades del norte del estado, tales como Chicago y su zona metropolitana (aproximadamente 6 millones de habitantes) que comprende a ciudades cercanas tales como Aurora (tercera ciudad más poblada de Illinois), Naperville (cuarta ciudad más poblada e Illinois), Cícero, Elgin, Joliet e incluso se puede considerar a Rockford (segunda ciudad más poblada de Illinois) que se ubica un poco más hacia el oeste de la zona urbana de Chicago.

La ciudad de Chicago es considerada la capital del Medio Oeste de Estados Unidos debido a su poder económico y político y alta concentración de la población (Chicago es la tercera ciudad de Estados Unidos con 2,896,016 habitantes, solo superada por Nueva York con 8,008,278 habitantes y Los Angeles 3,694,820), y su influencia se extiende a los estados vecinos de Wisconsin, Indiana, Michigan, Missouri y Iowa, entre otros.

Chicago ha cambiado su perfil de ser una ciudad de chimeneas humeantes (el llamado "Rust Belt"), ya que si bien aún cuenta con una amplia y poderosa industria de transformación y manufacturera, ha logrado desarrollar otras industrias tales como de alta tecnología, investigación y desarrollo científico y tecnológico, telecomunicaciones, electrónicos, eléctricos, tecnología de la información, alimentos procesados, ensamble de automóviles y partes automotrices, químicos, petroquímicos y farmacéuticos, transporte, así como servicios financieros, bancarios y de seguros, agencias de publicidad y mercadotecnia, convenciones y turismo, y salud y hospitales, entre otros.

El aeropuerto internacional O'Hare ha sido un polo de desarrollo para aerolíneas, transporte terrestre de carga (camiones y ferrocarril) y multimodal, manufactura y empaque ligero, consolidadores de carga y agentes aduanales.

La zona metropolitana de Chicago es sede de corporaciones internacionales y Fortune 500 tales como McDonald's, Boeing, Motorola, Baxter, Abbott, Navistar, Sears Roebuck, R. R. Donnelley, Sara Lee, Quaker Oats, Stone Container, Inland Steel, Premark, ITW, Dean Foods, Chicago Tribune, NALCO, WM Wrigley, y Alberto-Culver, entre otras.

Hacia el oeste del estado, la ciudad de Moline cuenta con una base industrial manufacturera muy importante y es la sede de empresas internacionales como John Deere. Hacia el centro del estado se ubican ciudades como Peoria, sede de la corporación Caterpillar; las zonas urbanas de Normal/Bloomington y Urbana/Champaign con importantes universidades y centros de investigación científica y desarrollo tecnológico; Decatur sede de la compañía internacional Archer Daniels Midland; y Springfield la capital del estado. El resto del estado y hacia el sur es dominado principalmente por la actividad agrícola y en menor medida ganadera, minera y forestal y algunas actividades de manufactura ligera.

Paralelamente a la existencia de trabajos altamente especializados y remunerados, existe una disponibilidad de empleos de manufactura ligera en las fábricas y en el sector servicios tales como hoteles, restaurantes, jardinería y construcción y mantenimiento y aseo de casas. Gran parte de los empleados en estas actividades son de origen mexicano que han incrementado su número en la década pasada ante la existencia de dichas oportunidades de empleo; sin embargo, como ya lo mencionamos anteriormente, la población de origen mexicano no es nueva en la zona ya que los primeros inmigrantes mexicanos comenzaron a llegar a finales de los 1890's atraídos por los trabajos en las fábricas, acereras, ferrocarriles y empacadoras de carne.

2.2. Exportaciones totales de Illinois

La amplia y diversificada base industrial con que cuenta Illinois, lo convierte en uno de los seis principales estados exportadores de Estados Unidos. Durante la década de los ochenta, las exportaciones del estado de Illinois crecieron a una tasa anual más alta que la tasa promedio para todos los estados de Estados Unidos.⁴⁵

Las exportaciones totales de Illinois a todo el mundo en 1987 fueron por un valor de \$6.9 mil millones de dólares, cifra que creció a \$15.7 mil millones de dólares en 1990, esto es un crecimiento de 127.5% en tan solo tres años; para 1993 ascendieron a \$21,962 millones de dólares, esto es un crecimiento de 67% con respecto a 1990.

En 1992 las exportaciones de Illinois a México fueron por un valor de \$1,349 millones de dólares, lo cual representa un crecimiento de 385% con respecto a las cifras de 1987 (\$278 millones), esto es solamente cinco años antes.⁴⁶ (Véase el apartado 2.4)

EXPORTACIONES TOTALES DE ILLINOIS 1989-1993 (MILLONES DE DOLARES)

1989	1990	1991	1992	1993
\$13,158	15,697	16,465	17,622	21,962

Fuente: U.S. Department of Commerce-Massachusetts Institute for Social and Economic Research (MISER), Illinois Department of Commerce and Community Affairs-Research/Analysis Division, 1994.

⁴⁵ "Illinois in the International Marketplace", Illinois Department of Commerce and Community Affairs, Chicago, IL 1994.

⁴⁶ Department of Commerce and Community Affairs, State of Illinois, con base en datos de Massachusetts Institute for Social and Economic Research.

Canadá es el principal mercado de exportación de Illinois, seguido de México y Japón. En 1992 las exportaciones de Illinois a México representaban el 7.6% de su total exportado a todo el mundo.

**PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIÓN DEL
ESTADO DE ILLINOIS EN 1992
(MILLONES DE DOLARES)**

Total mundial	\$17,622,000,020
Canadá	5,234,134,326
México	1,349,283,453
Japón	1,236,374,657
Alemania	920,962,748
Resto del mundo	8,881,247,000

Fuente: "Illinois in the International Marketplace", Illinois Department of Commerce and Community Affairs, 1994, con base en datos del U.S. Department of Commerce, MISER

2.2.1. Principales exportaciones de Illinois

Illinois es un estado con una base industrial diversificada y un fuerte sector de servicios financieros. Las principales exportaciones sectoriales de Illinois son las siguientes:

PRINCIPALES EXPORTACIONES INDUSTRIALES DE ILLINOIS 1992-1993 (MILLONES DE DOLARES)

Producto	1993	1992	Porcentaje del total	
			1992	1993
Maquinaria no eléctrica	\$5,951	\$4,718	27.1%	26.8%
Maquinaria eléctrica	4,011	3,054	18.3	17.4
Productos químicos	3,113	2,293	14.2	13.0
Equipo de transporte	1,672	1,961	7.6	11.2
Productos alimenticios	1,293	810	5.9	4.6
Instrumentos científicos	993	809	4.5	4.6
Metales fabricados	646	758	2.9	4.3
Manufacturas diversas	497	521	2.3	3.0
Metales primarios	451	494	2.1	2.8
Productos de caucho	448	493	2.0	2.8
Otras manufacturas	2,887	1,711	13.2	9.5
Total manufacturas	\$21,962	\$17,622	100%	100%

Fuente: Illinois Department of Commerce and Community Affairs, Chicago, Illinois, 1994.

En 1990 las principales empresas exportadoras de Illinois eran las siguientes:

**LAS 10 PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE ILLINOIS EN 1990
(MILLONES DE DOLARES)**

<u>Nombre</u>	<u>Exportaciones*</u>	<u>Ventas</u>	<u>Productos</u>
Caterpillar	\$3,344.2	\$11,146	Tractocamiones, maquinaria, etc.
Motorola	2,319.0	9,600	Telecomunicaciones y semiconductores
FMC Corp.	1,240.0	3,450	Productos químicos, maquinaria, etc.
Deere and Co.	742.0	7,200	Tractores, maquinaria, etc.
AMOCO Corp.	729.3	26,760	Petroquímicos, gasolina, etc.
Abbott	685.2	5,380	Farmacéuticos, etc.
Baxter Intl.	484.0	7,400	Productos químicos
Navistar Intl.	397.1	3,854	Camiones
A M Intl.	394.2	876	Equipo para impresión
IMC Fertilizantes	263.0	1,105	Fertilizantes

* Exportaciones totales mundiales
Fuente: Crain's Chicago Business, 1990.

2.3. Exportaciones de Illinois a México antes del TLC

Illinois fue uno de los cinco principales estados de Estados Unidos beneficiarios de la apertura comercial de México en la década de los ochenta.⁴⁷ En 1993 Illinois tenía un Producto Estatal Bruto del orden de \$260 mil millones de dólares, lo que lo convertiría en la 13ª economía del mundo, si Illinois fuera un país.⁴⁸

LOS 10 PRINCIPALES ESTADOS DE ESTADOS UNIDOS QUE EXPORTAN A MEXICO 1992

ESTADO	VALOR EN MILES DE MILLONES DE DOLARES	EMPLEOS DEL SECTOR MANUFACTURERO APOYADOS POR DICHAS EXPORTACIONES
TEXAS	\$18.839	148,000
CALIFORNIA	6.557	110,000
ARIZONA	1.845	21,200
MICHIGAN	1.421	31,000
ILLINOIS	1.349	30,000
NUEVA YORK	0.934	16,400
LOUISIANA	0.753	2,800
PENNSYLVANIA	0.742	23,300
OHIO	0.707	15,000
FLORIDA	0.663	9,300

Fuente: U.S. Department of Commerce y oficinas de desarrollo de los estados.

⁴⁷ U.S. Exports to Mexico. A State-By-State Overview 1987-1991, International Trade Administration, U.S. Department of Commerce, July 1992.

⁴⁸ "Land of Lincoln's Global Boom. The business of Illinois is business -global business", World Trade, February 1994.

El perfil industrial de Illinois se complementaba perfectamente con el tipo de productos que México necesitaba para su planta productiva en esa época inicial de apertura comercial: "Debido a la composición industrial de Illinois, el TLC deberá tener un efecto positivo mayor en Illinois que en Estados Unidos como un todo", afirmaba una funcionaria de la oficina de negocios internacionales del estado de Illinois.⁴⁹

Las exportaciones de 21 sectores en Illinois que habían duplicado sus exportaciones a México para 1992 incluían: ganado, minerales no metálicos, productos alimenticios, textiles y prendas de vestir, productos de papel, químicos, productos de plástico y caucho, productos de piel, industrias metálicas primarias y piezas fabricadas, maquinaria industrial y computadoras, equipo eléctrico y electrónico, equipo de transporte, e instrumentos científicos y medición.⁵⁰ A principios de la década de los noventa se calculaba que la actividad de procesamiento de alimentos era la segunda actividad de manufactura en el estado con casi \$10 mil millones de dólares anuales de valor agregado.⁵¹

No solo las grandes empresas incrementaron sus exportaciones al aprovechar la apertura comercial de México, incluso pequeñas y medianas empresas de Illinois se beneficiaron y no tuvieron que esperar a que concluyeran las entonces en proceso negociaciones del TLC.⁵²

Los principales sectores de la economía estadounidense que se calculaba antes de la firma del TLC que mayormente se beneficiarían eran exactamente las principales industrias exportadoras de Illinois, esto es, maquinaria no eléctrica, equipo electrónico, químicos y equipo de transporte, "creando miles de empleos para Illinois y un impulso económico para nuestro estado", según afirmaba el Gobernador de Illinois, Jim Edgar.⁵³ No es de sorprender que el entonces Gobernador Edgar hubiera realizado 4 viajes de negocios encabezando misiones de empresarios a México en sus 8 años como gobernador, promediando un viaje a México cada dos años.⁵⁴

⁴⁹"What NAFTA Means to Illinois", by Marcia Tjader, Manager International Business Division, Department of Commerce and Community Affairs, State of Illinois, February 1994.

⁵⁰ "The Impact of The North American Free Trade Agreement on Illinois", U.S. Council of The Mexico-U.S. Business Committee, A Committee of the Council of The Americas, prepared by The Trade Partnership, Washington, D.C., September 1992.

⁵¹ "Illinois Facts", Illinois Department of Commerce and Community Affairs, 1993.

⁵² "I am not waiting for NAFTA Clinton cheerleads, Congress stalls, Perot fumes, but local entrepreneurs like Jeff Victor are already Mexico-bound", Crain's Small Business Chicago Edition, September, 1993.

⁵³ Governor Jim Edgar, "Remarks on Free Trade", 1992 Republican National Convention, August 17, 1992.

⁵⁴ "Illinois woos trade from Mexico Edgar leads business delegation on hunt for orders", Chicago Tribune, March 28, 1997.

2.3.1. Análisis sectorial de las principales exportaciones de Illinois a México

En 1992, las principales exportaciones de Illinois a México, que ascendían al 81% del total, fueron:

- Maquinaria industrial y computadoras (\$508 millones)
- Equipo de transporte (\$165 millones)
- Equipo eléctrico y electrónico (\$138 millones)
- Productos de metales primarios (\$109 millones)
- Productos alimenticios (\$93 millones)
- Químicos (\$89 millones)

De acuerdo a un estudio de la U.S. International Trade Commission⁵⁵ que fue preparado a petición del Congreso de Estados Unidos, se estimaba que el TLC tendría los siguientes efectos en los sectores que se mencionan a continuación.

(Nota del autor: inmediatamente después de las cifras de los pronósticos que se hacían para cada sector, se añaden las cifras de lo que sucedió en la realidad para los datos más recientes en el periodo 2001-2002. Los años 2001-2002 fueron un periodo atípico ya que la recesión económica en Estados Unidos en 2001 había hecho descender los flujos comerciales con respecto al año previo, por lo que el repunte de 2001 a 2002 debe analizarse con reservas debido a este hecho). Véase cuadro al final de esta sección de análisis sectorial.

2.3.1.1. Maquinaria industrial y computadoras

Pronóstico: El TLC eliminaría los aranceles aduaneros que México aplicaba a maquinaria industrial y computadoras y que oscilaban entre el 10% y el 20%, lo que provocaría que ambos sectores excederían sus tasas anuales de crecimiento del 20%, al añadir un crecimiento estimado adicional de 6% en el corto plazo y 10% en el largo plazo.⁵⁶

⁵⁵ Potential Impact on the U.S. Economy and Selected Industries of the North American Free-Trade Agreement, U.S. International Trade Commission, January 1993.

⁵⁶ "Illinois Key Industry Impacts: North American Free Trade Agreement", Illinois Department of Commerce and Community Affairs, May, 1993.

Realidad: Dichas estimaciones han sido superadas en la realidad, ya que tan solo en el periodo de un simple año (2001-2002) las exportaciones de computadoras de Illinois a México crecieron 127.8%. Los productos electrónicos y computadoras son los principales productos de exportación de Illinois a México: en 2002 el valor de las exportaciones de dichos productos fue de \$1,543,666,154 dólares.

Por su parte, las exportaciones de maquinaria industrial crecieron 8.04% para el mismo periodo señalado.

2.3.1.2. Equipo de transporte

Pronóstico: El TLC eliminaría restricciones que habían mantenido cerrado al mercado mexicano de equipo de transporte. Se calculaba que en la industria de autopartes la producción subiría de 6% a 15% y el empleo en menos del 5%.

Realidad: Los pronósticos también fueron superados en este sector: en 2001-2002 las exportaciones de equipo de transporte de Illinois a México crecieron 40.01%

2.3.1.3. Equipo eléctrico y electrónico

Pronóstico: Este sector se beneficiaría mayormente por la eliminación de aranceles que llegaban hasta el 20%. Se calculaba que 57,000 empleos en Illinois dependían directa e indirectamente en 1993 de las exportaciones a México.

Realidad: El caso del equipo eléctrico es uno de los pocos sectores que mostraron una caída en el periodo 2001-2002, al registrar un descenso de -13.19%; sin embargo, un año antes (2000-2001), las exportaciones de equipo eléctrico de Illinois a México habían crecido 33.6%.

El caso del equipo electrónico debe tomarse con reservas ya que para fines estadísticos se une al de computadoras, que como vimos anteriormente, creció 127.8% en 2001-2002.

2.3.1.4. Productos de metales primarios

Pronóstico: Si bien no había estudios determinantes sobre estos productos, se estimaba que la capacidad tecnológica de las empresas estadounidenses del sector sería un factor decisivo para su expansión en México, si bien se calculaba un modesto incremento de menos del 1% de la industria siderúrgica estadounidense.

Realidad: Las exportaciones de manufacturas primarias de metal de Illinois a México cayeron 6.45% en 2001-2002 y 25.95% en 2000-2001.

2.3.1.5. Químicos

Pronóstico: Los petroquímicos y químicos de Illinois serían más competitivos al reducirse los aranceles aduaneros y barreras no arancelarias, además que se abriría la industria química mexicana a la inversión de los socios norteamericanos (canadienses y estadounidenses).

Realidad: Las exportaciones de productos químicos crecieron 12.92% en 2001-2002.

2.3.1.6. Productos agrícolas

Pronóstico: El sector agrícola de México cuenta con productos que se abrirán al último del periodo de 15 años establecido por el TLC, pero se calculaba que las exportaciones agrícolas de Estados Unidos a México se elevarían entre \$1.5 y \$2 mil millones de dólares al final del periodo de 15 años que el TLC establece para la eliminación total de aranceles

Realidad: Las exportaciones de productos agrícolas de Illinois a México crecieron 25.29% en el periodo 2001-2002, al alcanzar la cifra de \$531,630,738 dólares en 2002. Los productos agrícolas ocupan el segundo lugar en las exportaciones de Illinois a México.

2.3.1.7. Servicios

El U.S. Bureau of Labor Statistics predecía que la mayor parte del crecimiento en el empleo en la economía estadounidense provendría del sector servicios. La apertura que se establecía en el TLC abría la posibilidad de incrementar notablemente la participación de empresas de Illinois en servicios tales como bancarios, seguros, servicios empresariales y de consultoría, ingeniería y construcción, telecomunicaciones y servicios de información.

PRINCIPALES EXPORTACIONES DE ILLINOIS A MEXICO 2000-2002
SECTORES SELECTOS
CIFRAS EN DOLARES

DESCRIPCIÓN	2000	2001	2002	%	%
				<u>2000-01</u>	<u>2001-02</u>
TOTAL TODAS LAS INDUSTRIAS	3,385,381,915	3,603,757,846	4,780,283,866	6.45	32.65
MAQ. INDUSTRIAL	521,619,846	490,760,190	530,209,999	-5.92	8.04
COMPUTADORAS Y ELECTRÓNICOS	607,488,397	677,560,070	1,543,666,154	11.53	127.83
EQUIPO DE TRANSPORTE	149,891,605	176,132,883	246,609,562	17.51	40.01
EQUIP. ELECTRICO	336,500,699	449,560,179	390,256,292	33.60	-13.19
PRODS. METALES PRIMARIOS	129,323,029	95,767,840	89,592,618	-25.95	-6.45
QUÍMICOS	282,793,691	263,340,707	297,375,770	-6.88	12.92
PRODS. AGRÍCOLAS	317,615,378	424,314,566	531,630,738	33.59	25.29

Fuente: Con base en datos de U. S. Department of Commerce. Massachusetts Institute for Social and Economic Research (MISER)

2.3.2. Empresas de Illinois con operaciones en México

En 1991, 82 empresas de Illinois tenían operaciones de diversa índole en México, como se puede observar en la siguiente lista (cabe señalar que otras empresas adicionales de Illinois exportaban a México y no necesariamente tenían oficinas de representación en México, lo cual en realidad elevaría el número de empresas de Illinois con actividad comercial en México):

EMPRESAS DE ILLINOIS CON OPERACIONES EN MEXICO EN 1991

EMPRESA**PRODUCTOS**

1. Abbott Laboratories	Farmacéuticos y productos de laboratorio
2. Acco International, Inc.	Papelería y artículos para oficina
3. Alberto-Culver Co.	Shampoos y artículos para el cabello
4. AM International, Inc.	Manufactura, venta y servicios para la industria de la comunicación gráfica y sistemas de información
5. AMOCO	Petroquímicos
6. Andrew Corporation	Sistemas de telecomunicaciones
7. Baker and McKenzie	Abogados
8. Barton Brands LTD	Distribuidores de bebidas alcohólicas
9. Baxter Travenol Labs. Inc.	Farmacéuticos y productos médicos
10. Belvedere Co.	Equipo para salones de belleza
11. Samuel Bingham Co.	Equipo y refacciones para la industria gráfica
12. Binks Mfg. Co.	Equipo para pintar y similares
13. Blackstone Mfg., Co. Inc.	Partes automotrices
14. Bliss & Laughlin Ind.	Servicios industriales
15. Borg-Warner Corp.	Partes automotrices
16. Boss Manufacturing Co.	Equipo y ropa de seguridad
17. BRK Electronics	Detectores de humo, extinguidores y similares
18. Brunswick Corp.	Equipo deportivo
19. Budget Rent-A-Car	Renta de automóviles
20. Leo Burnett	Agencia de publicidad
21. Caterpillar	Equipo y maquinaria de construcción
22. Chicago Raw Hide	Sellos y filtros
23. Coilcraft Inc.	Equipo eléctrico y partes
24. Commerce Clearing House, Inc.	Servicios profesionales
25. Continental Bank	Servicios bancarios
26. John Crane	Manufacturas de sellos y similares
27. Deere & Co.	Equipo para construcción y agrícola
28. DeKalb Plant Genetics	Productos agrícolas y similares
29. DeKalb-Pfizer Genetics	Semillas agrícolas
30. Dietzgen Corp.	Equipo para las artes gráficas
31. R. R. Donnelley	Material impreso
32. Dukane Corp.	Equipo de comunicaciones
33. Encyclopedia Britannica	Enciclopedias
34. First National Bank of Chicago	Servicios bancarios
35. FMC Corp.	Maquinaria y químicos industriales y agrícolas
36. Foote Cone & Belding	Agencia de publicidad
37. GATX Corp.	Equipos y servicios para ferrocarriles
38. General Binding Corp.	Material para oficinas

39. Gould, Inc.	Sistemas eléctricos
40. Grant Thornton, Intl.	Contadores y consultores
41. Griffith Laboratories	Equipo e ingredientes para la industria alimenticia
42. Hammond Organ Co.	Instrumentos musicales
43. Helène Curtis	Cosméticos y similares
44. Honeggers Co.	Abastecimientos ganaderos y agrícolas
45. Hyatt Intl. Corp.	Hoteles
46. Illinois Tool Works	Herramientas y similares
47. International Minerals & Chemicals Corp.	Fertilizantes y productos químicos
48. Joslyn Corp.	Equipos eléctricos
49. A T Kearny	Consultores
50. Kraft Inc.	Productos alimenticios
51. Liquid Carbonic Corp.	Gases comprimidos y similares
52. Maremont Corp.	Partes automotrices
53. Morton Intl.	Adhesivos, recubrimientos y similares
54. Motorola	Equipo de telecomunicaciones
55. Multigraphics	Sistemas para la industria gráfica
56. NALCO Chemical	Químicos para tratamiento de aguas
57. A C Nielsen	Investigación de mercados
58. Pettibone Corp.	Equipo y maquinaria pesada
59. Plastic Contact Lens	Lentes de contacto
60. Plibrico Co.	Refractarios, servicios de ingeniería
61. Pneumo Abex Corp.	Partes automotrices
62. Powers Regulator Co.	Sistemas de control
63. Premark Intl. Inc.	Manufacturas diversas
64. Quaker Oats Co.	Productos alimenticios
65. Rand McNally	Mapas
66. G D Searle	Productos químicos, farmacéuticos
67. Sears Roebuck	Tiendas de ropa, domésticos, etc.
68. Shure Bros. Inc.	Micrófonos, equipo electrónico
69. Skil Corp.	Herramientas eléctricas
70. Square D	Equipos y sistemas eléctricos
71. Stepan Co.	Químicos intermedios
72. Stewart-Warner Corp.	Herramientas industriales y partes
73. Stone Container	Papel y empaques
74. Sun Electric Corp.	Equipo para diagnóstico de automóviles
75. Superior Graphite Co.	Grafitos naturales y sintéticos
76. Tootsie Roll	Dulces y golosinas
77. U.S. Gypsum Co.	Materiales para construcción
78. United Airlines	Aerolínea
79. USG Corp.	Diversos servicios y productos industriales
80. Velsicol Chemical Corp.	Pesticidas y químicos industriales
81. Woodhead Industries	Equipo eléctrico y telecomunicaciones
82. Zenith Electronics	Televisiones y artículos electrónicos

2.4. Exportaciones de Illinois a México después del TLC

En 1994, primer año de vigencia del TLC, las exportaciones de Illinois a México ascendieron a \$2,129 millones de dólares y hasta el año 2002 sus exportaciones alcanzaban la cifra de \$4,780 millones de dólares, esto es, en un periodo de tan solo nueve años las exportaciones de Illinois a México más que se han duplicado y han crecido en 124.5%. La apertura comercial de México benefició por igual tanto a las grandes corporaciones como a las pequeñas y medianas empresas.⁵⁷

A partir de 1994, las exportaciones de Illinois han crecido cada año con respecto al anterior, a excepción de 1995 debido al impacto de la crisis económica de México⁵⁸ (las exportaciones de Illinois descendieron 25% en 1995 debido a la devaluación del Peso Mexicano y fue el estado que mayormente sufrió debido a la crisis económica en México), lo cual no obstó que para 1996 las exportaciones recuperaran su tendencia al alza.

EXPORTACIONES DE ILLINOIS A MEXICO 1987-1993 MILLONES DE DOLARES

1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
\$278	448	569	880	1,087	1,349	1,584	2,129	1,640	2,142	2,189	2,797	2,886	3,385	3,603	4,780

Fuente: U. S. Department of Commerce. Massachusetts Institute for Social and Economic Research (MISER)

Es muy importante señalar que a pesar de la recesión que ha sufrido Estados Unidos desde el primer trimestre de 2001, y que ha tenido un impacto particularmente negativo en Illinois sobre todo en el sector manufacturero que se ha visto forzado a reducir su fuerza laboral, las exportaciones de Illinois a México en 2002 siguieron al alza, para llegar a la cifra de \$4,780 millones de dólares.

⁵⁷ "NAFTA makes Midwest firms' giant steps to Mexico more likely", Chicago Tribune, Business Section, January 16, 1994.

⁵⁸ "Mexico's simmering Life After peso plunge", Crain's Chicago Business, April 28, 1997.

El mercado mexicano es de extrema importancia para las exportaciones de Illinois, ya que son exactamente productos que son la base industrial del estado, como puede observarse a continuación:

PRINCIPALES EXPORTACIONES DE ILLINOIS A MEXICO 2000-2002
VALOR TOTAL EN MILLONES DE DOLARES

Descripción	2000	2001	2002	% 2000-01	% 2001-02
Total de todas las Industrias	3,385	3,603	4,780	6.45	32.65
Productos electrónicos y de cómputo	607	677	1,543	11.53	127.83
Productos agrícolas	317	424	531	33.59	25.29
Maquinaria, excepto eléctrica	521	490	530	-5.92	8.4
Equipo eléctrico, aparatos y componentes	336	449	390	33.60	-13.19
Químicos	282	263	297	-6.8	12.92
Productos alimenticios y similares	218	208	272	-4.22	30.54
Equipo de transporte	149	176	246	17.51	40.01
Productos de plástico y caucho	217	228	227	5.34	-0.76
Productos fabricados de metal	193	186	161	-3.73	-13.14
Papel	128	107	115	-16.13	7.65
Productos de petróleo y carbón	13	7	102	-43.19	1,275.74
Manufacturas de metal primario	129	95	89	-25.95	-6.45
Productos manufacturados diversos	72	60	57	-16.00	-5.95
Ropa y accesorios	13	30	33	129.94	11.7
Productos de piel y similares	6	4	27	-30.60	528.93
Desechos y residuos	24	20	26	-14.06	26.03
Productos minerales no-met.	38	45	26	19.10	-42.43
Productos para imprenta y sim.	23	22	19	-4.88	-12.69
Textiles y fibras	25	25	16	-3.10	-33.67
Provisiones de clasificación especial	28	31	15	10.49	-50.99
Muebles y accesorios	12	13	12	5.21	-7.41
Bebidas y tabaco	3	6	8	101.00	37.02

Fuente: Massachusetts Institute for Social and Economic Research.

Dicha cifra de casi 5 mil millones de dólares que exportó Illinois a México en 2002 es muy significativa no solo porque creció notablemente con respecto al año previo –más de 1 mil millones de dólares en tan solo un año-, sino por el hecho de que el mercado mexicano ha continuado siendo un elemento positivo en medio de la recesión económica que ha afectado a Illinois. Este hecho por si mismo conduce a deducir que de no haber sido por las exportaciones hacia México, la recesión económica en Illinois hubiera sido aún peor de lo que es y se hubieran perdido por lo menos un estimado de 100,000 empleos que dependen del mercado mexicano, como lo veremos a continuación.

2.5. Impacto en la creación de empleos y salarios en Estados Unidos

Más de 12 millones de empleos en Estados Unidos dependen de sus exportaciones.⁵⁹ Dada la importancia del comercio exterior para mantener su planta de empleo, no es de sorprender que cuando el TLC era debatido en el Congreso de Estados Unidos, numerosos estudios fueron preparados por diversas instituciones para evaluar su impacto en la creación y pérdida de empleos en dicho país.

Uno de ellos llamado "Potential Impact on the US Economy and Selected Industries of the North American Free-Trade Agreement", estimaba que el empleo agregado en Estados Unidos se incrementaría en un rango que oscilaba entre 0.03% a 2.5% y que tomando en consideración el empleo civil no institucional en 1991 que era de 116,877,000 trabajadores como base, el TLC incrementaría el empleo entre 35,063 a 93,502 trabajadores.⁶⁰

Otros estudios ubicaban la creación de empleos en aproximadamente 171,000 empleos adicionales para 1995⁶¹; 344,500 empleos para 1998⁶²; y 317,000 empleos.⁶³ Se calculaba que por cada \$1 mil millones de dólares en exportaciones adicionales de Estados Unidos a México se crearían 20,000 empleos en Estados Unidos; un reporte del "Congressional Research Service" (CRS) notaba que la cifra para 1995 era más cercana a 14,000 empleos por cada \$1 mil millones de dólares.⁶⁴

⁵⁹ Economic Report of the President Transmitted to the Congress February 2002, United States Government Printing Office, Washington, D.C. 2002.

⁶⁰ Potential Impact on the U.S. Economy and Selected Industries of the North American Free-Trade Agreement, U.S. International Trade Commission, prepared at the request of U.S. Congress, January 1993.

⁶¹ Institute for International Economics, Washington, D.C., 1993.

⁶² University of Maryland. A study for the Department of Labor, 1993.

⁶³ The Economic Policy Institute, Washington, D.C., 1993.

⁶⁴ "Nafta: Estimates of Job Effects and Industry Trade Trends After Two Years", Congressional Research Service, Library of Congress, April 19, 1996.

La creación de empleos había sido un factor crucial en las negociaciones del TLC, ya que los opositores al acuerdo comercial habían utilizado ese argumento en contra de su aprobación ante el temor de que miles de empleos se fueran a México debido a sus bajos costos. Dicho panorama pesimista no se ha presentado⁶⁵ y bajo las condiciones actuales, resulta difícil especular que suceda en los próximos años, ya que: "...mientras muchos creían que la atracción de bajos salarios (en China, México, etc.) causaría cambios en la inversión, las empresas manufactureras estadounidenses parecen estar mucho más interesadas en los niveles educativos y la calificación y destreza de los trabajadores que con los salarios, los cuales son un porcentaje relativamente bajo de sus costos totales."⁶⁶

Si bien es cierto que miles de trabajos han desaparecido de Estados Unidos en los años recientes, las causas han sido principalmente la competencia misma, la globalización económica mundial y la recesión que comenzó durante el primer trimestre de 2001. No contamos con datos oficiales que detallen el número de empleos que se han perdido a la fecha debido estrictamente al TLC, pero es razonable especular que se han perdido empleos en Estados Unidos debido a la reubicación de empresas estadounidenses en México, así como también es cierto que muchos más empleos fueron creados. Un ejemplo concreto es el del estado de Illinois.

En términos generales para todo el mercado laboral de Estados Unidos, se calcula que en el periodo entre 1998 y 2008 42 millones de trabajadores ingresarán a la fuerza laboral, 25 millones saldrán de ella y 113 millones de trabajadores permanecerán en la fuerza laboral. Si este pronóstico se cumple, entonces en 2008 la fuerza laboral de Estados Unidos será de 155 millones de personas.⁶⁷

Un rasgo muy importante de la fuerza laboral en Estados Unidos que se ha venido acentuando en las últimas décadas, es la cada más creciente participación de trabajadores nacidos en el extranjero, principalmente de América Latina y más concretamente de México. En 1960 1 de cada 17 trabajadores en Estados Unidos había nacido en el extranjero, cifra que para 2002 se había incrementado de 1 de cada 8 trabajadores. Asimismo, entre 1996 y 2000 los trabajadores nacidos en el extranjero constituyeron casi la mitad del incremento de la fuerza laboral neta.⁶⁸

En el siguiente capítulo estudiaremos con mayor detalle las características de la fuerza laboral en Estados Unidos y la participación de trabajadores de origen mexicano.

⁶⁵ "The disappearance of manufacturing?", by William Strauss, Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago, June, 2003.

⁶⁶ Idem.

⁶⁷ "Labor force projections to 2008: steady growth and changing composition", by Howard N. Fullerton Jr., Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. November 1999.

⁶⁸ "The role of foreign-born workers in the U.S. economy", by Abraham T. Mosisa, Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. May 2002.

2.5.1. Empleos en Illinois

La creación de empleos en Illinois ha mantenido una tendencia general al alza desde la década de los ochenta hasta la fecha -si bien las recesiones económicas de 1990-1991, y la que ha venido sufriendo Estados Unidos desde el primer trimestre de 2001, han tenido un impacto negativo en el empleo- aunque también se han perdido empleos sobre todo en el sector manufacturero, pero se observa una tendencia hacia la creación de empleos en el sector servicios.

De acuerdo a cifras oficiales del gobierno estadounidense, en 1985 había 5.81 millones de personas empleadas en Illinois, de las cuales el 17.3 % se encontraban en el sector manufacturas y 26% en servicios. Para 1990, el número de personas empleadas había crecido a 6.44 millones, y el 15.5% se encontraba en el sector manufacturero y el 28% en servicios.

La década de los años noventa, una vez pasada la recesión que afectó a Estados Unidos e Illinois en los primeros años de ese decenio, fue de crecimiento continuo, creándose empleos tanto de alta especialización como intensivos en mano de obra y baja especialización.

Fue durante esta década que, ante la disponibilidad de empleos sobre todo en la zona metropolitana de Chicago, creció aún más la inmigración de mexicanos a la ciudad. Un estudio del Banco de la Reserva Federal de Chicago muestra que en 2000, la zona metropolitana de Chicago tenía doce llamados "subcentros de empleo" que concentraban las oportunidades de trabajo en la zona –un "subcentro de empleo" es una concentración de firmas lo suficientemente grande para tener efectos significativos en la distribución espacial de la población, empleo y precios de la propiedad.⁶⁹

Se calculaba que aproximadamente 13,000 nuevos empleos fueron creados en Illinois en 1994 debido a la aplicación inmediata del TLC.⁷⁰

Para 1993, año en que se firma el TLC, en Illinois había 6.5 millones de personas empleadas, de las cuales 15% en manufacturas y 29.4% en servicios. Para 1994, primer año de vigencia del TLC, en Illinois había 6.6 millones de personas empleadas, continuando la tendencia a la baja en manufacturas, que se reduce a 14.6 %, pero también continua la tendencia al alza en servicios, que sube a 29.5%. Un año después, en 1995, el número de personas empleadas era de 6.8 millones, siguiendo la misma pauta: 14.3% en manufacturas y 30.1% en servicios.

⁶⁹ "Employment subcenters in Chicago: Past, present and future", by Daniel P. McMillen, Economic Perspective, Federal Reserve Bank of Chicago, Second Quarter 2003.

⁷⁰ "Illinois Trade to Mexico & Canada", State of Illinois, op. cit.

Para 2000, 7.43 millones de personas tenían empleo en Illinois, 13% en manufactura y 32.2 % en servicios. Según los datos disponibles más recientes, para 2001 había 7.40 millones de personas empleadas, 12.3% en manufacturas y 32.4% en servicios, continuando las mismas tendencias a la baja en manufacturas y al alza en servicios. Como puede observarse, cada vez más un número mayor de empleos se concentran en el sector servicios.

Parte de los empleos creados en el sector servicios durante la década de los noventa se dieron en actividades donde tradicionalmente se emplean trabajadores de origen mexicano, sobre todo inmigrantes recientes con baja especialización, tales como en hoteles, restaurantes, jardinería, tiendas de abarrotes, limpieza, servicios domésticos y otros misceláneos.

**EMPLEO TOTAL POR INDUSTRIAS SELECTAS EN ILLINOIS
AÑOS SELECTOS
(NUMERO DE EMPLEOS)**

	1985	1990	1993	1994	1995	2000	2001
EMPLEO TOTAL	5,814,537	6,441,625	6,495,528	6,672,391	6,838,048	7,435,977	7,403,546
EMPLEO NO AGRÍCOLA:	5,682,490	6,330,618	6,389,393	6,569,607	6,736,780	7,334,877	7,304,603
MANUFACTURA:	1,004,424	998,504	951,460	974,458	982,547	962,230	915,673
COMERCIO AL MENUDEO (TOTAL):	927,671	1,025,475	1,043,289	1,077,970	1,112,466	1,150,228	1,151,714
TIENDAS DE ABARROTES	131,275	147,771	141,449	142,967	145,251	143,573	(n.d.)
RESTAURANTES Y SIMILARES	281,706	319,828	334,418	345,126	358,316	375,858	(n.d.)
SERVICIOS (TOTAL):	1,516,482	1,789,557	1,914,938	1,969,723	2,060,296	2,401,345	2,400,082
HOTELES	45,833	55,405	53,363	53,227	57,967	62,783	(n.d.)
SERVICIOS PERSONALES	121,793	112,728	118,927	113,556	118,208	125,407	(n.d.)
SERVICIOS DOMESTICOS	50,400	42,312	44,539	39,989	39,695	36,496	(n.d.)
SERVICIOS MISCELÁNEOS	117,540	28,033	31,409	35,309	38,130	52,989	(n.d.)

Fuente: Con base en datos de Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce.

La concentración de empleos en el sector servicios en la zona metropolitana de Chicago se ubica en zonas ("clusters") que, en su mayoría, son las mismas donde la concentración de población hispana –concretamente mexicanos- es alta, como puede observarse en el siguiente cuadro:

**COMPOSICIÓN DE LOS SUBCENTROS DE EMPLEO (%)
EN EL SECTOR SERVICIOS 2000**

SUBCENTRO	NUMERO TOTAL DE EMPLEOS	% SECTOR SERVICIOS
Aurora/South*	10,570	50.23
Broadview-Forest Park	28,119	88.33
Cícero*-Oak Park	15,609	63.58
Elk Grove Village	101,012	36.98
Evanston	46,957	72.00
Glenbard	28,242	57.40
Joliet*	10,917	43.67
Linconshire	33,121	78.27
Lisle-Naperville	34,197	40.79
Oak Brook	78,810	49.74

Fuente: Northeastern Illinois Planning Commission, 1970-2000, decennial land use surveys. Cuadro preparado con base en datos de "Employment subcenters in Chicago: Past, present, and future", by Daniel P. McMillen, Economic Perspectives, Federal Reserve Bank of Chicago, Second Quarter 2003.

* Ciudades con alta concentración de población de origen mexicano. Nota del autor.

Un estudio de la Roosevelt University de Chicago, muestra que casi todo el crecimiento neto en la fuerza laboral en la zona metropolitana de Chicago en la década de los noventa se debió a la inmigración. Los inmigrantes contribuyeron 252,049 -el 93.8% del total- de los 268,718 trabajadores que se agregaron a la economía regional en dicha década.⁷¹ En el capítulo 3 se realiza un análisis detallado de los trabajadores de origen mexicano y su efecto en el mercado laboral de Estados Unidos.

⁷¹ "The Metro Chicago Immigration Fact Book", by Rob Paral and Michael Norkewicz, Institute for Metropolitan Affairs, Roosevelt University, June, 2003.

2.5.2. Comparación de empleo Estados Unidos vs. Illinois

La tendencia de creación de empleos en el sector servicios y disminución en el sector manufacturero que ha venido mostrando Illinois desde hace más de una década, no es privativo del estado, sino que parece ser una tendencia a nivel nacional –otra característica es la denominada “calidad de la mano de obra” que en el Medio Oeste es casi idéntica al promedio nacional⁷²–, que diversos economistas afirman comenzó después de la Segunda Guerra Mundial:

“En la economía estadounidense después de la Segunda Guerra Mundial, el empleo manufacturero ha cedido el paso firmemente al creciente número de empleos en la industria de servicios. Tan solo dos años después del fin de la Segunda Guerra Mundial, se hicieron las correcciones necesarias para realinear los cambios en el empleo causados por el influjo de la demanda de bienes relacionados con la guerra, y los empleos de manufactura y servicios retornaron a sus niveles de antes de la guerra... Durante el siguiente medio siglo, el número de empleos en servicios creció 1.9% por año, mientras que los empleos en manufactura crecieron tan solo 0.1% anualmente... desde 1947 la participación de la manufactura en el porcentaje del empleo total ha caído en promedio 1.8% por año, quedando hasta la fecha con solo 12.1% del empleo total en Estados Unidos.”⁷³

Tomando en consideración el total de empleos en Estados Unidos, en 1985 el 97% de los empleos eran de tipo no agrícola. De ese total no agrícola, el 16% correspondía a empleos en el sector manufacturero y 25% a servicios. Para 1990 la misma tendencia continúa, y un 98% de los empleos son no agrícolas, y de ese total 14% era de manufactura y 28% de servicios.

Hasta antes de la entrada en vigor del TLC, en 1993 el mismo 98% de los empleos era no agrícola, y de ese total 13% era del sector manufacturero y 29.4% de servicios. Un año después de la entrada en vigor del TLC, en 1994, continuaba la cifra de 98% de empleos no agrícolas, 13% de manufacturas y 29.5% de servicios. Para 1995 los porcentajes descritos siguen igual, con la excepción del sector servicios que alcanza un 30%.

⁷² “Regional growth in worker quality”, by Daniel Aaronson, Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago, May, 2003.

⁷³ “The disappearance of manufacturing?”, by William Strauss, Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago, June, 2003, op. cit.

Para 2000, siete años después de la entrada en vigor del TLC, sigue el 98% no agrícola, pero el sector manufacturero baja a 11.4% y servicios sube a 32%. Según cifras recientes disponibles para 2001, se mantiene el 98% no agrícola, pero continua disminuyendo el sector manufacturero a 10.8% y el sector servicios se mantiene en 32%.

Los porcentajes comparativos anteriormente señalados –que se aplican tanto a nivel nacional como en el caso específico de Illinois- pueden ser explicados debido a que el sector agrícola ha incrementado su productividad por el uso intensivo de alta tecnología y ha mantenido su relativo bajo uso de mano de obra.

Lo mismo puede decirse del sector manufacturero, que si bien ha venido bajando su porcentaje como total de los empleos debido en parte a la recesión económica, también puede deberse al uso intensivo de tecnología de punta e instrumentación de nuevas formas de producción que replantean totalmente el modelo de hacer negocios (“paradigm shift in the business model”⁷⁴) lo que ha incrementado la productividad del sector y reducido su uso de mano de obra, tendencia histórica de Estados Unidos en las últimas décadas. Dos ejemplos de este nuevo modelo de hacer negocios, es el uso de los sistemas de “Just-In-Time” para reducción de inventarios⁷⁵, y de “Total Quality Management” para control de calidad utilizando métodos estadísticos.⁷⁶

“El Índice de la Producción Industrial que mensualmente prepara la Junta de la Reserva Federal muestra que el crecimiento de la producción manufacturera ha promediado apenas 3.6% desde la Segunda Guerra. Dado que el empleo no ha cambiado dramáticamente, han sido su productividad y la cantidad de maquinaria automatizada que ha sido utilizada para producir el creciente número de bienes manufacturados lo que ha conducido los incrementos en el crecimiento de la producción manufacturera.”⁷⁷

⁷⁴ Management Information Systems Managing the Digital Firm, by Kenneth C. Laudon and Jane P. Laudon, Prentice Hall, 7th Edition, Upper Saddle River, New Jersey, 2002.

⁷⁵ Managerial Accounting, by Ray H. Garrison and Eric W. Noreen, McGraw-Hill Irwin, 10th edition, New York, 2003

⁷⁶ Statistics for Managers Using Microsoft Excel, by David M. Levine, David Stephan, Timothy C. Krehbiel and Mark L. Berenson, Prentice Hall, 3rd. Edition, Upper Saddle River, New Jersey, 2002.

⁷⁷ “The disappearance of manufacturing?”, op. cit.

**COMPARACIÓN DE EMPLEO TOTAL EN ESTADOS UNIDOS E ILLINOIS
INDUSTRIAS Y AÑOS SELECTOS
NUMERO DE EMPLEOS EN MILLONES**

	1985	1990	1993	1994	1995	2000	2001
<u>EMPLEO TOTAL</u>							
ESTADOS UNIDOS	124.5	139.4	141.9	145.5	149.3	167.2	167.5
ILLINOIS	5.8	6.4	6.4	6.6	6.8	7.4	7.4
<u>EMPLEO NO AGRÍCOLA</u>							
ESTADOS UNIDOS	121.0	136.2	138.8	142.4	146.2	164.1	164.4
ILLINOIS	5.6	6.3	6.3	6.5	6.7	7.3	7.3
<u>MANUFACTURA</u>							
ESTADOS UNIDOS	19.7	19.6	18.7	19.0	19.1	19.1	18.2
ILLINOIS	1.0	0.99	0.95	0.97	0.98	0.96	0.91
<u>SERVICIOS</u>							
ESTADOS UNIDOS	31.2	38.7	41.8	43.0	44.7	53.4	53.7
ILLINOIS	1.5	1.7	1.9	1.9	2.0	2.4	2.4

Fuente: Con base en datos de Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce.

2.5.3. Empleos dependientes del comercio exterior en Illinois

México era en 1990 el quinto mercado para las exportaciones de Illinois, después de Canadá, Japón, Reino Unido y Alemania. Se estimaba que las exportaciones que Illinois realizaba a México sostenían más de 20,000 empleos en el estado.⁷⁸ En 1992 México se convierte en el segundo mercado para Illinois, solamente superado por Canadá.

En 1991 se estimaba que poco más de 250,000 empleos en Illinois eran sostenidos debido a la actividad exportadora.⁷⁹ De dicho total, se estimaba que 23,000 empleos en Illinois eran sostenidos por actividades relacionadas con las exportaciones a México.⁸⁰ Uno de cada ocho empleos en Illinois dependían de las exportaciones; más aún, uno de cada cuatro empleos del sector manufacturero dependían de las exportaciones.⁸¹

2.5.4. Salarios

Aún más importante que el número de empleos creados, lo es el hecho de que los salarios de los trabajadores en los sectores de manufactura y servicios relacionados con la exportación exceden substancialmente el promedio del salario en Estados Unidos⁸²; lo anterior, se deriva por el hecho de que los trabajos son de alta destreza técnica que benefician a Illinois.⁸³

⁷⁸ "Illinois Trade to Mexico & Canada", International Business Division, Bureau of Business Development, Department of Commerce and Community Affairs, State of Illinois, 1992.

⁷⁹ "Illinois Trade to Mexico & Canada", op. cit.

⁸⁰ North American Free Trade Agreement Impact on Illinois Employment Sustained by Exports, prepared by Mark Doniff Finance and Administration Bureau, Actuarial Services Division, Illinois Department of Employment Security, 1992.

⁸¹ "Illinois in the International Marketplace", op. cit.

⁸² "Illinois Key Industries Impacts: North American Free Trade Agreement", Illinois Department of Commerce and Community Affairs, May 1993, op. cit.

⁸³ North American Free Trade Agreement Impact on Illinois Employment Sustained by Exports, op. cit.

El ingreso promedio por empleo en Illinois ha estado por encima del promedio nacional, como se puede ver en el siguiente cuadro:

**COMPARACIÓN DE INGRESO PROMEDIO POR EMPLEO
EN ESTADOS UNIDOS E ILLINOIS
AÑOS SELECTOS
DOLARES**

	1985	1990	1993	1994	1995	2000	2001
ESTADOS UNIDOS	\$20,307	23,163	28,307	28,937	29,540	36,399	37,258
ILLINOIS	\$21,942	26,888	30,884	31,584	32,278	39,553	40,541

Fuente: Con base en datos de Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce.

Asimismo, el ingreso per cápita en Illinois también es superior al promedio nacional, como se puede observar en el siguiente cuadro:

**COMPARACIÓN DE INGRESO PER CAPITA
EN ESTADOS UNIDOS E ILLINOIS
AÑOS SELECTOS
DOLARES**

	1985	1990	1993	1994	1995	2000	2002
ESTADOS UNIDOS	\$14,705	19,572	21,539	22,340	23,255	29,760	30,941
ILLINOIS	\$15,508	20,744	23,220	24,219	25,379	32,297	33,404

Fuente: Con base en datos de Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce.

El alto ingreso disponible en Illinois hace de ciudades como Chicago y su zona metropolitana un mercado atractivo para las empresas tanto estadounidenses como extranjeras, incluyendo por supuesto a las mexicanas. Es importante señalar que gran parte de los trabajadores mexicanos en Illinois no tienen altos salarios y se mantienen en base al salario mínimo, aunque hay sus excepciones en casos de trabajadores mexicanos altamente capacitados con ingresos altos.

2.6. Estimaciones de las exportaciones de México a Illinois

Debido a la manera como se registran las importaciones de Estados Unidos de productos provenientes de México, es difícil tener una cifra exacta de las exportaciones de México a Illinois. Exportaciones cuyo destino final es Illinois, quedan registradas para efectos aduanales, en el punto de ingreso al país. Esto es, exportaciones que en realidad se dirigen a Illinois, son contabilizadas a favor de estados fronterizos como Texas, principalmente.

Se estima que el mayor porcentaje de exportaciones de México hacia Illinois (cifras que oscilan según las fuentes entre un 80% y un 90%) ingresan por vía terrestre, principalmente por Laredo y en menor medida por Brownsville, en Texas.

Las únicas cifras oficiales que existen son las de las exportaciones de México que ingresan por la Aduana del Distrito de Chicago, y que pueden ser en su inmensa mayoría –por no afirmar que en su totalidad- por vía aérea y marítima. Dichas cifras han crecido en los años recientes: en 1995 las exportaciones fueron del orden de \$91 millones de dólares y para 2002 fueron de poco más de \$187 millones de dólares.⁸⁴

Sin embargo, las cifras totales de las exportaciones de México a Illinois con seguridad son mucho mayores, debido a las inexactitudes del conteo antes mencionado. México es el segundo socio comercial de Illinois, ya que le exporta a México mercancías con valor de casi \$5 mil millones de dólares.⁸⁵

Si se considera que numerosas empresas mexicanas fabrican partes y componentes, maquilas y ensamblados y otras manufacturas intermedias, que se integran a productos finales de Illinois, así como al consumo de la población de origen mexicano en Illinois –sobre todo alimentos y bebidas- no es exagerado especular que las exportaciones de México hacia Illinois –y, en particular, a la zona metropolitana de Chicago- se deben ubicar en cifras de miles de millones de dólares.⁸⁶

⁸⁴ U.S. Census Bureau.

⁸⁵ Massachusetts Institute of Social and Economic Research (MISER).

⁸⁶ “Estimating U.S. metropolitan area export and import competition”, by William Testa, Thomas Klier and Alexei Zelenev, Economic Perspectives, Federal Reserve Bank of Chicago, Fourth Quarter 2003.

**IMPORTACIONES PROVENIENTES DE MEXICO REGISTRADAS POR LA
ADUANA DEL DISTRITO DE CHICAGO 1996-2002
MILLONES DE DOLARES**

1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
\$91.1	157.9	126	94.5	149.2	316.7	187.5

Fuente: Los datos en este cuadro han sido compilados de datos sobre comercio y aranceles del U.S. Department of Commerce, the U.S. Department of the Treasury y de U.S. International Trade Commission, abril 2003.

CAPITULO 3

EL MERCADO DE CONSUMIDORES DE ORIGEN MEXICANO EN CHICAGO: TAMAÑO Y CARACTERÍSTICAS

3.1. Población hispana en Estados Unidos

Cifras revisadas dadas a conocer en Junio de 2003 tomadas del censo de Estados Unidos de 2000, oficialmente confirmaron que la población hispana⁸⁷ se había convertido en el grupo minoritario más grande del país, desplazando a la población negra o afro-americana y representar el 13% del total de la población. La población hispana ascendía hasta junio de 2003 a 38.8 millones de habitantes, cifra superior a los 36.6 millones de habitantes de raza negra.⁸⁸

COMPARACIÓN DEMOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES GRUPOS ÉTNICOS EN ESTADOS UNIDOS DE ACUERDO AL CENSO DE 2000

POBLACIÓN TOTAL	281,421,906
BLANCA	211,460,626
HISPANA	35,305,818
NEGRA	34,658,190
OTROS	141,496,610

Fuente: Con base en datos de U.S. Census 2000

⁸⁷ De acuerdo al Censo 2000, las personas hispanas pueden ser mexicanas, puertorriqueñas, cubanas o de otro origen español, hispano o latino. El término "Latino" apareció por primera vez en el censo de 2000 y puede ser intercambiado por el de "Hispano" para reflejar la nueva terminología en los estándares emitidos por la "Office of Management and Budget" en 1997 y que deben ser aplicados a partir del 1 de Enero de 2003.

⁸⁸ Datos datos a conocer en junio de 2003 por el U.S. Census Bureau con base a datos revisados del Censo de 2000.

La población hispana creció 58% en la década de los noventa, al pasar de 22.4 millones en 1990 a 35.3 millones en 2000, comparada con el 13.2% del total de la población de Estados Unidos, según el censo de 2000.

Cifras más recientes muestran que la población hispana creció 9.8% desde que el censo fue tomado en 2000 hasta el 1 de julio de 2003 y representó la mitad del crecimiento total de la población de Estados Unidos, comparada con el 3.5% de la población negra y 2.5 % del total de la población total de Estados Unidos.

Del total de la población hispana, el 60% son de origen mexicano (23 millones). La población de origen mexicano creció 53% en la década de los noventa, al pasar de 13.5 millones en 1990 a 20.3 en 2000. La población de origen mexicano representa el 7.33% del total de la población de Estados Unidos.⁸⁹

Basándose en datos del censo 2000 que fueron dados a conocer en el otoño de 2003, un estudio del Centro de Estudios de la Inmigración, de Washington, D.C., reveló que México es el país que dominó la inmigración de extranjeros provenientes de cualquier parte del mundo hacia Estados Unidos en la década de los años noventa: mientras que en 1990 el 22% de todos inmigrantes que llegaron a Estados Unidos eran de origen mexicano (4,224,744 inmigrantes mexicanos), para 2000 la cifra ascendió al 30% del total (9,161,419 inmigrantes mexicanos).⁹⁰

De hecho, México por si solo contribuyó con el 43% del crecimiento de la población nacida en el extranjero entre 1990 y 2000.⁹¹ Visto desde una perspectiva histórica de toda la inmigración que ha llegado a Estados Unidos de todas partes del mundo, en los últimos 120 años ningún país ha contribuido con un porcentaje tan alto de personas nacidas en el extranjero como lo es México en la actualidad.⁹²

No debe perderse de vista que no obstante el término genérico "hispano", dentro de este grupo existen profundas diferencias entre las diversas nacionalidades que lo componen y que determinan su perfil laboral, como lo veremos más adelante.⁹³

⁸⁹ "The Hispanic Population Census 2000 Brief", U.S. Census Bureau, U.S. Department of Commerce, May, 2001.

⁹⁰ Center for Immigration Studies, "Where Immigrants Live. An Examination of State Residency of the Foreign Born by Country of Origin in 1990 and 2000", by Steven A. Camarota and Nora McArdle, Washington, D.C., USA, September 2003.

⁹¹ Idem.

⁹² Idem.

⁹³ "The diversity of Hispanics in the U.S. work force", by Peter Cattán, Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. August 1993.

**POBLACIÓN HISPANA POR ORIGEN
CENSO 2000**

<u>CONCEPTO</u>	<u>NUMERO</u>	<u>%</u>
POBLACIÓN TOTAL DE ESTADOS UNIDOS	281,421,906	100
HISPANA O LATINA DE CUALQUIER RAZA	35,305,818	12.5
NO HISPANA O LATINA	246,116,088	87.5
POBLACIÓN HISPANA:		
HISPANA O LATINA POR TIPO DE CUALQUIER RAZA	35,305,818	100
MEXICANA	20,640,711	58.5
PUERTORRIQUEÑA	3,406,178	9.6
CUBANA	1,241,685	3.5
OTROS HISPANOS O LATINOS	10,017,244	28.4
REPUBLICA DOMINICANA	764,945	2.2
CENTROAMERICANOS	1,686,937	4.8
SUDAMERICANOS	1,353,562	3.8
ESPAÑOLES	100,135	0.3
TODOS LOS OTROS HISPANOS O LATINOS	6,111,665	17.3

Fuente: U.S. Census Bureau, Census 2000

Otros datos significativos del Censo 2000 sobre la población hispana son los siguientes:

- Más del 75% de los hispanos viven en el oeste o sur
- La mitad de los hispanos viven en tan solo dos estados: California y Texas
- Los condados con las proporciones más altas de hispanos se ubican a lo largo de la frontera del suroeste de Estados Unidos
- Más de 4 millones de hispanos viven el Condado de Los Angeles
- Más de 1 millón de hispanos vivían en Nueva York y Los Angeles hasta 2000

El crecimiento de la población hispana se debe tanto a su alta tasa de natalidad (2.3%) como por la inmigración. La población total de Estados Unidos es de 288.4 millones de habitantes y creció 2.5% desde el Censo de 2000 hasta el 1 de julio de 2003.

POBLACIÓN HISPANA POR LOS 3 PRINCIPALES ESTADOS 1990 Y 2000

	<u>1990</u>			<u>2000</u>		
	POBLACION TOTAL	POBLACION HISPANA	%	POBLACION TOTAL	POBLACION HISPANA	%
ESTADOS UNIDOS	248,709,873	22,354,059	9.0	281,421,906	35,305,818	12.5
ESTADOS:						
CALIFORNIA	29,760,021	7,687,938	25.8	33,871,648	10,966,556	32.4
TEXAS	16,986,510	4,339,905	25.5	20,851,820	6,669,666	32.0
ILLINOIS	1,430,602	904,446	7.9	12,419,293	1,530,262	12.3

Fuente: Con base en datos del U.S. Census 2000.

Debe subrayarse que las cifras anteriormente mencionadas son las de la población registrada en el censo. Sin embargo, existe un porcentaje de inmigrantes mexicanos que no fueron tomados en cuenta por el censo y que viven en Estados Unidos pero que no cuentan con documentos migratorios o bien tienen la visa vencida o indebidamente utilizada para permanecer en territorio estadounidense. Esa población no se registró en el censo ante el temor de ser deportada.

El Servicio de Inmigración y Naturalización (S.I.N.) estimaba que la población mexicana no autorizada de residir en Estados Unidos era de 4.8 millones de personas (el 69% del total) hasta enero de 2000, la mayoría de ellas residiendo en California, Texas, Nueva York, Illinois y Florida.⁹⁴ En 1990 la cifra era de 2.0 millones de personas, esto es, de 1990 a 2000 creció en 2.8 millones de personas.⁹⁵

⁹⁴ U.S. Immigration and Naturalization Service, Office of Policy and Planning, "Estimates of the Unauthorized Immigrant Population Residing in the United States: 1990 to 2000". El S.I.N. define como inmigrantes no autorizados a las personas nacidas en el extranjero que ingresaron a Estados Unidos sin inspección o que violaron los términos de una admisión temporal y quienes no han adquirido el estatus de Residente Legal Permanente u obtenido protección temporal en contra de su remoción al haber sometido su solicitud para obtener un beneficio de inmigración.

⁹⁵ Idem.

El S.I.N. estimaba que en Illinois había una población de residentes no autorizados del orden de 432,000 personas, mientras que en 1990 habían sido 194,000 personas.⁹⁶

3.1.1. Población hispana en Illinois

En el año 2000 había en Illinois una población hispana de 1,530,262 personas, de las cuales 1,144,390 eran de origen mexicano. Esto es, el 9.2% de la población de Illinois es de origen mexicano.

POBLACION HISPANA EN ILLINOIS POR TIPO HISPANO 2000

POBLACION TOTAL	POBLACION HISPANA	POBLACION POR TIPO HISPANO			
		MEXICANA	PUERTORRIQUEÑA	CUBANA	OTRA
12,419,293	1,530,262	1,144,390	157,851	18,438	209,583

Fuente: Con base en datos del U.S. Census 2000.

En Illinois la inmigración de personas hispanas -o de cualquier otro origen de cualquier parte del mundo para ser exactos- es ampliamente dominada por personas de origen mexicano: según el estudio del Centro de Estudios de la Inmigración, en 2000 el 40% de los inmigrantes que llegaron a vivir a Illinois provenían de México, mientras que en 1990 eran el 29%.⁹⁷

El crecimiento de la población hispana en Estados Unidos tiene enormes significados políticos, sociales y económicos para el destino de la nación. Para fines del presente análisis, solamente nos interesan las repercusiones de índole económica y comercial, para determinar dos puntos centrales que se pretende probar en la tesis:

- 1) El tamaño e importancia del mercado hispano en Estados Unidos, y más concretamente, los consumidores de origen mexicano en Illinois y la zona metropolitana de Chicago; y
- 2) Con motivo del TLC se crearon empleos que fueron ocupados por trabajadores de habla hispana para hacer negocios con sus socios del recién abierto mercado mexicano.

⁹⁶ U.S. Immigration and Naturalization Service, "Estimates of the Unauthorized Immigrant Population Residing in the United States: 1990 to 2000", op. cit.

⁹⁷ Center for Immigration Studies, "Where Immigrants Live", op. cit.

“Cuando los negocios de Fluid Management (empresa del suburbio de Wheeling, Illinois, al noroeste de Chicago) en México y América Latina comenzaron a crecer, la compañía descubrió que el idioma español que hablaban parte de sus empleados (de origen hispano) había sido un recurso no apreciado. “Ellos sabían algo que nosotros no: Como comunicarse con nuestros clientes de habla hispana”, dice Fred Brunk, el gerente de mercadotecnia de la empresa. Ahora tenemos un equipo completo de operadores de teléfono, gente en ventas y servicio que hablan español, todos los cuales fueron promovidos desde dentro de la empresa. ¿Quién dice que esta no es la tierra de la oportunidad?”.⁹⁸

Si bien se perdieron empleos en Illinois y en su lugar fueron creados en México, principalmente en las maquiladoras del norte de México, debido a menores costos, está documentado que muchas empresas decidieron quedarse en Illinois y contratar trabajadores inmigrantes de México.⁹⁹

3.2. Migración mexicana a Estados Unidos

La migración de mexicanos a Estados Unidos es un fenómeno complejo y dinámico con profundas raíces históricas y múltiples implicaciones políticas, sociales, culturales y económicas. Para los fines del presente trabajo, solamente nos concentraremos en los factores económicos y sus implicaciones comerciales, concretamente en el caso específico de Chicago, Illinois.

Los gobiernos de México y Estados Unidos han establecido diversas medidas tanto unilaterales (por ejemplo la Ley de Control y Reforma a la Inmigración de 1986, mejor conocida como Ley Simpson-Rodino) como bilaterales (“Acuerdo para Reglamentar la Contratación (temporal) de Trabajadores Agrícolas Migratorios Mexicanos”¹⁰⁰, mejor conocido como el Programa Bracero de 1942 a 1964) para tratar de regular la migración de mexicanos a Estados Unidos.¹⁰¹

⁹⁸ “Land of Lincoln’s Global Boom. The business of Illinois is business –global business”, World Trade, February, 1994.

⁹⁹ “Free trade’s growing pains”, Chicago Tribune, November 29, 1998.

¹⁰⁰ Senado de la República, “Tratados ratificados y convenios ejecutivos celebrados por México”, México, Senado de la República. México, Senado de la República, 1981. Tomo VIII.

¹⁰¹ Para un análisis detallado del Programa Bracero, el debate sobre la inmigración de mexicanos a Estados Unidos en la década de los años setenta y ochenta y abundante bibliografía al respecto, se sugiere consultar el estudio “México y Estados Unidos ante los trabajadores agrícolas migratorios 1942-1964”, Angel Antonio Rogerio Cadena. Tesis Profesional. Licenciatura en Relaciones Internacionales. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. 1989.

El debate sobre la migración de mexicanos a Estados Unidos es tema permanente entre los gobiernos de ambas naciones y seguramente lo seguirá siendo mientras existan familias mexicanas en ambos lados de la frontera, así como oportunidades económicas para los mexicanos en Estados Unidos. El tema de la migración de mexicanos debe ser tratado desde un punto de vista bilateral y existen diversas iniciativas de ambos gobiernos para analizar el tema desde una perspectiva binacional que ha sido fomentada por el espíritu de cooperación del TLC. Un ejemplo de dichas iniciativas es la formación en 1997 de la Comisión Binacional para el Estudio de la Migración.¹⁰²

3.2.1. Factores que provocan la migración de mexicanos a Estados Unidos

La historia de las relaciones entre México y Estados Unidos es la historia de la migración de mexicanos a Estados Unidos. Cuando en el siglo XIX México pierde ante Estados Unidos vastos territorios que comprendían lo que hoy es Texas, Nuevo México, Arizona, California y porciones de Colorado, Nevada y Utah, la nueva frontera que se crea divide a familias y redes sociales y de amistades mexicanas. Existen testimonios históricos que muestran que para muchas familias mexicanas residentes en la recién creada zona fronteriza, la frontera entre México y Estados Unidos era solamente una línea divisoria imaginaria, ya que se podía cruzar al país vecino sin mayor problema ni trámite alguno.

Paralelamente a los lazos familiares y redes sociales y de amistad, el fenómeno migratorio entre México y Estados Unidos también responde a factores económicos de expulsión en México y de atracción en Estados Unidos (los llamados factores "push and pull"), debido a las fuerzas de la oferta y la demanda y a la diferencia salarial entre ambas naciones, factores que siguen vigentes hasta la fecha. El crecimiento de la economía estadounidense durante la segunda mitad del siglo XIX atrajo migrantes mexicanos para ocupar los trabajos que existían, tanto industriales (aceras, ferrocarriles, fábricas), como agrícolas y de servicios.

El factor de expulsión parece haberse incrementado en México desde mediados de los años 1980 como resultado de las crisis económicas. El estudio de la Comisión Binacional para el Estudio de la Migración publicado en 1997¹⁰³ identifica como un factor de expulsión las políticas del gobierno mexicano de reestructuración del campo mexicano que ha provocado que la agricultura en pequeña escala sea menos atractiva.

¹⁰²"Migration between Mexico & the United States", A report of the Binational Study on Migration, Department of State, Washington, D.C., 1997.

¹⁰³ Idem.

Por otra parte, la creación de empleos en el sector servicios y en menor grado en la manufactura en Estados Unidos durante la década de 1990 actuaron como un factor de atracción de inmigrantes, si bien la oferta de empleos en general ha disminuido considerablemente desde que comenzó la recesión en Estados Unidos a partir del primer trimestre de 2001.

3.2.2. Breve historia de la migración de mexicanos a Estados Unidos

La migración de mexicanos a Estados Unidos tiene más de 150 años de antigüedad y data, al menos formalmente, desde que la frontera entre México y Estados Unidos fue establecida en 1848 con el Tratado de Guadalupe Hidalgo. Familias mexicanas que residían en el entonces territorio mexicano fueron divididas por la frontera recién creada, lo cual no impidió que se continuara dando el movimiento natural de personas.

Se calcula que entre 80,000 y 100,000 mexicanos permanecieron en las regiones anexadas por Estados Unidos en 1848 y bajos los términos del Tratado de Guadalupe Hidalgo fueron declarados ciudadanos estadounidenses.¹⁰⁴ Asimismo, el crecimiento de la economía estadounidense durante la segunda mitad del siglo XIX creó oportunidades de empleo para migrantes de todo el mundo, incluyendo por supuesto a los mexicanos.

Diversos estudios muestran que en la década 1911-1920, 219,000 mexicanos inmigraron legalmente a Estados Unidos, principalmente con motivo de la pobreza y la Revolución Mexicana. En la década de los años veinte este flujo de inmigrantes más que se duplicó, si bien fue interrumpido solamente por los efectos de la Gran Depresión¹⁰⁵.

Los años de las décadas de los treinta y cuarentas fueron periodos lentos para todos los tipos de inmigración hacia Estados Unidos, excepto para los refugiados de guerra.¹⁰⁶ Una excepción importante lo fue el Programa Bracero de 1942 entre México y Estados Unidos, cuando ante la escasez de trabajadores agrícolas derivada de la segunda guerra mundial, ingresaron a Estados Unidos trabajadores agrícolas temporales mexicanos

¹⁰⁴ Inequality at Work: Hispanics in the U.S. Labor Force, by Gregory DeFreitas, Oxford University Press, New York, NY, USA, 1991.

¹⁰⁵ "The diversity of Hispanics in the U.S. work force", by Peter Cattán, Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. August 1993, op. cit.

¹⁰⁶ "Impacts of Migration. Labor Market Implications of Scale, Innovation, and Entrepreneurship", by Michael J. Rosenfeld & Marta Tienda. Paper prepared for the June, 1996 meeting "Mexican Migration and U.S. Policy", Washington, D.C. Research supported by the U.S.-Mexico Binational Commission on Immigration.

El caso del Programa Bracero es posiblemente el mejor ejemplo de un amplio esfuerzo binacional para regular la migración de trabajadores agrícolas mexicanos en Estados Unidos. Si bien gran parte de dicha migración se dirigió a los estados fronterizos con México, también hubo migración para trabajar en los campos de Illinois y otros estados del medio oeste de Estados Unidos.

Se puede afirmar que el Programa Bracero formalizó la inmigración de trabajadores agrícolas migratorios a Estados Unidos, fortaleciendo con ello la red de contactos que facilita el reclutamiento informal de trabajadores en México para trabajar en Estados Unidos, y que hasta la fecha siguen vigentes. Es común encontrar en Chicago, por ejemplo, comunidades donde todos los emigrantes son del mismo pueblo de México, ya que al existir empleo en Chicago se transmite la noticia a oriundos de esa zona.

De acuerdo a datos del censo de México así como a otros métodos indirectos de conteo, la migración de mexicanos ha sido sistemática desde 1960. El estudio estima que la migración de mexicanos a Estados Unidos que han establecido residencia permanente en dicho país se ha dado en los siguientes rangos:

Años	Número de emigrantes mexicanos
1960-1970	260,000 - 290,000
1970-1980	1,200,000 - 1,550,000
1980-1990	2,100,000 - 2,600,000
1990-1995	1,390,000

La cifra que cita el estudio para el periodo 1990-1995 da un promedio de 278,000 mexicanos que migraron hacia Estados Unidos anualmente. Asimismo, según cálculos del mismo estudio, se estima que la población nacida en México que ahora reside en Estados Unidos, creció aproximadamente 1.9 millones de personas entre 1990 y 1996, esto es un promedio de 315,000 personas anualmente. De la cifra de 1.9 millones de mexicanos residentes en Estados Unidos, se estima que aproximadamente 510,000 fueron inmigrantes legales, 630,000 migrantes no autorizados y 760,000 migrantes legalizados bajo el programa de Trabajador Agrícola Especial (Special Agricultural Worker, SAW) o bien legalizados como miembro familiar bajo la ley de 1986.

El estudio de la comisión binacional de 1997 reveló que hasta esa fecha el número de inmigrantes nacidos en México representaba aproximadamente 3% de la población total de Estados Unidos, un estimado de 40% de la población estadounidense de origen mexicano-americano y el equivalente a 8% de la población nacional total de México y que más de una cuarta parte había llegado a Estados Unidos en los cinco años inmediatos al estudio, es decir, de 1992 a 1997.¹⁰⁷

¹⁰⁷ "Impacts of Migration. Labor Market Implications of Scale, Innovation, and Entrepreneurship", op. cit.

El mismo estudio antes mencionado, reveló que durante la década de los años ochenta se registró un incremento masivo en la inmigración legal de mexicanos a Estados Unidos, debido en gran parte al programa de legalización instrumentado por el gobierno de Estados Unidos (Ley de Control y Reforma a la Inmigración de 1986). Por el lado de los factores de expulsión en México, las crisis económicas de los años 1980 influyeron en la emigración de mexicanos a Estados Unidos.

Durante la década de los años noventa, la inmigración legal de mexicanos continuó siendo significativa debido a que familiares de los mexicanos residentes legales obtuvieron ellos a su vez su estatus de residentes legales permanentes; simplemente en 1996, más de 160,000 mexicanos obtuvieron su residencia legal permanente. El estudio también señala que las futuras consecuencias demográficas del programa de legalización de la ley de inmigración de 1986 podrían ser considerables, con una cifra estimada en 1 millón de familiares de personas residentes legales que son elegibles para solicitar su admisión legal a Estados Unidos.

Otra parte importante del incremento de la población de origen mexicano en Estados Unidos, son las personas que visitan temporalmente a sus familiares en Estados Unidos. El cruce fronterizo de personas entre México y Estados Unidos es uno de los más grandes en el mundo entre dos naciones. Por ejemplo, en 1996 se registraron 280 millones de cruces terrestres de personas por medio de las fronteras del suroeste de Estados Unidos.

Por otra parte, el número exacto de cruces de personas a territorio estadounidense sin permiso legal es desconocido por razones obvias, pero por solo citar una cifra oficial, tan solo en 1995 se realizaron 1.3 millones de aprehensiones de personas tratando de ingresar a Estados Unidos sin inspección por la frontera entre México y Estados Unidos; se debe señalar que dicha cifra de aprehensiones se refiere a eventos y no a individuos, por lo que una misma persona pudo haber sido aprehendida en múltiples ocasiones.¹⁰⁸

Encuestas llevadas a cabo en la frontera norte de México, muestran que el número de mexicanos que cruzan a Estados Unidos solo para residir temporalmente y posteriormente retornar a México, ha disminuido. Una hipótesis del estudio de la comisión binacional explica que dicha disminución puede ser debido a que muchas personas deciden establecerse definitivamente en Estados Unidos o bien deciden prolongar su estancia en territorio estadounidense, ya que la dificultad y peligrosidad de cruzar se ha incrementado notablemente en los años recientes. Otro factor es que muchos mexicanos han legalizado su residencia en Estados Unidos, permitiendo con ello contar con los medios legales para llevar a sus familias completas a residir en Estados Unidos.

¹⁰⁸ "Migration between Mexico & the United States", op. cit.

Asimismo, debido a que los trabajadores migrantes mexicanos cada vez ocupan más trabajos urbanos, los cuales son menos estacionales que los trabajos agrícolas, también ha contribuido a que sus estancias sean mayores en Estados Unidos.

El principal motivo de la migración de mexicanos a Estados Unidos es económico, como lo demuestran diversos estudios y encuestas, pero debe subrayarse que gran parte de los inmigrantes mexicanos contaban con algún tipo de trabajo al partir de México. Sin embargo, la mayoría emigró con la intención de trabajar en Estados Unidos principalmente para obtener salarios más altos. Diversos estudios muestran que comunidades enteras en estados como Jalisco, Michoacán, Durango y Zacatecas dependen del envío de remesas que envían los inmigrantes mexicanos a sus familiares. Se estima que las divisas que ingresan a México por concepto de envío de remesas ascienden a \$10 mil millones de dólares anualmente y podrían ascender a \$14.5 mil millones de dólares en los próximos años.

Un porcentaje considerable de los migrantes mexicanos tiene bajo nivel educativo y baja especialización laboral, por lo que los trabajos que desempeñan en Estados Unidos también son de baja especialización que reciben salarios bajos. Solamente una séptima parte de los migrantes mexicanos tienen estudios universitarios.

3.2.3. Características de los migrantes mexicanos

La población nacida en México que reside en Estados Unidos no es homogénea. Su composición varía significativamente, incluyendo desde personas con bajo nivel educativo hasta profesionales con grados de doctorado y postdoctorado. Otra gran diferencia se basa en su estatus legal, que incluye desde ciudadanos estadounidenses de origen mexicano, así como personas nacidas en México que se han naturalizado ciudadanas estadounidenses, hasta una diversa gama de personas con calidad de residente legal permanente que residen la mayor parte del tiempo en México u otros en Estados Unidos, hasta personas indocumentadas que realizan viajes periódicos a Estados Unidos dependiendo de la estación del año que determina la existencia de empleo, sobre todo en el sector agrícola.

El experto en migración, Jorge A. Bustamante, distingue por lo menos tres características de la población nacida en México que reside en Estados Unidos:

1. Es una población no homogénea, que está compuesta por diferentes subgrupos de acuerdo a su calidad legal y sus conductas migratorias.
2. Sus características difieren considerablemente dependiendo de su subgrupo (hábitos migratorios, educación, ingreso, etc.)

3. Sus características cambian en el tiempo (los hijos nacidos en Estados Unidos de padres migrantes tienen mayor nivel educativo; han cambiado de ser trabajadores agrícolas a trabajadores urbanos, etc.)¹⁰⁹

Debido a su número elevado, la mayor parte de la población nacida en México que reside en Estados Unidos es de relativamente reciente ingreso a dicho país (menos de 30 años) y data en su mayor parte desde que la ley de inmigración de 1986 fundó las bases para un amplio proceso de legalización que condujo a que un gran número de personas mexicanas obtuviera su residencia legal permanente.

Para fines prácticos, se puede definir que la mayoría de los migrantes mexicanos son jóvenes con bajo nivel de estudios con un promedio de nueve años de educación, que contaban con trabajo en México antes de emigrar, que no dominan el idioma inglés y que perciben bajos ingresos ganando en promedio \$8 dólares por hora en Estados Unidos por lo general en trabajos de baja especialización en servicios y manufactura.¹¹⁰

La mayoría proviene de zonas rurales de los estados de Jalisco, Michoacán y Guanajuato (estados donde existen comunidades con la llamada "cultura de la migración" donde se emigra por tradición), si bien estudios recientes muestran que se ha incrementado el número de migrantes urbanos, maduros, casados, y un mayor número son mujeres, y algunos con mayor nivel educativo y provenientes de estados como Zacatecas, Durango, Puebla, San Luis Potosí y zonas urbanas como la Ciudad de México. La mayoría emigra a California, Texas e Illinois.¹¹¹

Políticas recientes en ambos países tendrán un efecto determinante en la migración de mexicanos a Estados Unidos. Por la parte de Estados Unidos, la recesión económica y la globalización de la economía han provocado que las empresas incrementen su búsqueda de modelos de producción más eficientes incrementando con ello la productividad y reduciendo su necesidad de mano de obra sobre todo en el sector manufacturero. Asimismo, la lucha contra el terrorismo a nivel mundial hará más riguroso y estricto el movimiento de personas y el ingreso de extranjeros a Estados Unidos.

Por la parte de México, la necesidad de crear fuentes de empleo para una población joven es probablemente su mayor imperativo, así como lograr tasas de crecimiento económico sostenido y sustentable a largo plazo, y cerrar la brecha en la desigualdad en los ingresos de su población. Por otra parte, la aceptación de la doble nacionalidad para mexicanos residentes en el extranjero y el crecimiento del envío de remesas serán de crucial importancia.

¹⁰⁹ "Characteristics of Migrants: Mexicans in the United States", by Jorge A. Bustamante, et.al. Migration between Mexico and the United States, A report of the Binational Study on Migration, U.S. Department of State, Washington, D.C. 1997

¹¹⁰ "Impacts of Migration. Labor Market Implications of Scale, Innovation, and Entrepreneurship", op. cit.

¹¹¹ "Characteristics of Migrants: Mexicans in the United States", Jorge A. Bustamante, op. cit.

3.2.4. Impacto de los migrantes mexicanos en el mercado laboral de Estados Unidos

El creciente influjo de migrantes mexicanos en Estados Unidos tiene importantes repercusiones en diversos ámbitos de la economía y sociedad estadounidense, tales como en el mercado laboral, contribución fiscal, sistema educativo, legal y de salud, vivienda popular y muchos otros más. Para fines del presente trabajo, solamente nos interesan las implicaciones y repercusiones que los migrantes mexicanos tienen en el mercado laboral y de consumidores de Estados Unidos y más concretamente en Chicago, Illinois.

El mercado laboral de Estados Unidos muestra cuatro grandes tendencias que se pronostica continúen delineando su futuro desarrollo al menos por los próximos 50 años:

1. El desaceleramiento en la tasa de crecimiento de la fuerza laboral.
2. El mayor número de mujeres que participan en el mercado laboral.
3. El cambio en la estructura de la edad de la fuerza laboral, derivado del envejecimiento de la generación "baby boom" (personas nacidas entre 1946 y 1964¹¹²) que hará que en 2020 el 20% de la fuerza laboral sea mayor de 55 años.
4. El cambio racial y étnico en la composición de la fuerza laboral, incrementándose su diversidad sobre todo de la población hispana, al pasar del 11% del total de la fuerza laboral en 2000 al 24% en 2050.¹¹³

Para los fines del presente trabajo, solamente nos interesa analizar el punto número cuatro referente al incremento de la población hispana en el mercado laboral de Estados Unidos y más concretamente en el mercado de Chicago, Illinois, que sin embargo está íntimamente relacionado con el resto de los otros tres puntos.

Efectivamente, el desaceleramiento del crecimiento de la fuerza laboral en Estados Unidos, el mayor número de mujeres ingresando al mercado laboral y el envejecimiento de la fuerza laboral, paradójicamente coinciden para ofrecer mayor oportunidades de empleo para la población de origen mexicano en Estados Unidos, ya que los trabajadores mexicanos son el complemento de dichas tendencias, es decir, la mayoría de los trabajadores de origen mexicano son jóvenes que seguramente seguirán inmigrando a Estados Unidos mientras existan oportunidades

¹¹² "Labor force projections to 2008: steady growth and changing composition", by Howard N. Fullerton Jr., Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, November 1999, op. cit.

¹¹³ "A century of change: the U.S. labor force, 1950-2050", by Mitra Toossi, Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, May 2002.

de empleo al mismo tiempo que su misma alta tasa de natalidad aportará mayor fuerza laboral al mercado estadounidense y un mayor número de mujeres mexicanas tendrán mayores oportunidades de integrarse al mercado laboral, sobre todo en las áreas de educación, cuidado de la salud y servicios.

En 1980 el porcentaje de hispanos en la fuerza laboral de Estados Unidos era de 6% y para 2000 se había casi duplicado al llegar al 11%. Proyecciones muestran que para 2010 su porcentaje sea del 13% y continúe creciendo hasta 2050, hasta llegar a 24%, esto es, uno de cada cuatro trabajadores será de origen hispano en Estados Unidos en 2050.¹¹⁴

**FUERZA LABORAL CIVIL MAYOR DE 16 AÑOS POR SEXO, EDAD, RAZA Y ORIGEN HISPANO,
1980*-2000 Y PROYECCIONES 2010-2050
MILLONES DE PERSONAS DATOS SELECTOS**

	1980	1990	2000	2010	2020	2030	2040	2050
TOTAL	106,940	125,840	140,863	157,721	164,681	170,090	180,517	191,825
HOMBRES	61,453	69,011	75,247	82,221	85,430	88,503	94,041	100,280
MUJERES	45,487	56,829	65,616	75,500	79,250	81,588	86,476	91,545
BLANCO	93,600	107,447	117,574	128,043	130,881	132,116	137,494	143,770
NEGRO	10,865	13,740	16,603	20,041	21,856	23,399	25,316	27,094
HISPANO	6,146	10,720	15,368	20,947	26,321	31,951	38,403	45,426
OTROS	2,476	4,653	6,687	9,636	11,944	14,575	17,707	20,960
EDAD								
16 A 24	23.7	17.9	16.1	16.5	16.1	15.6	16.2	16.3
25 A 34	27.3	28.6	22.5	21.7	23.0	22.2	22.8	23.0
35 A 44	19.1	25.5	26.9	21.6	21.4	22.9	21.8	22.2
45 A 54	15.8	16.1	21.6	23.3	19.7	19.8	20.7	19.6
55 A 64	11.2	9.2	9.9	13.4	15.3	13.0	12.9	13.5
65+	2.9	2.7	3.0	3.5	5.0	5.9	5.3	5.3
CRECIMIENTO ANUAL (%)								
BLANCO	...	1.4	.9	.9	.0	.1	.4	.4
NEGRO	...	2.4	1.9	1.9	.7	.7	.8	.7
HISPANO	...	5.7	3.7	3.1	2.0	2.0	1.9	1.7
OTROS	...	6.5	3.7	3.7	1.9	2.0	2.0	1.7

*1980 fue el primer año en que estuvieron disponibles datos disponibles de acuerdo a la raza y origen hispano

Fuente: Con base en datos de "A century of change: the U.S. labor force, 1950-2050" by Mitra Tosi, Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, May 2002.

¹¹⁴ "A century of change: the U.S. labor force, 1950-2050", op. cit.

Ante el creciente número de inmigrantes mexicanos que han llegado a trabajar a Estados Unidos sobre todo a partir de la década de 1990, ha crecido el interés por determinar el impacto que tienen en el mercado laboral de Estados Unidos. Al conocerse las principales características de la mayoría de los migrantes mexicanos, se desprende que su impacto se limita a los trabajos de baja especialización en servicios y manufactura y agrícolas, si bien existen sus excepciones donde existen trabajadores profesionales altamente especializados y educados pero para efectos estadísticos son mínimos.

Así pues, el impacto de los trabajadores mexicanos es prácticamente nulo en el segmento del mercado laboral del ciudadano promedio de Estados Unidos en metrópolis como Chicago, ya que no compiten por los mismos empleos. El ciudadano estadounidense promedio sufre más cambios en su empleo debido a factores en avances tecnológicos, cambios industriales, ciclos económicos y el comercio internacional.¹¹⁵

Por tales motivos, el tema central de los trabajadores migratorios mexicanos se ubica en el impacto en el mercado laboral de baja especialización. Debe subrayarse que los ciudadanos estadounidenses de origen mexicano y profesionales altamente capacitados no entran por definición en la clasificación anterior, ya que muchos de ellos ocupan puestos de alta dirección de empresas, empresarios independientes exitosos y líderes políticos, sociales y comunitarios.

Un estudio de Jorge A. Bustamante concluye pues, que la población nacida en México que reside en Estados Unidos no es homogénea y comprende diferentes subgrupos de calidad legal y conductual, es decir, migrantes de corto plazo, temporales o "circulares" (cuya residencia habitual es México), mientras que otros son relativamente de largo plazo o establecidos (cuya residencia habitual es Estados Unidos).¹¹⁶

Diversos estudios y la historia misma (Programa Bracero de trabajadores agrícolas temporales de 1942) han demostrado que los trabajadores migrantes mexicanos ocupan empleos que no son deseados por los ciudadanos estadounidenses debido a los bajos salarios que perciben, lo arduo de las tareas implicadas y su negativa connotación social.¹¹⁷

¹¹⁵ "Immigration and wage changes of high school dropouts", by María E. Enchautegui, Monthly Labor Review. Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. October 1997.

¹¹⁶ "Characteristics of Migrants: Mexicans in the United States", by Jorge A. Bustamante, Guillermina Jasso, J. Edward Taylor & Paz Trigueros Legarreta

¹¹⁷ Para mayor bibliografía sobre este punto véase "México y Estados Unidos ante los trabajadores agrícolas migratorios 1942-1964", Angel Antonio Rogerio Cadena. Tesis Profesional. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. 1989. Op. cit.

El impacto de los trabajadores migratorios mexicanos en Estados Unidos se deriva al menos de cuatro factores¹¹⁸:

1. El enorme volumen del flujo migratorio y el tamaño de la población nacida en México que reside en Estados Unidos.
2. Una gran parte de la población indocumentada es de origen mexicano.
3. La población nacida en México que reside en Estados Unidos tiene un bajo nivel educativo.
4. La gran mayoría de la población nacida en México se concentra enormemente en el suroeste y en varias metrópolis de Estados Unidos.

Estudios han revelado que los trabajadores migratorios mexicanos en Estados Unidos tienen un mínimo impacto negativo en las ganancias y empleos de los trabajadores estadounidenses y que incluso aportan beneficios a los empleadores que los utilizan y a los negocios de ciudadanos estadounidenses que les prestan sus servicios y venden sus productos a los migrantes mexicanos durante su estancia en territorio estadounidense.

El mayor impacto de los migrantes mexicanos es entre la misma población migrante mexicana que ya reside en Estados Unidos y que compiten por los mismos tipos de empleos, así como en otros grupos de migrantes de baja calificación de otras partes del mundo y en algunas áreas de baja especialización que tradicionalmente han contado con un mayor número de trabajadores de la raza negra.¹¹⁹ Dichos efectos se concentran geográficamente en el suroeste y en las principales ciudades de Estados Unidos donde se concentra la población mexicana, tales como Los Angeles, Chicago y Houston, por solo citar las más importantes metrópolis.

Considerando la poca movilidad que tienen los migrantes mexicanos en general, la existencia de familias establecidas trae consigo vecindarios más estables en las ciudades donde se ubican. La poca disponibilidad de migración interna hacia otras partes de Estados Unidos que no sean tradicionalmente mexicanas o hispanas se explica debido a la baja calificación laboral, bajo nivel educativo, limitado o nulo conocimiento del idioma inglés, lo que motiva que los migrantes mexicanos permanezcan dentro de sus comunidades por largos periodos, lo cual a su vez también les reduce sus posibilidades de ascenso económico y niveles de vida más altos, reduciendo o eliminando sus posibilidades de integrarse a la sociedad de habla inglesa y perpetuando los vecindarios con alta concentración de población mexicana.

¹¹⁸ "The U.S. Labor Market Impacts of Low-skill Migration from Mexico", by Paul S. Davis, Michael J. Greenwood, Gary L. Hunt, Ulrich Kohli & Marta Tienda. Paper prepared with support from the United States Commission on Immigration Reform-Mexico United States Binational Migration Study. U.S. Department of State, Washington, D.C. 1997.

¹¹⁹ "The U.S. Labor Market Impacts of Low-skill Migration from Mexico", op. cit.

Debido al bajo nivel de estudios y especialización laboral y la falta de dominio del idioma inglés, consecuentemente el nivel de ingresos de la mayoría de los nuevos migrantes mexicanos es bajo, lo cual se traduce en que el número de familias mexicanas que viven bajo el nivel de pobreza es alto comparado con otros grupos. Sin embargo debe subrayarse que dicha tendencia no es exclusiva de los migrantes mexicanos, sino de cualquier grupo étnico o racial que emigra a Estados Unidos y tiene las mismas desventajas, es decir, bajo nivel educativo, baja especialización laboral y nulo dominio del idioma inglés (véanse los dos cuadros a continuación).

INGRESO REAL MEDIO POR FAMILIA POR TIPO DE POBLACION 1994-2000

	1994	2000	CAMBIO PORCENTUAL 1994-2000
TODAS LAS PERSONAS	\$44,573	\$50,985	14.4%
NATIVOS DE EUA	46,011	52,057	13.1
INMIGRANTES	33,601	42,440	26.3
INMIGRANTES RECIENTES	26,257	36,887	40.5

**NIVEL DE POBREZA EN ESTADOS UNIDOS POR TIPO DE POBLACION
1994-2000**

	TASA PORCENTUAL DE LA POBREZA (%)		CAMBIO PORCENTUAL 1994-2000
	1994	2000	
TODAS LAS PERSONAS	14.5%	11.3%	-3.3
NATIVOS DE EUA	13.1	10.2	-2.9
INMIGRANTES	25.7	17.8	-7.9
INMIGRANTES RECIENTES	34.0	22.4	-11.6

Fuente: Tomado de "Immigration and poverty: How are they linked?", by Jeff Chapman and Jared Bernstein. Monthly Labor Review, April 2003.

También es evidente que independientemente de la calidad migratoria de las personas, la población estadounidense de bajo nivel educativo y baja especialización también sufre de pobreza no obstante ser ciudadanos estadounidenses y dominar el idioma inglés, como sucede con gran parte de la población de la raza negra. Esto es, la población de baja preparación educativa y laboral es más vulnerable a la pobreza, sin distinción de su país de nacimiento o si son inmigrantes o no.¹²⁰

3.2.5. Migración mexicana en Illinois

Illinois es el tercer estado de Estados Unidos con mayor número de población mexicana. Poco más de la mitad de dicha población es de reciente ingreso a Estados Unidos (20 años) y nacieron en México. Un estudio del banco de la Reserva Federal de Chicago muestra que de 1990 a 2000 la población hispana se incrementó en 600,000 personas o 68.7%, en el Area Metropolitana Estadística (AME) de Chicago tanto por el crecimiento natural de la población como por la inmigración. De 1991 a 1998 el número promedio de inmigrantes documentados que se estableció en el área de Chicago fue de más de 40,000 personas por año.¹²¹

También se añade que de acuerdo a su análisis para el AME de Chicago, el ingreso medio de los hogares hispanos fue en 2000 de \$41,494, comparado con \$51,680 del total de todos los hogares de la AME de Chicago, y \$59,903 de los hogares de población definida como "blanca". Otro dato importante es que un 22.6% de la población hispana en Chicago vive en niveles de pobreza, en zonas de la ciudad de ingreso bajo-moderado lo cual influye parcialmente en que su tasa de participación en el mercado financiero sea una de las más bajas, o sea que no usan los servicios bancarios tanto por su bajo nivel de ingresos, como por su "mayor aversión hacia los bancos e instituciones financiera", derivada de malas experiencias de pérdidas de sus depósitos en algún banco en sus países de origen o por devaluación de la moneda en una economía doméstica débil".¹²²

Al respecto, cabe destacar que con la creciente aceptación de la Matrícula Consular expedida por el Consulado General de México en Chicago como forma de identificación que es aceptada por un número creciente de bancos y otras oficinas gubernamentales, se pronostica que se incremente el uso de los servicios bancarios no solo en Chicago sino en otras partes de Estados Unidos (Nota del autor).

¹²⁰ "Immigration and poverty: How are they linked?", by Jeff Chapman and Jared Bernstein, *Monthly Labor Review*, April 2003.

¹²¹ "Changing Hispanic demographics: Opportunities and constraints in the financial market", by Maude Toussaint-Comeau, *Chicago Fed Letter*, The Federal Reserve Bank of Chicago, August 2003, number 192.

¹²² *Idem*.

El caso de la migración de mexicanos a Illinois tiene una dinámica diferente a la del resto de los territorios que alguna vez fueron propiedad de México, ya que Illinois nunca fue parte de México. Ya desde el censo de 1850 se registran habitantes mexicanos en Illinois.¹²³

La migración de mexicanos a Illinois que comenzó durante finales del siglo XIX tiene una causa principalmente económica, a diferencia de la migración en los estados fronterizos debido a motivos familiares y redes de amistad. Los primeros migrantes mexicanos en Illinois fueron atraídos principalmente por los trabajos que existían en los ferrocarriles, acereras, procesamiento de carne, fábricas y labores agrícolas. El primer barrio mexicano en Chicago se estableció a principios del siglo XX.¹²⁴

En Chicago existen clubes u organizaciones sociales de casi todos los estados de México. Muchos de ellos cuentan con la capacidad para llevar a cabo obras de beneficio comunitario en sus comunidades de origen, tales como la construcción de escuelas, iglesias u obras de infraestructura o inversión productiva.

La organización de clubes, organizaciones y redes informales de oriundos llega al grado de que los residentes se encuentran organizados no solamente de acuerdo al estado de su procedencia, ni de su ciudad de origen, sino incluso de su colonia, vecindario o ranchería. En Chicago se pueden encontrar edificios donde todos los inquilinos son originarios del mismo vecindario o colonia en su natal México.

Para los propósitos de la presente tesis, la población de origen mexicano que reside en Illinois puede dividirse, desde un punto de vista estrictamente de mercadotecnia, en tres segmentos con base en la importancia de su volumen como consumidores y potencial de compra:

1. Ciudadanos estadounidenses de origen mexicano establecidos en Illinois. Esta población se encuentra totalmente asimilada e integrada a la sociedad estadounidense y es la tercera o cuarta generación de mexicanos residentes en Chicago. La existencia de familiares y amigos en México y las constantes visitas entre ambas poblaciones a ambos lados de la frontera permiten mantener viva la tradición mexicana. Existen lazos de identidad que permiten perpetuar ciertas costumbres y hábitos mexicanos adaptados a su realidad como ciudadanos estadounidenses. Sus hábitos de consumo mantienen vínculos con comida tradicional mexicana. Su potencial de compra es muy importante.

¹²³ *Images of America Mexican Chicago*, by Rita Arias and Carlos Tortolero, Arcadia Publishing an imprint of Tempus Publishing, Inc., Chicago, Illinois, reprinted 2002.

¹²⁴ *Idem*.

2. Población permanente mexicana establecida en Illinois. Población mexicana que ha emigrado a Illinois durante los últimos 20 o 30 años. Trabajadores mexicanos que emigraron a Illinois y lograron establecerse económicamente y fundaron o mudaron sus familias a Illinois. Existe un movimiento constante de personas debido a la existencia de familiares y amigos en ambos lados de la frontera. Sus hábitos de consumo son en su gran mayoría tradicionalmente mexicanos y es fiel a los productos mexicanos y con mayor potencial de compra debido a su volumen, composición familiar y tasa de crecimiento.
3. Población mexicana flotante. Población mexicana compuesta principalmente por hombres jóvenes solteros que emigran a Illinois por razones económicas. Se puede calcular que una mayoría de esa población regresa a México una vez que ha ahorrado cierta cantidad de dinero. Otro porcentaje de esta población realiza constantes viajes estacionales entre ambos países dependiendo de donde existen oportunidades de negocios o empleo. Finalmente, otro porcentaje se establece permanentemente en Illinois, creando a su vez sus propias familias. Esta población es probablemente la más fiel a los productos mexicanos y tiene gran potencial de crecimiento.

3.3. Análisis del mercado de consumidores de origen mexicano en Chicago

En el estado de Illinois hay una población de origen mexicano de 1,144,390 de habitantes, la mayoría de ellos radicados en la zona metropolitana de Chicago.¹²⁵

Durante la década anterior la población de origen mexicano en Illinois creció 83.5%, la tasa más alta para cualquier grupo étnico.¹²⁶ Gran parte de ese crecimiento se debió a la inmigración. El crecimiento de la población mexicana no solo en Chicago, Illinois, sino en cualquier parte donde existen comunidades mexicanas en Estados Unidos, genera a su vez actividad económica que beneficia a la economía estadounidense. Diversos estudios muestran que, por ejemplo en el barrio de La Villita en Chicago, el solo número de consumidores mexicanos es suficiente como para sostener una economía completamente diferenciada de bienes y servicios que ofrece amplias oportunidades de innovación empresarial, económica y de negocios.¹²⁷

¹²⁵ La zona metropolitana que los economistas de la Reserva Federal de Chicago comúnmente utilizan para sus análisis, y que se ha convertido en la definición que se ha hecho extensiva, es la que comprende los siguientes seis condados: Cook, Lake, DuPage, McHenry, Will y Kane.

¹²⁶ "Chicago a hub for Mexicans Population trails only L.A. among cities nationwide", Chicago Tribune, May 10, 2001.

¹²⁷ "Impacts of Migration. Labor Market Implications of Scale, Innovation, and Entrepreneurship", op. cit.

Según el estudio del Centro de Estudios de la Inmigración, en 1990 Illinois tenía una población de 274,476 personas nacidas en México y que para 2000 había crecido a 609,068, esto es, en la década de los años noventa llegaron al estado de Illinois 334,592 personas inmigrantes nacidas en México.¹²⁸ Esto es, el 53% de los mexicanos que vivían en Illinois hasta 2000 habían nacido en México.

El hecho de que más de la mitad de la población de origen mexicano en Illinois haya nacido en México, tiene un enorme significado desde el punto de vista estrictamente de mercadotecnia, ya que esta población tiene hábitos de consumo adquiridos en México en lo referente a marcas de productos, en concreto de alimentos y bebidas. Si se considera que Estados Unidos importa en promedio solamente entre un 5% y un 6% del total de su consumo de productos alimenticios y un 9% de su consumo total de bebidas y tabaco¹²⁹, el potencial para las exportaciones mexicanas de dichos productos es enorme. Paulatinamente los productos alimenticios y bebidas mexicanos dejarán de ser consumidos exclusivamente por los consumidores de origen mexicano y pasarán a formar parte del consumo de la población en general, como ha sido el caso de las pastas y pizzas italianas y la comida china.

Incluso medios masivos de comunicación no hispanos de Chicago reconocen que el llamado "renacimiento" de Chicago en los años noventa fue debido en gran medida al incremento de la inmigración hispana a la ciudad, paralelamente a la fuerte economía y la creación de empleos y una disminución en la tasa de criminalidad.¹³⁰

"Los mexicanos aquí (Chicago) son la comunidad más grande fuera del territorio que alguna vez fue parte de México... A pesar de encontrar un medio que les es completamente ajeno a lo que conocen en México, los inmigrantes siguen llegando a Chicago", afirmó el Cónsul General de México en Chicago, Carlos Sada Solana.¹³¹ No se prevé que el flujo de inmigrantes se reduzca, en parte porque los salarios son aproximadamente siete veces más altos en Estados Unidos que en México, según un estudio del Banco de la Reserva Federal de Dallas, publicado en 2000.¹³²

El mercado de consumidores mexicanos en Chicago está abastecido por pequeñas y medianas tiendas al menudeo, repartidas en los diversos barrios mexicanos en toda la zona metropolitana de Chicago. Hasta hace muy poco tiempo, solamente dichas pequeñas y medianas empresas de distribución eran quienes abastecían de productos alimenticios y bebidas hechos en México. Con el crecimiento de la población de origen mexicano en la década pasada, las grandes cadenas de distribución y supermercados han entrado al mercado minorista, pero el surtido de auténticas mercancías hechas en México es todavía limitado.

¹²⁸ Center for Immigration Studies, "Where Immigrants Live", op. cit.

¹²⁹ Con base en datos del Department of Commerce, Bureau of the Census y de la U.S. International Trade Commission.

¹³⁰ "Rust Belt shows a few bright spots "Renaissance" not universal, but city growth encouraging", Chicago Tribune, March 30, 2001.

¹³¹ Idem.

¹³² Citado en "Chicago a hub for Mexicans", op. cit.

La mayoría de las grandes cadenas de distribución y supermercados venden productos "Estilo Mexicano" (no hechos en México), pero pocos manejan marcas genuinas. Solamente los productos de gran aceptación que han logrado llegar al mercado no hispano como la cerveza Corona, pueden ser encontrados en todos los supermercados y tiendas de licores –Corona es la cerveza de importación más vendida en Estados Unidos.¹³³

Las pequeñas empresas distribuidoras manejan auténticas marcas mexicanas, pero no siempre tienen inventario disponible, perdiendo con ello las oportunidades de ventas, afectando el flujo normal de negocios y dañando a las marcas mexicanas por la incertidumbre creada y la poca disponibilidad de productos en los anaqueles de las tiendas.

Los distribuidores de productos hechos en México usualmente ofrecen solamente servicios de distribución, que no agregan valor a las marcas, reduciendo con ello el adecuado posicionamiento de los productos en el mercado. Existe una carencia de actividades de mercadotecnia, tales como planeación estratégica y manejo administrado de las marcas, con lo que se afecta el ciclo de vida de los productos hechos en México.

Por el lado de la oferta de productos mexicanos, hay compañías que exportan a Chicago y que ya han expresado a Bancomext su interés en contar con una bodega en la zona con el propósito de distribuir sus productos. Al contar con inventario disponible en Chicago, las empresas mexicanas incrementarían sus ventas y reducirían sus costos de transportación, mejorando con ellos sus ganancias.

Todo el análisis hasta aquí presentado revela que existe una muy clara oportunidad de negocios, al existir un nicho que en la actualidad no está ocupado cabalmente o bien es atendido insuficientemente.

La presente tesis propone analizar la creación de un centro de distribución que funcionaría como bodega y centro de servicios para apoyar a las empresas exportadoras mexicanas. El nombre tentativo de dicha empresa es "Mexico Trade Center" (MTC).

El MTC vendría a ocupar ese vacío que actualmente existe en el mercado. Más allá que solamente proporcionar servicios de almacenaje, el MTC ofrecería servicios de comercio exterior, administración de la cadena de distribución y mercadotecnia.

¹³³ "Staying afloat. After a couple of rough years, Mexico's beverage industry is resurfacing with vigor –thanks to exports", Mexico Business, June 1997.

El MTC operaría como un intermediario y bodega al mayoreo que prestaría servicios tanto a los productores y fabricantes mexicanos como a los consumidores de origen mexicano en Chicago. Las curvas promedio de costos para la distribución son más bajas para los mayoristas que para sus abastecedores. El MTC vendría a prestar los siguientes tipos de servicios y distribución para las empresas exportadoras mexicanas en Chicago:¹³⁴

1. Cobertura de mercado
2. Contactos de ventas
3. Disponibilidad de inventarios/productos
4. Ventas al menudeo
5. Procesamiento de ordenes de compra
6. Información de mercado
7. Servicios al cliente
8. Asistencia crediticia y financiera

3.3.1. Resumen del mercado

La población de origen mexicano en la zona metropolitana de Chicago -estimada en más de un millón de habitantes incluyendo personas no registradas por el censo debido a factores de su calidad migratoria- representa 75% de la población hispana, con un poder de compra estimado en \$15 mil millones de dólares.¹³⁵ En Chicago, el denominado "Mercado Hispano" -que incluye genéricamente a las personas de origen en algún país de habla hispana- de productos alimenticios y bebidas se calcula asciende a \$1.76 mil millones de dólares, de acuerdo a la empresa Strategy Research Corporation de Miami, Florida.

¹³⁴ Marketing Functions and the Wholesaler-Distributor: Achieving Excellence in Distribution, by Bert Rosenbloom, Washington, D.C. Distribution Research and Education Foundation, 1987.

¹³⁵ Strategy Research Corporation, A Market Facts Company "U.S. Hispanic Market", Miami, FL, 2000.

**VENTAS ESTIMADAS AL MENUDEO EN EL
MERCADO HISPANO DE CHICAGO 1998**

<u>Producto</u>	<u>Miles de dólares</u>
Productos alimenticios	\$1,475,213
Restaurantes/Bebidas	729,596
Mercancías en general	752
Ropa y accesorios	567,822
Muebles/Aparatos domésticos	340,819
Agencias de autos	1,169,441
Estaciones de gasolina	485,455
Farmacias	304,574
Otros	1,105,682
Total:	\$6,179,354

Fuente: Strategic Research Corporation, 1998.

Durante la década pasada la población mexicana en Chicago creció 83.5%. La población mexicana tiene un promedio de edad de 20.6 años y una tasa de natalidad de 2.3%. Si esta tendencia continúa, es factible esperar que la población de origen mexicano crezca en por lo menos 50% durante la presente década, elevándose la población a 1.5 millones de habitantes, con un poder de compra aproximadamente de \$20 mil millones de dólares.

No es sorpresa, pues, que incluso bancos mexicanos como Bancreser hubiera abierto en 1997 una sucursal en Cícero -un suburbio hacia el oeste de Chicago con alta concentración de población de origen mexicano y que cuenta por vez primera en su historia con un Alcalde de origen mexicano- con el propósito de atender a la comunidad mexicana en la zona.¹³⁶ Un negocio que creció notablemente fue el del envío de dinero a México.¹³⁷ La mayor parte de las empresas de servicios profesionales (consultoría, contadores, abogados, bienes raíces, publicidad, etc.) tienen oficinas en ambos lados de la frontera.¹³⁸

¹³⁶ "Illinois woos trade from Mexico", Chicago Tribune, March 28, 1997.

¹³⁷ "Send money fast. First Data Corp. transfers bundles of money for Mexicans in the US. Now other companies want a piece of the action", Mexico Business The Magazine of the Nafta Marketplace September, 1996.

¹³⁸ "Mexico's Top 50 service firms", US/Mexico Business, May, 1998.

En la actualidad, grandes cadenas de distribución y pequeñas y medianas compañías distribuidoras abastecen al mercado de consumidores de origen mexicano en Chicago.¹³⁹ Existen vacíos en el surtido y distribución de auténticas marcas mexicanas, debido principalmente a:

1. Los recursos limitados que en materia financiera y de mercadotecnia tienen las pequeñas empresas mexicanas; y
2. Las empresas mayoristas prefieren apoyar marcas con retornos más rápidos y grandes en las inversiones.

Los consumidores mexicanos tienen como una de sus características su fuerte lealtad a las marcas, prefiriendo productos de marca hechos en México. En la actualidad hay un mercado de consumidores mexicanos que está siendo servido con fallas y limitaciones. Ante la falta de auténticas marcas mexicanas, los consumidores simplemente optan por productos similares que son solo copias de los productos genuinos.

Las marcas mexicanas se verían beneficiadas por estrategias de penetración de mercado, desarrollo de mercado y expansión de nichos adecuadamente diseñadas, que en la actualidad son inexistentes o pobremente administradas.

3.3.2. Demografía del mercado

El MTC tendría dos tipos diferentes de clientes en Chicago: 1) mayoristas y distribuidores en la primera etapa de la bodega y almacenaje; 2) minoristas y consumidores finales en la etapa de los servicios integrales de comercialización.

3.3.2.1. Mayoristas y distribuidores

La composición general del sector industrial en Chicago ha cambiado en los últimos 20 años, como se mencionó anteriormente: Chicago ya no es la ciudad de tipo "Rust Belt", dominada por chimeneas industriales decadentes y viejas; el antiguo sector manufacturero de las "chimeneas humeantes" ha disminuido a un 30% del espacio ocupado. Ahora, el 48% del espacio ocupado consiste de industrias en el negocio de la distribución. Más aún, se calcula que el 96% del crecimiento industrial en futuro sea en los sectores de distribución y servicios.¹⁴⁰

¹³⁹ "Shopping for Latinos hit nearly \$230 billion to spend, US Hispanics are becoming the target for companies on both sides of the border", Mexico Business, December, 1996.

¹⁴⁰ "City of Chicago Industrial Market and Strategic Analysis", prepared by Arthur Andersen LLP, Real Estate Advisory Services Group, submitted to the Department of Planning and Development, City of Chicago, March 1998.

Chicago es por mucho el líder en el terreno de los centros intermodales de embarque por contenedor en el mundo: 8.8 millones de contenedores por año, comparado con 3.9 millones de Los Angeles y 1.5 millones en Nueva York.¹⁴¹ Dicho tráfico de contenedores típicamente crea una demanda significativa de almacenaje, manufactura ligera y diversos servicios profesionales. Los denominados submercados del Oeste, Suroeste y Sur Lejano de Chicago mantienen la concentración más grande de instalaciones intermodales.¹⁴²

En la actualidad existen más de una docena de mayoristas que distribuyen productos alimenticios procesados hechos en México.¹⁴³ Sin embargo, son empresas no especializadas. Existen aproximadamente 40 pequeñas y medianas empresas especializadas en la distribución de auténticos productos hechos en México, pero que exhiben ciertas limitaciones en sus estrategias de mercadotecnia.

3.3.2.2. Minoristas

En Estados Unidos existen aproximadamente 1.3 millones de empresas propiedad de hispanos, que generan más de \$200 mil millones de dólares en ingresos anuales brutos. El poder de compra de la población hispana se incrementó 56% durante la década pasada, y se estima que el poder total de compra de la población de origen hispano en Estados Unidos es de \$477 mil millones de dólares.¹⁴⁴

En la actualidad no existen cifras exactas que muestren el número total de negocios propiedad de mexicanos o que distribuyen productos hechos en México en Chicago. Diferencias en las definiciones y cifras que difieren debido a diversos conteos que varían por condado hacen que una cifra exacta sea difícil de obtener.

Sin embargo, utilizando datos de fuentes diferentes, es posible obtener un estimado que ubica en aproximadamente 4,000 negocios al menudeo que son propiedad de personas de origen mexicano en la zona metropolitana de Chicago. De esa cifra se calcula que 1,500 son tiendas de abarrotes, que por lo general son pequeños negocios administrados por el propio dueño. Una gran parte de las tiendas de abarrotes se localizan en áreas de concentración de población mexicana, pero también es posible encontrar tiendas de abarrotes en vecindarios que no son tradicionalmente mexicanos, como es el caso del condado de McHenry que se ubica hacia el noroeste en las afueras de la ciudad de Chicago.

¹⁴¹ "City of Chicago Industrial Market and Strategic Analysis", op. cit.

¹⁴² Idem.

¹⁴³ "Perfil del Mercado Hispano de Chicago", Trade Commission of Mexico in Chicago (Bancomext). Julio 2000.

¹⁴⁴ United States Hispanic Chamber of Commerce. 1999.

En La Villita, el propietario de la tienda de ropa vaquera "El Norteño", Efraín Sánchez, afirma que abrió su negocio en Chicago porque los mexicanos residentes de la ciudad ganan salarios más altos que en los estados del suroeste de Estados Unidos: "En Texas los salarios son más bajos, y la gente tiene menos dinero para comprar un par de botas."¹⁴⁵

Cerca del anterior negocio de ropa vaquera, María Salazar vende en la calle jugos y frutas en un puesto ambulante, después de 5 años de haber inmigrado a Chicago. Salazar dijo que llegó inicialmente a Chicago porque sus tías y tíos vivían en la ciudad, y ellos a su vez, llegaron a vivir en Chicago con sus familiares hace décadas. Todos hablan español e inglés.¹⁴⁶

3.3.2.3. Población

La población total de origen hispano en Estados Unidos es de 38.8 millones de habitantes –lo que representa un incremento de 74% con respecto a las cifras de 1990- de los cuales más de 20 millones de habitantes son de origen mexicano; eso significa que poco más de uno en cada 12 residentes de Estados Unidos clama tener raíces mexicanas.

Illinois tiene una población hispana de 1,530,262 personas –un incremento de 69.2% con respecto a 1990. Dichas cifras son más impresionantes si se comparan con el incremento de 13.2% que se registró para el total de la población de Estados Unidos. La población de origen mexicano creció en Illinois 83.5% de 1990 a 2000, debido tanto a que se trata de una población joven con una alta tasa de natalidad como a la reunificación de familias a través de la inmigración. Si el crecimiento actual continúa, es previsible estimar que la población de origen mexicano en Illinois llegue a 2.1 millones de habitantes en 2010.

Cifras oficiales muestran que durante la década pasada Chicago se convirtió en la segunda ciudad de Estados Unidos con la comunidad más grande de mexicanos (530,565 habitantes), solo superada por Los Angeles, California (1,091,611)¹⁴⁷ Se estima que para 2030 la población hispana en Chicago represente el 33% de la población total de la región.¹⁴⁸

¹⁴⁵ "Chicago a hub for Mexicans", Chicago Tribune, May 10, 2001

¹⁴⁶ Idem.

¹⁴⁷ U.S. Census 2000.

¹⁴⁸ "Understanding isolation and change in urban neighborhoods", by Richard Maton, Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago, June, 2003.

LAS 3 PRINCIPALES CIUDADES CON POBLACION HISPANA 2000

CIUDAD	POBLACION TOTAL	POBLACION HISPANA	%
NUEVA YORK	8,008,278	2,160,554	27
LOS ANGELES	3,694,820	1,719,073	46.5
CHICAGO	2,896,016	753,644	26

Fuente: Con bases en datos de U.S. Census 2000.

La existencia de empleos y oportunidades de negocios para atender a la creciente población de origen mexicano fueron imanes que atrajeron a un mayor número de inmigrantes de México. "La inmigración continúa porque la economía regional es parte de la economía global, y demanda tanto trabajadores de baja especialización como de alta especialización", afirma Susan Gzesh, Directora del centro "Mexico-US Advocates Network", basado en Chicago. "Imagine un día donde no haya mexicanos en Chicago. Ningún restaurante funcionaría", añade Gzesh.¹⁴⁹

El Condado de Cook -al cual pertenece la ciudad de Chicago y que tiene una población total de 5,376,741 habitantes- registró una población de 786,000 personas de origen mexicano, lo que lo ubica en el tercer lugar después de los Condados de Los Angeles (3 millones) y Harris en Texas (815,000) que incluye a Houston.¹⁵⁰

Cabe señalar que las cifras anteriormente mencionadas no toman en consideración a población de origen mexicano que no se registró en el censo debido a su calidad migratoria; de ser así, la cifra total se elevaría a aproximadamente 700,000 personas de origen mexicano viviendo en Chicago, y aproximadamente 1 millón en el Condado de Cook. Más población mexicana vive en el Condado de Cook que en ciudades de México como Acapulco, Cuernavaca, Chihuahua o Veracruz.¹⁵¹

El primer registro oficial en el que se hace mención de mexicanos en Illinois, es el censo de 1850 en el que se identificaron 50 mexicanos viviendo en el estado.¹⁵² El primer barrio mexicano en Chicago se formó al principio del siglo XX en la parte sur de la ciudad, cerca de las acereras y ferrocarriles. Hoy en día, la población de origen mexicano se ha extendido a otros condados tales como Lake y McHenry, que ha sido atraída por los empleos en las fábricas de pequeña escala y sector servicios.¹⁵³ (Ver mapa en Anexo I)

¹⁴⁹ "Chicago a hub for Mexicans", op. cit.

¹⁵⁰ Idem

¹⁵¹ Idem.

¹⁵² Images of America Mexican Chicago, by Rita Arias and Carlos Tortolero, op. cit.

¹⁵³ Idem.

El barrio mexicano más grande de Chicago se ubica en las zonas de Pilsen y La Villita, en las llamadas comunidades de South Lawndale, North Lawndale y Lower West Side. Se estima que aproximadamente 22% de la población total de origen mexicano vive en Pilsen; Pilsen es 95% mexicano.¹⁵⁴ (Ver mapas Anexo II, III y IV)

El MTC se localizaría en el Corredor Pilsen, donde las rentas son mas bajas. El uso del terreno en Pilsen es inusualmente mixto, con edificaciones de tipo comercial, residencial e industrial frecuentemente en la misma cuadra.¹⁵⁵ (Ver mapa aéreo en Anexo VI)

La mayoría de la población pertenece mayormente a la clase trabajadora, con un número promedio de miembros por familia de 4 personas. Sin embargo, es común encontrar familias en las que otros miembros comparten la misma vivienda (abuelos, tíos, sobrinos, primos, etc.) El ingreso promedio por familia mexicana en Chicago es de \$45,055.00 dólares.

Un estudio del Banco de la Reserva Federal de Chicago muestra que los llamados "subcentros de empleo" en la zona metropolitana de Chicago se han estado moviendo hacia los suburbios de la ciudad. El estudio ubica que las ciudades donde existen mayores empleos en el sector servicios son precisamente aquellos en los que los inmigrantes mexicanos han establecido sus hogares, es decir, los inmigrantes mexicanos han ido detrás de los empleos donde quiera que se encuentren y con ello han cambiado el perfil étnico de la población en esas zonas.¹⁵⁶

3.3.2.4. Factores psicográficos y atributos de la conducta de la población mexicana

Cuando los inmigrantes mexicanos llegan a residir a Chicago, en su mayoría se ubican en alguno de los barrios mexicanos como Pilsen o La Villita, o bien en suburbios con alta concentración de población mexicana como Joliet, Elgin o Aurora. Muchos de ellos realizan completamente todas sus actividades en esas comunidades y su contacto con la cultura y sociedad estadounidense es mínimo.

¹⁵⁴ "Public/Private Initiative and Community Response in Pilsen: Toward the Integration of Community Organizing and City Planning", by Nalini J. Jonson, Department of Urban Planning, McGill University 1992.

¹⁵⁵ "Pilsen Rent Study", prepared by Natalie P. Voorhees, Center for Neighborhood and Community Improvement in partnership with The Resurrection Project, December, 1995.

¹⁵⁶ "Employment subcenter in Chicago: Past, present, and future", by Daniel P. McMillen, Economic Perspectives, Federal Reserve Bank of Chicago, Second Quarter 2003.

Para ellos, poco ha cambiado (con la excepción de los crudos inviernos de Chicago) desde que partieron de sus lugares de origen en México, excepto que ahora tienen la posibilidad de tener un salario en dólares. Es por medio de la actividad comercial, empresarial y autoempleo dentro de las comunidades mexicanas o mexico-americanas como los migrantes mexicanos se integran a la economía estadounidense, como lo muestra el caso concreto de La Villita. Estos factores son relevantes para entender el impacto de los trabajadores mexicanos en el mercado laboral no solo de Chicago, sino donde quiera que existen comunidades mexicanas en Estados Unidos, y que los distinguen de los trabajadores inmigrantes que llegan a Estados Unidos de otros países del mundo.¹⁵⁷

Muchos inmigrantes que desarrollan sus actividades, negocios y trabajos y en general sus vidas cotidianas en los barrios mexicanos, nunca llegan aprender el idioma inglés ya que no tienen una imperiosa necesidad de hacerlo: Existen 3 estaciones de televisión en español (Univisión, Telemundo y Telefutura) y hay fácil acceso a canales de México por cable o satélite. Múltiples estaciones de radio en AM y FM transmiten exclusivamente música regional mexicana. Hay dos periódicos en español de circulación masiva (La Raza y Hoy) y existen múltiples periódicos, revistas y boletines de menor dimensión que se publican regionalmente y abordan temas locales de comunidades en vecindarios muy específicos. Incluso las grandes cadenas de supermercados estadounidenses que se localizan cerca de los barrios mexicanos tienen sus anuncios en español y sus empleados son mexicanos.

Despachos de abogados, médicos, contadores, banqueros, agentes de bienes raíces, agentes de seguros, maestros, vendedores de autos, párrocos, enfermeras, mecánicos, peluqueros, sastres, plomeros, albañiles, etc. todos ellos hablan español. Todas las necesidades de la comunidad mexicana son atendidas localmente en los barrios mexicanos por negocios que cuentan con personal que habla español.

Existen centros de actividades sociales y recreativas y salones de baile que cada semana tienen algún grupo musical, rodeos o artistas mexicanos. Las grandes figuras de la música mexicana como Vicente Fernández o el Mariachi Vargas de Tecalitlán realizan por lo menos una presentación anual. El Ballet Folklórico de Amalia Hernández presenta su espectáculo en Chicago bianualmente. El circo de los Hermanos Vázquez ha comenzado a visitar Chicago cada año. Equipos profesionales de fútbol de primera división como el Guadalajara o los Pumas de la UNAM realizan presentaciones en el estadio Soldier Field de Chicago, lo mismo que la propia selección nacional de fútbol. La UNAM cuenta con una oficina de extensión académica en Chicago. Fiestas cívicas como el 15 de Septiembre, 5 de Mayo o el 20 de Noviembre son celebradas y se organizan desfiles en los barrios mexicanos.

¹⁵⁷ "Impacts of Migration. Labor Market Implications of Scale, Innovation, and Entrepreneurship", by Michael J. Rosenfeld & Marta Tienda. Paper prepared for the June, 1996 meeting "Mexican Migration and U.S. Policy", Washington, D.C. Research supported by the U.S.-Mexico Binational Commission on Immigration. Op. cit.

Una encuesta llevada a cabo por la firma “MDI Hispanic Monitor”, junto con el uso de otras herramientas psicográficas, determinó que existen 6 vectores que caracterizan a las familias hispanas en Chicago, debido a la importancia que sus miembros otorgan a cada factor¹⁵⁸:

- Idioma/Español (97%)
- Religión (44%)
- Unidad familiar (39%)
- Música (39%)
- Comida (38%)
- Días festivos (29%)

Otros estudios de mercado confirman dichas características. De acuerdo con la firma DRI/McGraw Hill, la importancia de la población de origen hispano se debe no solo a su número y tamaño, sino más aún a los esfuerzos que sus miembros realizan para mantener su identidad cultural.¹⁵⁹

De acuerdo a la publicación “Hispanic Market Connection”, 76% de los hispanos en Chicago nacieron en el extranjero y 58% hablan español como su primer idioma.¹⁶⁰ Dichas cifras ayudan a entender la fuerte demanda por productos auténticos hechos en sus países de origen, no solo para el uso diario, sino para celebraciones de ocasiones especiales, tales como eventos religiosos o familiares (esto es, comida típica de la temporada o celebración, música, material impreso e imágenes religiosas, ropas y atuendos especiales), productos que tienen un profundo significado de identificación cultural. Incluso hay pequeños grupos que demandan que se les reconozcan sus raíces indígenas y que la población mexico-americana sea reconocida como “Americanos nativos”, llegando al extremo de cambiar sus nombres por nombres pre-hispánicos y hacer ceremonias rituales indígenas, como el grupo Kalpulli Yetlanezi-Tolteca de Aurora, Illinois.¹⁶¹

¹⁵⁸ Tomado de “Perfil del Mercado Hispano de Chicago”, Trade Commission of Mexico, op. cit.

¹⁵⁹ McGraw Hill, firma especializada en estudios de mercado, tomado de “Perfil del Mercado Hispano”, op. cit.

¹⁶⁰ Hispanic Market Connection, 2000.

¹⁶¹ “Natives seek distinction from Latinos. Activists spurn “colonizer” past”, Chicago Tribune, May 21, 2001.

Estudios de investigación de mercado muestran que las familias hispanas gastan más en comestibles, en promedio, que sus contrapartes no-hispanas, debido a que las familias hispanas tienen la tendencia a comer en su propia casa más frecuentemente.¹⁶²

La familia hispana promedio gasta \$3,556 dólares en comestibles al año, comparado con \$2,854 dólares de las familias no hispanas, de acuerdo a una encuesta llevada a cabo en 1999 por el Bureau of Labor Statistics del gobierno de Estados Unidos. Visto desde otra perspectiva diferente, diversos estudios muestran que la familia hispana promedio gasta 15 centavos de cada dólar en comestibles en el hogar, mientras que la familia blanca promedio gasta solo 10 centavos de cada dólar.¹⁶³

Las familias mexicanas son conservadoras, con lazos familiares muy estrechos y fuertes creencias religiosas. La base de la familia mexicana es la madre, quien comúnmente decide asuntos tales como el lugar donde vivirá la familia, las escuelas que atenderán los hijos, así como el tipo de comida y marcas que se compran y se consumen. Desde un punto de vista estrictamente de mercadotecnia, la conducta que muestra como consumidora la población femenina de origen mexicano sería prioritaria en cualquier estrategia de penetración y expansión de productos alimenticios y bebidas y se debería preparar el mensaje promocional de acuerdo a sus necesidades, interés y deseos.¹⁶⁴

Existen rituales que ayudan a perpetuar la herencia cultural de generación en generación entre la población de origen mexicano. Las tradiciones son respetadas y las festividades especiales, conmemoraciones y días de significado religioso son motivo de reuniones y celebraciones familiares, en las cuales se preparan platillos y bebidas típicas y se disfruta de la música propia de su región de origen. En las familias ampliadas que comparten el mismo techo diversos familiares¹⁶⁵, es común que todos los miembros que trabajan compartan los gastos y otras responsabilidades familiares, tales como el cuidado de los ancianos e infantes. En una típica familia con valores tradicionales mexicanos, por lo general las mujeres preparan los alimentos y todos los miembros familiares se reúnen durante la comida, si sus horarios de trabajo se los permiten.

¹⁶² "Hispanic items in Jewel cart", Crain's Chicago Business, June 4, 2001.

¹⁶³ "A growing market: expenditures by Hispanic consumers", by Geoffrey D. Paulin. Monthly Labor Review. Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. March 1998.

¹⁶⁴ Contemporary Advertising, Eighth Edition, by William F. Arens, McGraw-Hill Irwin, New York, USA, 2002.

¹⁶⁵ "A growing market: expenditures by Hispanic consumers", by Geoffrey D. Paulin, op. cit.

A los consumidores mexicanos por lo general les gusta comprar sus alimentos en el mismo lugar, en tiendas ubicadas en el barrio. Aún si los consumidores mexicanos compran su despensa en una de las grandes cadenas de supermercados, todavía visitan a la pequeña tienda del barrio o especializadas en productos hispanos, como es el caso de DelRay Farms.¹⁶⁶ Condimentos y sazones para la comida, imágenes religiosas, veladoras, hierbas medicinales, molcajetes de piedra, decoraciones y artesanías, son algunos de los productos que tienen una presencia constante en los hogares mexicanos en Chicago, y que solo pueden adquiridos en las tiendas mexicanas.

Existe en la actualidad un nicho de mercado que las grandes cadenas de supermercados no son capaces de alcanzar, por lo menos no bajo sus estructuras actuales. Nicolás Lombardi, dueño de la tienda de abarrotes "Casa del Pueblo" en el barrio de Pilsen, no le teme a los grandes supermercados tales como Jewel: "Si ellos (Jewel) fueran un factor, lo hubieran empezado a hacer hace 20 años... Si a un cliente mexicano le gusta lo que uno hace, entonces no van a cambiar (de tienda). Además (Jewel) se enfoca al mercado americano (no hispano). No se pueden especializar en un solo grupo étnico."¹⁶⁷

3.4. Necesidades del mercado

Los consumidores mexicanos en Chicago demandan productos 100% auténticos hechos en México. El objetivo último del MTC sería ofrecer productos auténticos y genuinos hechos en México.

La comunidad mexicana en la actualidad es servida solo limitadamente. El actual surtido de productos hechos en México no es amplio, con una disponibilidad y distribución erráticas de productos. Las copias de productos "Estilo México" no representan lo que en realidad quieren los consumidores mexicanos en Chicago.

De acuerdo con Andrew Kramer, gerente de ventas y mercadotecnia étnicas de Jewel, a pesar de que la cadena ha lanzado anuncios publicitarios "hispanos" durante muchos años –y que tiene supermercados que atienden a los consumidores hispanos- nunca ha existido un estándar de mercadeo, lo cual ha conducido a inconsistencias al nivel de las tiendas: "Nuestros esfuerzos no siempre han sido sostenidos... Ciertamente ayuda tener toda esa publicidad en los medios en los últimos años de crecimiento del mercado hispano. Pienso que nuestros asociados están comenzando a ver la gran oportunidad que representa."¹⁶⁸

¹⁶⁶ "Hispanic items in Jewel cart", op. cit.

¹⁶⁷ Idem.

¹⁶⁸ Idem.

También existe la necesidad de un centro de distribución que apoye a las pequeñas y medianas empresas mexicanas que deseen exportar a Chicago, pero que no lo hacen debido principalmente a sus recursos limitados, así como a la falta de un conducto adecuado, y a los costos que no puedan pagar.

El MTC vendría a llenar ese vacío que existe entre los productores y fabricantes mexicanos que quieren exportar, y los mayoristas, minoristas y consumidores en Chicago que quieren adquirir esos mismos productos. El MTC vendría a establecer un sistema que crearía economías de escala y de alcance, haciendo redituable el comercio de bienes de consumo a casi cualquier nivel, aún a pequeña escala (micro-empresas).

3.5. Tendencias del mercado

El mercado de productos mexicanos en Chicago está creciendo muy rápidamente. Las grandes cadenas están prestando mayor atención a este mercado, vendiendo más productos de los llamados "hispanos" motivado por el explosivo crecimiento de la población hispana.

Jewel, la cadena de supermercados más grande de Chicago, "está lanzando su primer esfuerzo concertado para atraer a los consumidores hispanos".¹⁶⁹ Jewel está ampliando sus tradicionales pasillos de "Comida Étnica", agregando más de 200 productos por medio de 50 de sus 190 tiendas. En un movimiento astuto, Jewel está vendiendo más productos auténticos "Latinos" (aunque no todos son auténticamente mexicanos), tales como jugos Jumex, refrescos Jarritos, salsa picante Valentina, conservas La Costeña, galletas María marca Cuétara, condimentos Goya (empresa puertorriqueña) y frijoles La Preferida y quesos V&V Supremo (empresas mexico-americanas), marginando a marcas estilo-México enfocadas a no hispanos, tales como Ortega, Chi-Chi's y Old El Paso.

Expertos en la industria afirman que Jewel, una unidad de Albertson's, Inc. con oficinas centrales en Idaho, se encuentra a la cabeza de la mayoría de sus competidores a nivel nacional en sus esfuerzos por alcanzar a los consumidores hispanos: "Jewel está realizando un compromiso real para obtener una amplia variedad de los productos adecuados (Hispanos) y los está ofreciendo en las tiendas correctas... Esto es algo que las grandes cadenas no han hecho particularmente bien históricamente, pero es algo que están empezando a enfocar", según señala Jon Hauptman, vicepresidente de Willard Bishop Consulting Ltd., firma de consultoría ubicada en el suburbio de Barrington, Illinois, que se especializa en venta de alimentos al menudeo, de acuerdo a entrevista publicada en el Crain's Chicago Business.¹⁷⁰

¹⁶⁹ "Hispanic items in Jewel cart", op. cit.

¹⁷⁰ Idem.

La segunda cadena de supermercados más grande de Chicago, Dominick's, también se ha comprometido a incrementar su énfasis en los clientes hispanos, según afirma el mismo investigador antes mencionado. Safeway Inc. es la empresa dueña de Dominick's y tiene sus oficinas centrales en California.

3.5.1. Bodega/Distribución

Chicago es el mayor eje de distribución en Estados Unidos. Esto ha creado una amplia industria de distribución, almacenaje y transporte. Se estima que las actividades de distribución/almacenaje comprenden 60-65% de la demanda histórica y de pronóstico de espacio industrial para el mercado metropolitano, lo que refleja el rol central de Chicago en el sistema de distribución nacional y regional.¹⁷¹

El "Chicago Area Transportation Study" (CATS) estima que el impacto económico de la industria de fletes y carga en la economía de Chicago crecerá de \$8.7 mil millones de dólares en 1996 a \$25.8 mil millones de dólares en 2020 –un asombroso incremento de 195%.¹⁷²

3.5.2. Transportación

Casi 27 millones de toneladas de carga son embarcadas anualmente de los puertos de Chicago.¹⁷³ Chicago es el mayor centro de camiones de carga de Estados Unidos con más de 200 terminales de camiones. El 75% de toda la carga ferroviaria de Estados Unidos pasa por medio de los patios de ferrocarril de Chicago.¹⁷⁴ Adicionalmente, cuatro puertos de carga general sirven el área de Chicago, con Lake Calumet Harbor manejando la mayor parte de dicha carga.¹⁷⁵ Chicago es el líder como centro de embarque de contenedores intermodales en el mundo con 8.8 millones de contenedores al año.

El tonelaje de carga que maneja el Aeropuerto Internacional O'Hare de Chicago se ha incrementado de 826,000 toneladas en 1990 a 1.3 millones de toneladas en 2002, esto es un incremento de 63%.¹⁷⁶

¹⁷¹ "City of Chicago Industrial Market and Strategic Analysis", Arthur Andersen LLC, op. cit.

¹⁷² "Blueprints of Success Chicago", Fortune/Arthur Andersen "Best Cities for Business" Survey 1998.

¹⁷³ Logistics Today's. 2003 Logistics Atlas of North America, A Supplement of Transportation & Distribution magazine, August 2003

¹⁷⁴ Idem.

¹⁷⁵ "Blueprints of Success", op. cit.

¹⁷⁶ Airports Council International, citado en revista Air Cargo World International Trends & Analysis, May, 2003.

Si bien la recesión económica que comenzó el primer trimestre de 2001 ha afectado negativamente el sector de carga aérea y por ende el tráfico que pasa por el Aeropuerto O'Hare –O'Hare continúa siendo el aeropuerto más transitado del mundo en términos de movimientos básicos de aeronaves¹⁷⁷- en 2002 este aeropuerto logró ocupar el lugar número 16º como aeropuerto de carga aérea del mundo -superado en Estados Unidos por los aeropuertos de Memphis (el aeropuerto de carga más grande del mundo), Anchorage, Los Angeles, Miami, Nueva York, y Louisville.

No obstante el impacto negativo que la recesión ha tenido en el aeropuerto O'Hare y su zona de influencia, en 2002 este subcentro de empleos continuó siendo uno de los principales polos de trabajos.¹⁷⁸ Hay un servicio de carga aérea de Aeromexpress Cargo dos veces por semana entre Chicago y la Ciudad de México con una capacidad de hasta 46,000 kilos, así como otras aerolíneas de carga express y las llamadas "panzas" de los aviones de pasajeros de múltiples aerolíneas comerciales que realizan vuelos a y desde Chicago a diversas ciudades de México.¹⁷⁹

3.6. Crecimiento del mercado

3.6.1. Almacenaje/Distribución

Al mismo tiempo que se espera que el área de Chicago experimente un fuerte crecimiento de carga aérea e intermodal, se calcula que por su parte las tareas de almacenaje y distribución crezcan 70% para 2005. La demanda anual se proyecta que crezca en promedio entre 4.0 y 5.3 millones de pies cuadrados.¹⁸⁰

3.6.2. Ventas al menudeo

Uno de los mejores indicadores del crecimiento del llamado mercado hispano en Chicago, es probablemente el hecho de que una cadena de supermercados no especializada como lo es Jewel, haya reportado que desde el otoño del 2000 las ventas de productos alimenticios "Latinos" vayan 25% delante de lo que fueron el año anterior, de acuerdo a Andrew Kramer, gerente de ventas y mercadotecnia para mercados étnicos.¹⁸¹ De acuerdo a Julián Posada, socio de la firma de consultoría J. C. Williams Group con base en Chicago que manejaba el sitio en Internet llamado EthnicGrocer.com, "Jewel tiene una gran oportunidad para convertirse en una tienda en la que se puede adquirir todo lo que se busca."¹⁸²

¹⁷⁷ "The Top 50 Cargo Airports", Air Cargo World International Trends & Analysis, July, 2003.

¹⁷⁸ "Employment subcenters in Chicago: Past, present and future", op. cit.

¹⁷⁹ Aeromexpress Cargo ORD, aerolínea de carga del Grupo Cintra (AeroMéxico y Mexicana de Aviación).

¹⁸⁰ City of Chicago Industrial Market and Strategy Analysis, op. cit.

¹⁸¹ Citado en "Hispanic items in Jewel cart", Crain's Chicago Business, op. cit.

¹⁸² Idem.

3.6.3. Población

Las proyecciones muestran que la población de origen mexicano tenga un rápido crecimiento en la presente década (de 1990 a 2000 el crecimiento que registró fue de 52.9%), considerando que se trata de una población joven con una edad promedio de 20.6 años (la edad promedio de la población total de Estados Unidos es de 35.3 años), y su tasa de crecimiento es de 2.3% que es la más alta en Illinois para cualquier grupo étnico.¹⁸³ Si esta tendencia continúa, es previsible esperar que la población de origen mexicano crezca en por lo menos 50% durante la década actual hasta alcanzar una población de 2.1 millones de habitantes, con un poder de compra de \$20 mil millones de dólares.

3.6.4. Tendencias en el panorama económico actual

Según datos del U.S. Bureau of Economic Analysis, la recesión económica que comenzó en 2001 se distribuyó geográficamente en todo el país. El Producto Estatal Bruto (PEB) para la nación –PEB ajustado para reflejar cambios de precios- creció 0.4% en 2001, comparado con un descenso de -0.2% durante la recesión de 1990-91 y el de -1.6% durante la recesión más severa de 1981-82.¹⁸⁴ En 2001 el PEB real declinó en 20 estados y hubo un desaceleramiento en su crecimiento en otros 26 estados adicionales; en la recesión de 1990-91, el PEB declinó en 18 estados y se desaceleró el crecimiento en 19 estados adicionales; en contraste, durante la recesión más severa de 1981-82, el PEB real total declinó en 37 estados y desaceleró en 12 estados adicionales. Durante la década de los noventa, el PEB de Illinois creció 3.5% en promedio anual.

A nivel nacional, la recesión en 2001 ha estado caracterizada por un descenso en las industrias productoras de bienes (excepto minería) y un desaceleramiento en la mayoría de las industrias proveedoras de servicios. El descenso de 6% en la manufactura en 2001, fue en gran medida el responsable del descenso en el PEB en las industrias productoras de bienes.

En 2001, el PEB para la nación en dólares corrientes, fue de \$10.1 billones de dólares. California representó el porcentaje más alto de la nación con 13.4%, seguido por Nueva York (8.2%), Texas (7.5%), Florida (4.8%), e Illinois (4.7%).

¹⁸³ Chicago Tribune, May 10, 2001.

¹⁸⁴ BEA News Release, May 22, 2003, Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce.

La diversidad de la economía de Illinois le ha permitido al estado afrontar los malos tiempos en relativamente mejores condiciones que otros estados o regiones del Estados Unidos. Su diversidad ha evitado que su economía sufra los turbulentos cambios que han sufrido por ejemplo las economías de las costas este y oeste, ya que su vitalidad no depende de una sola actividad, como lo es la tecnología en el Valle del Silicón en California o la manufactura automotriz en Michigan. La amplia actividad comercial al menudeo, servicios, transporte, agricultura y la manufactura en menor medida, han favorecido un clima relativamente estable, comparado con otras regiones que dependen exclusivamente de una sola actividad predominante.

Si Illinois fuera un país, su economía se ubicaría entre las trece mayores del mundo. Su Producto Estatal Bruto en 2000 ascendió a \$467,284,000,000 de dólares.

**PRODUCTO ESTATAL BRUTO DE LOS 5 PRINCIPALES
ESTADOS DE ESTADOS UNIDOS
AÑOS SELECTOS PERIODO 1985-2000
MILLONES DE DOLARES CORRIENTES**

	1985	1990	1993	1994	1996	1998	2000
ESTADOS UNIDOS	4,151,449	5,706,658	6,513,026	6,930,791	7,715,901	8,750,174	9,941,552
CALIFORNIA	529,380	798,879	847,879	879,041	973,395	1,125,331	1,344,623
NUEVA YORK	366,674	502,245	551,161	575,585	633,830	718,686	799,202
TEXAS	315,796	388,072	452,649	482,707	553,180	641,405	742,274
FLORIDA	173,505	258,344	305,036	325,556	366,318	415,564	472,105
ILLINOIS	205,697	275,846	317,248	342,322	375,949	423,175	467,284

Fuente: Con base en datos de Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce.

El proceso de globalización ha traído consigo resultados mixtos a Illinois. Por el lado positivo, el TLC ha promovido un explosivo crecimiento en el comercio exterior con México y con excelentes perspectivas de crecimiento adicional en los años por venir, lo cual junto con la dinámica inherente de la economía de Illinois en sus diversos sectores, permite pronosticar al "Illinois Department of Employment Security" que el empleo en todas las industrias crecerá 12.7% entre 1998 y 2008.¹⁸⁵

Por el lado negativo, debido tanto a la globalización como a los ciclos económicos, Chicago –y en general el estado de Illinois- han sufrido la pérdida de miles de empleos desde que comenzó la recesión económica en 2001 y ha dejado de ser la ciudad base de las oficinas centrales de corporaciones. Fusiones, adquisiciones, reducciones de personal y bancarrotas han afectado el prestigio de Chicago como ciudad base de corporaciones multinacionales (ejemplos: AMOCO adquirida por British Petroleum; Morton International; Ameritech adquirida por SBC; Motorola cerró planta en Harvard, Illinois; Lucent Technologies redujo substancialmente su personal; y Montgomery Wards declarada en bancarrota).¹⁸⁶

El éxodo de corporaciones y la pérdida de empleos han afectado los ingresos del Estado de Illinois y la Ciudad de Chicago. El sector manufacturero en Illinois ha estado a la baja desde el tercer trimestre de 2000, dos trimestres antes de que oficialmente se declarara la recesión económica en 2001.

En cuanto a la ciudad, se está dando un proceso lentamente que consiste en que las empresas nuevas se están ubicando fuera de los límites de la ciudad, debido a factores tales como disponibilidad de mano de obra calificada, incentivos fiscales que ofrecen otras ciudades en la periferia de Chicago, condicionamientos sujetos a la contaminación ambiental concentrados en una misma zona, el mismo crecimiento demográfico, el crecimiento de la mancha urbana, y en general la disponibilidad de terreno disponible en los suburbios para establecer instalaciones nuevas. Este proceso no es privativo de Chicago y se da en otras ciudades de Estados Unidos y en otros países desarrollados, como lo muestran diversos estudios económicos.¹⁸⁷

Hay una urgente necesidad de reactivar la economía y las autoridades locales están dispuestas a apoyar a cualquier inversión que cree empleos. No es sorpresa que Boeing haya escogido a Chicago como su nueva ciudad base para sus oficinas centrales, después de que las autoridades prepararon un paquete de diversos incentivos fiscales del orden de \$63 millones de dólares.¹⁸⁸

¹⁸⁵ Citado en "Diversity Keeps Illinois Economy Afloat Even in Stormy Times", Community Media Workshop, Columbia College, 2002.

¹⁸⁶ "Chicago Blues", BusinessWeek, October 16, 2000.

¹⁸⁷ "The Hollowing Out Process in the Chicago Economy, 1975-2011", by Geoffrey J.D. Hewings, et. al., Regional Economics Applications Laboratory, University of Illinois at Urbana-Champaign and Federal Reserve Bank of Chicago, 1997.

¹⁸⁸ "Chicago snags Boeing", Chicago Tribune, Mayo 11, 2001.

La Ciudad de Chicago, por medio de su Departamento de Planeación y Desarrollo, ofrece diversos programas de incentivos para el desarrollo y financiamiento a tasas de interés reducidas para establecimientos industriales y desarrolladores mobiliarios de instalaciones nuevas, o que sirvan para expandir o mejorar una instalación actual, y que creen empleos para los residentes de Chicago, como lo veremos en el siguiente capítulo.¹⁸⁹

¹⁸⁹ "Corridors of Industrial Opportunity. A Plan for Industry in Chicago's West Side", City of Chicago, Department of Planning and Development, March 1992.

CAPITULO 4

PLAN DE MERCADOTECNIA

En el presente capítulo se realiza un Plan de Mercadotecnia para apoyar la propuesta de crear el MTC en Chicago.

4.1. ANALISIS SWOT

En los planes de mercadotecnia de las empresas estadounidenses se utiliza lo que se denomina en inglés un "SWOT Analysis" que significa los puntos fuertes y débiles del plan -por sus siglas en inglés Strengths (Fortalezas), Weaknesses (Debilidades), Opportunities (Oportunidades), y Threats (Amenazas).

4.1.1. Fortalezas

La principal ventaja competitiva del MTC sería la experiencia y conocimiento empresarial de su personal, y el apoyo de una red compuesta por Bancomext, cámaras de comercio y agencias de desarrollo en los estados de México.

El MTC tendría acceso a amplias bases de datos, en las cuales aún las pequeñas empresas y productos difíciles de encontrar estarían listados. Al aprovechar las economías de escala y de alcance que serían creadas, el MTC haría económicamente posible exportar aún pequeñas cantidades de productos que de otra manera sería poco redituable hacer. El MTC sería el líder en el mercado en el segmento de distribución de productos hechos en México, con una clara diferenciación con el resto de la competencia.

El MTC también tendría la capacidad para llevar a cabo diversas muestras y exposiciones. Dichos eventos serían únicos en Chicago y tendrían el apoyo de las agencias de desarrollo económico de los diversos estados de México así como por parte de las cámaras de comercio y asociaciones industriales. El MTC trabajaría muy de cerca con el Consulado General de México, la oficina de Bancomext y de Turismo del gobierno de México en Chicago, ofreciendo sus instalaciones para eventos.

El MTC ofrecería diversos servicios diferenciados, evitando con ello depender de una sola fuente de ingresos.

4.1.2. Debilidades

En Chicago existe una fuerte competencia en el mercado de la distribución de alimentos procesados, ya que existen empresas con años de experiencia en el ramo. El MTC sería un nuevo competidor en el mercado y debería mostrar en poco tiempo por qué sus servicios son superiores.

Una vez que el MTC penetrara y expandiera el mercado, la competencia estaría aún más interesada en seguir sus pasos. Es previsible esperar que los competidores tratarían de copiar su sistema. Sin embargo, la red de mercadotecnia y alianzas del MTC prevalecería debido al compromiso de las agencias que lo apoyarían.

4.1.3. Oportunidades

Existe un nicho de mercado que puede ser expandido muy rápidamente con la introducción de nuevos productos. En dicha labor sería vital el papel que desempeñarían las agencias de desarrollo que apoyen al MTC.

Si bien existen diversas compañías del ramo que prestan sus servicios en la actualidad, su prioridad son las cuentas grandes debido a su rentabilidad. Existen diversos nichos de mercado que en la actualidad se encuentran subutilizados debido a la poca rentabilidad que ofrecen por su baja escala. El MTC trabajaría con un número suficiente de cuentas lo que haría posible y redituable apoyar aún a la pequeña empresa, compartiendo gastos, creando volumen y utilizando las economías de escala y alcance que serían creadas.

El TLC ya ha eliminado aranceles aduaneros para múltiples productos mexicanos y a partir del 1 de enero de 2009 todos los productos mexicanos gozarán de libre acceso al mercado estadounidense. Sin embargo, la eliminación de aranceles aduaneros no es suficiente para competir en el mercado global. Se requiere contar también con otros factores tales como un incremento en la calidad y productividad y la creación de ventajas competitivas y comparativas. Las compañías mexicanas requieren de todo el apoyo que se les pueda otorgar a fin de elevar su competitividad en el mercado. El MTC colaboraría en esa meta al reducir los costos de almacenaje y distribución.

En la segunda fase del proyecto, el MTC tendría la capacidad de ofrecer servicios de mayor valor agregado incluyendo ventas al menudeo por Internet.

4.1.3.1. Instalaciones disponibles

El distrito industrial del llamado "Chicago South Industrial Submarket", tiene rentas más bajas que el submercado de la zona norte y zona metropolitana. La tasa de renta promedio ponderada en el submercado del sur es de \$2.53 por pie cuadrado, comparado con \$3.67 de la zona norte y zona metropolitana.¹⁹⁰

Ahora existe la oportunidad de aprovechar instalaciones que se ubican en Pilsen, dada la urgencia que tienen las autoridades de apoyar nuevos negocios y crear empleos. La Ciudad de Chicago tiene diversos programas que el MTC podría usar en su beneficio. Dichos programas se encuentran enumerados en el llamado "Industrial Assistance Programs of the Department of Planning and Development", y que están diseñados para promover la revitalización de áreas de la ciudad a través de la instrumentación oportuna de proyectos de mejoras físicas.

Los programas con que cuenta la ciudad son variados, y abarcan desde facilitar los trámites para el establecimiento de empresas que ayuden a crear empleos en la zona, hasta incentivos de índole fiscal, y financiamiento para un número selecto de proyectos de infraestructura y desarrollo urbano que coincidan con las zonas prioritarias que el Departamento de Planeación y Desarrollo ha identificado para tales fines. El Corredor Industrial de Pilsen es una de esas zonas de alta prioridad estratégica para la Ciudad de Chicago y existen programas para promover su desarrollo, tales como:

- Préstamos con bajo interés para firmas industriales
- Programa de Asistencia a la Infraestructura Comercial
- Programa de Descuentos a la Remodelación de Fachadas
- Incentivos a las Zonas Comerciales Empresariales
- Financiamiento al Incremento Fiscal
- Programa de Reactivación Fiscal Industrial y Comercial
- Iniciativa para los Modelos de Corredores Industriales
- Iniciativa para los Proyectos Innovadores¹⁹¹

¹⁹⁰ Fuente: Goodman Williams Group/Cushman and Wakefield, citado en "The Pilsen Tax Increment Financing Redevelopment Project and Plan", prepared by Trkla, Pettigrew, Allen & Payne, Inc. submitted to the City of Chicago, March 1998.

¹⁹¹ "City of Chicago, Department of Planning and Development, Programs to Assist Industrial Businesses, Appendix II", listado en "Corridors of Industrial Opportunity. A Plan for Industry in Chicago's West Side", Department of Planning and Development, City of Chicago, Marzo 1992.

Existe en la actualidad un edificio con instalaciones disponibles en Pilsen, ubicado en Cermak Road, al sur de las avenidas Allport, Throop y Loomis, y al norte de un brazo del Río Chicago, que cuenta con acceso al Canal Samasons (Ver mapa aéreo de las instalaciones disponibles en Anexo VI). Debe mencionarse que si dicho inmueble llegara a ocuparse durante el presente año, existen otros que también están disponibles en la misma zona.

La zona cuenta con abundante mano de obra disponible y convenientemente localizado en el corazón de la zona industrial de Pilsen y a poca distancia del barrio mexicano de La Villita. Dicha localidad facilitaría la distribución de los productos y reduciría los costos de transporte.

El llamado Corredor Industrial de Pilsen incluye a aproximadamente 200 firmas industriales que emplean a más de 8,000 trabajadores. El corredor se caracteriza por usos de baja densidad, particularmente al sur de Cermak Road donde las actividades predominantes son el almacenaje y distribución (20 compañías), seguida por el comercio al mayoreo de bienes no durables (14 compañías); productos químicos y derivados (12 compañías); productos alimenticios y similares (11 compañías); productos fabricados de metal (10 compañías); comercio al mayoreo de bienes durables (8 compañías); entre otros.

El Corredor de Pilsen se ubica en el 5º lugar en cuanto al número de firmas y actividad industrial entre los 22 corredores industriales de la ciudad. Por lo menos 5% de la fuerza de trabajo industrial en el corredor se localiza en el Corredor de Pilsen con un promedio de 44 trabajadores por empresa.¹⁹²

4.1.4. Amenazas

La mayor amenaza que el MTC enfrentaría es la copia de su sistema por parte de sus competidores. Una vez que el mercado demuestre su enorme potencial, varias empresas competidoras intentarían expandir o entrar a este segmento. Probablemente la mayor amenaza vendría de parte de las grandes cadenas que tienen acceso a capital y que ya cuentan con economías de escala y alcance.

Sin embargo, la red de socios que sería creada por el MTC probaría ser un medio efectivo para aislar -o al menos reducir- las amenazas de los competidores. Es extremadamente importante que el MTC llegara a desarrollar acuerdos de compromiso de largo plazo con las empresas exportadoras y agencias de promoción en México a fin de estar en condiciones de competir. El MTC buscaría firmar acuerdos de exclusividad con las empresas mexicanas para enfrentar a la competencia.

¹⁹² "Industrial Corridor Capital Investment 1995. A Guide to Industrial Improvement Projects (Draft)", Department of Planning and Development, City of Chicago, 1995.

El mayor reto interno que el MTC enfrentaría es el de moverse lo suficientemente rápido para alcanzar la segunda fase del proyecto, tal vez en un período de un año, ya que seguramente los competidores enfocarían sus intereses en las actividades que generan mayores ganancias.

Al tiempo que las empresas mexicanas se fortalecieran, algunas de ellas seguramente desarrollarían sus propios canales de distribución y eventualmente serían independientes del MTC. Sin embargo, nuevas empresas que ingresen al MTC ocuparían las vacantes creadas.

4.2. Análisis competitivo y crecimiento de la empresa

4.2.1. Competidores/Empresas substitutas

Como se ha venido afirmando a lo largo de la presente tesis, el mercado de la distribución de productos hechos en México se encuentra atendido en Chicago tanto por cadenas de empresas grandes como de pequeñas y medianas empresas.

Hay un pequeño grupo de grandes empresas, la mayoría grandes cadenas no especializadas, que a la vez que distribuyen al mayoreo también venden directamente al cliente al menudeo. Ellos son los líderes del mercado en Chicago, pero no resulta fácil estimar su participación en el segmento de productos hechos en México, ya que también manejan productos "estilo México" y no logran alcanzar porciones de los consumidores que no viven cerca de alguna de sus tiendas.

Su control del mercado y canales de distribución les permite ofrecer precios bajos y lanzar promociones frecuentemente, como es el caso de Dominick's y Jewel, a fin de incrementar su participación en el mercado.

Hasta hace poco tiempo, las grandes cadenas ignoraban a los consumidores mexicanos, pero hoy en día han incrementado paulatinamente su presencia a través de campañas de publicidad agresivas (Jewel). Cada día incrementan poco a poco más productos para los consumidores mexicanos (el llamado "mercado hispano" que en realidad abarca productos alimenticios y bebidas de múltiples países latinoamericanos), pero no todos los productos que venden son hechos en México y caen bajo la categoría de productos "estilo México".

Las cadenas más grandes son:

- Jewel
- Dominick's
- Dearborn Wholesale Grocers
- Certified Grocers
- Banner Wholesalers
- Goya Foods
- La Preferida

El mercado también es servido por varias decenas de pequeñas y medianas empresas, intermediarios y agentes, especializados en la distribución de productos mexicanos.

La mayoría no maneja un gran surtido de productos mexicanos y se enfocan solamente a aquellos que ofrecen las tasas más altas de retorno de la inversión. Para algunos de ellos sus principales estrategias son maximizar sus ganancias en el tiempo más corto posible. Su falta de estrategias de mercadotecnia y manejo administrado de marcas es probablemente su mayor debilidad.

Todos los factores arriba mencionados reducen el ciclo de vida de los productos mexicanos y daña a las marcas. Las compañías productoras mexicanas están conscientes de esta situación, pero solamente aquellas que tienen un producto y marca altamente redituable y con un alto radio de movimiento de inventario disfrutan de un trato preferencial; a la inversa, compañías con productos y marcas con un bajo radio de movimiento de inventario sufren de un trato secundario, relegando sus productos al papel de mercancías "relleno" y que solamente se venden si el consumidor las pide específicamente.

Las pequeñas y medianas empresas que venden al mayoreo y distribuyen productos hechos en México son:

- DelRay Farms
- El Faro
- La Bodega
- La Hacienda
- La Competidora
- La Hispamex
- MDI Spanish Foods
- Laredo Foods
- El Gallito
- El Jarocho
- Díaz Foods
- San José Imports
- V & V Food Products

Intermediarios y agentes que se especializan en productos mexicanos son:

- Acosta Sales & Marketing
- ISC, Inc.
- ISI Impact Sales, Inc.

4.2.2. Análisis de crecimiento de la empresa

El MTC comenzaría con una bodega de 30,000 pies cuadrados ubicada en Pilsen, ofreciendo principalmente sus servicios a las empresas exportadoras mexicanas que tienen la necesidad de contar con inventario disponible en Chicago para distribuir a sus clientes. Durante el primer año de operaciones, el MTC lucharía por alcanzar una participación del mercado del orden de \$50 millones de dólares. Hacia el tercer año, el MTC probablemente habrá crecido a una superficie de 60,000 pies cuadrados con una participación del mercado de \$100 millones de dólares.

Sin embargo, el principal factor que convertirá al MTC en el principal centro de distribución de productos mexicanos en Chicago sería la combinación de alto valor agregado de sus servicios profesionales en los temas de comercio exterior, red de alianzas de mercadotecnia y servicios integrados de comunicación.

Existe espacio para realizar mejoras en las estrategias de penetración de mercados para algunos productos, pero probablemente donde existen mayores oportunidades de crecimiento es en las estrategias de desarrollo de mercados e introducción de productos nuevos.

Otros mercados, tales como el genéricamente denominado "hispano" –con más de 20 nacionalidades diferentes- y el no hispano, también ofrecen un atractivo potencial debido a la demanda latente. Más aún, otros mercados del Medio Oeste de Estados Unidos también crecerán en importancia en los próximos años (Indiana, Michigan, Ohio y Wisconsin), no solo debido al mismo crecimiento de la población de origen mexicano sino también debido a la creciente aceptación de productos mexicanos entre la población estadounidense.

Las estrategias de "nuevos productos" sería un concepto relativamente reciente para el mercado estadounidense, ya que existe una larga lista de productos hechos en México que no llegan al mercado debido a las limitaciones de las pequeñas y medianas empresas productoras. Hay muchos productos que son bien conocidos por el consumidor mexicano pero que serían "nuevos" para los consumidores que no son mexicanos o incluso aún para los consumidores México-americanos que nunca han vivido en México (ejemplos: alimentos típicos de la estación, bebidas y dulces regionales).

Es previsible esperar que hacia el tercer año de operaciones el MTC llegue a una "planicie" (crecimiento casi nulo) provocada por la saturación del mercado. No sorprendería incluso esperar una baja en los negocios. Sin embargo, el capital intelectual del equipo directivo del MTC sería un elemento decisivo para superar esa etapa y sacar adelante al MTC hacia otras tareas profesionales de alto valor agregado, siendo las labores de almacenaje y distribución solo una parte complementaria del negocio.

Hacia el tercer año se analizaría la conveniencia de expandirse a otros mercados con alta concentración de población de origen mexicano, tales como Texas, California y Arizona, por solo citar los mayores.

4.3. Estrategia de mercadotecnia

4.3.1. Objetivos financieros y de mercadotecnia

La estrategia del MTC sería la de ofrecer al mercado de consumidores mexicanos en Chicago una amplia variedad de auténticos productos hechos en México a precios competitivos y servicios profesionales de alto valor agregado y que estaría apoyada por una red de agencias de desarrollo y promoción en México.

El MTC sería rentable durante los primeros meses de operación y sería solvente hacia el primer año. Es por ello que se requiere del apoyo financiero de instituciones como Bancomext tal vez con capital de riesgo, al menos durante los primeros dos años de operaciones.

El mercado que el MTC aspira a servir asciende a por lo menos a \$1 mil millones de dólares. Tomando en consideración las condiciones actuales del mercado y los competidores, el MTC aspiraría a capturar 1% del mercado en sus inicios (\$10 millones de dólares), 5% hacia el final del primer año (\$50 millones de dólares), y 10% durante el segundo año (\$100 millones de dólares). Hacia el final del segundo año se realizaría un análisis detallado de las operaciones financieras y comerciales para evaluar el posicionamiento del MTC en el mercado y diseñar una nueva estrategia en caso de ser necesario.

4.3.2. Mercados objetivo

El MTC se enfocaría exclusivamente al mercado de Chicago dedicado a productos hechos en México, por lo menos al inicio de operaciones, proporcionando servicios de almacenaje y distribución. Los principales clientes del MTC serían las empresas exportadoras mexicanas y los mayoristas de Chicago.

Durante el segundo año de operaciones, el MTC ampliaría su alcance al proporcionar servicios de venta al mayoreo, enfocando su atención a las pequeñas empresas exportadoras mexicanas y tiendas de abarrotes en Chicago especializadas en productos mexicanos. En esta etapa, el MTC ofrecería servicios integrados de mercadotecnia y administración de la cadena de distribución.

Después del segundo año, los mercados objetivo serían los consumidores no mexicanos (hispanos y no hispanos). Durante todas las fases del proyecto, el MTC buscaría activamente nuevas empresas con potencial exportador.

4.3.2.1. Posicionamiento

El MTC será posicionado como el principal centro comercializador para hacer negocios entre empresas mexicanas y de Chicago.

Para las empresas mexicanas, el MTC ofrecería un canal de distribución para vender sus productos en Chicago, al aprovechar las economías de escala y alcance que serían creadas, haciendo accesible aún a las pequeñas empresas la capacidad de exportar.

Para sus clientes en Chicago, el MTC sería la fuente principal para comprar productos hechos en México.

Más que solo ser un centro de distribución, el MTC ofrecería servicios sofisticados en las áreas de comercio exterior y mercadotecnia. El uso intensivo de Intercambio Electrónico de Datos (EDI por sus siglas en inglés) posicionaría al MTC como la fuente más eficiente para hacer negocios con México en el mercado del Medio Oeste de Estados Unidos.

4.3.3. Estrategias/Tácticas

El MTC sería instrumentado en dos fases y basado en tres estrategias.

4.3.3.1. Fases del Proyecto

Fase 1 Almacenaje y Distribución

Durante la primer fase el MTC ofrecería exclusivamente servicios de almacenaje y distribución a las empresas mexicanas que exportan a Chicago o al Medio Oeste de Estados Unidos. La meta principal es la de abastecer mercancías a los consumidores mexicanos por medio de mayoristas y minoristas. Se estima que un 70% de los productos comercializados por el MTC serían productos alimenticios y bebidas. Esta fase duraría aproximadamente un año y sentaría las bases para lograr un crecimiento adicional en los años venideros.

Fase 2 Servicios profesionales de alto valor agregado

La segunda fase sería la más importante porque el MTC sería posicionado como un centro comercializador, apoyado por una red de socios institucionales y se proporcionarían servicios profesionales de alto valor agregado en los terrenos de comercio exterior, logística, administración de la cadena de abastecimiento y comunicaciones integradas de mercadotecnia. Esta fase sería delineada durante el primer año de actividades y estaría completamente en operación durante el segundo año. Se analizaría la opción de venta al menudeo por Internet.

4.3.3.2. Estrategias

La estrategia se basa en tres factores: 1. Amplio surtido de productos a precios competitivos; 2. Sistemas eficientes de logística y administración de la cadena de abastecimiento; y, 3. Servicios profesionales de alto valor agregado.

1. Surtido de productos

El MTC ofrecería un amplio surtido de productos hechos en México a precios competitivos que nunca han estado disponibles con anterioridad en Chicago. Mayoristas y minoristas en Chicago tendrían acceso a productos difíciles de encontrar. Los consumidores mexicanos en Chicago tendrían acceso a auténticos productos hechos en México. Se desarrollarían nichos de mercado.

Productos

Se estima que la mayor parte de los productos que serían comercializados son: a) alimentos procesados y bebidas (70%); b) productos ferreteros (20%); y, c) otros (10%).

2. Logística y administración de la cadena de abastecimiento

El MTC crearía un sistema de logística que permitiría exportar incluso a las micro empresas, aprovechando las economías de escala y alcance que serían creadas.

Consolidación de carga en México

Se crearía un sistema de consolidación de carga en México a fin de reducir costos de transporte y aduanales. La mayoría de la carga llegaría por vía terrestre. Los centros de consolidación de carga serían la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

Camiones de carga

Se estima que la mayor parte de la carga (90%) sería transportada por vía terrestre en camiones de carga, por Laredo, Texas.

Otra alternativa aún más económica es el ferrocarril pero los tiempos de entrega son prolongados, por lo que este medio de transporte puede ser utilizado por carga pesada y que no es urgente o perecedera.

Aerolíneas

Se calcula que un 10% de la carga sería enviada por vía aérea, dependiendo del valor, características, tamaño, peso y urgencia. Las tarifas de carga aérea son las más caras pero es el medio más rápido y seguro.

Aeromexpress Cargo, aerolínea de carga del Grupo Cintra, tiene dos vuelos de carguero por semana de la Ciudad de México a Chicago con capacidad de carga de hasta 48 toneladas. La mayoría de los vuelos de la Ciudad de México a Chicago llegan con poca carga de exportación, pero regresan llenos. Ante esta situación, se puede negociar con Aeromexpress Cargo para obtener tarifas preferenciales a fin de aprovechar la capacidad ociosa con que cuenta.

Aerolíneas de carga express también tienen vuelos regulares (DHL, Airborne Express, Fedex, UPS) pero sus tarifas son elevadas. Para piezas pequeñas de carga, se pueden enviar la carga en las llamadas "panzas" de los vuelos comerciales de las aerolíneas de pasajeros.

La última alternativa es por vía marítima, utilizando los servicios de barcas que entroncan al Golfo de México por medio del Río Mississippi y que por lo general solo se utiliza para carga a granel.

3. Servicios profesionales de alto valor agregado

El MTC proporcionaría servicios profesionales de alto valor agregado para las empresas exportadoras, como son: consultoría de negocios y comunicación integrada de mercadotecnia (esto es, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y mercadotecnia directa)¹⁹³

Canales de Distribución

El MTC evolucionaría al ofrecer inicialmente servicios de almacenaje y distribución para venta a mayoristas y distribuidores, para pasar posteriormente a la venta al menudeo y consumidor final.

4.4. Canales de distribución

Los canales de distribución que han venido usando las empresas mexicanas exportadoras en sus negocios con sus clientes en Chicago varían considerablemente de acuerdo a factores tales como: conocimiento del mercado, experiencia exportadora, estrategia de su empresa y financiamiento.

Podemos catalogar a las empresas exportadoras en tres niveles de acuerdo a su nivel de conocimiento: experimentadas, intermedias y nuevas. La importancia estratégica que ofrecería el TLC es de tal magnitud que sus servicios serían de utilidad para cualquier tipo de empresa, desde las experimentadas que desean reducir sus costos, hasta las empresas nuevas que desconocen casi por completo lo que implica una estrategia exportadora.

¹⁹³ Common Communication Platforms, tomado de Marketing Management The Millennium Edition, by Philip Kotler, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2000. P. 551.

En mi experiencia como Consultor de empresas mexicanas que desean exportar a Chicago me he encontrado, por ejemplo, con empresas exportadoras de tomates que exportan sus productos por vía aérea; productos frágiles que debido a la ausencia de un empaque apropiado la mayor parte de las mercancías llegan dañadas o rotas; productos perecederos que al no contar con el transporte y bodegas refrigeradas debidas, se dañan y son inservibles y son una pérdida total; empresas que cotizan sus precios sin calcular debidamente sus costos aduanales y de transporte, y que al final el costo de transportarlo resulta ser mucho mayor que el costo mismo del producto; cargamento con un valor de \$100,000 dólares que debido a la falta de trámites adecuados de exportación, son retenidos por la Aduana de Estados Unidos y por ello incurren en gastos de almacenaje de \$300,000 dólares.

Un porcentaje importante de empresas mexicanas exportadoras de alimentos (perecederos y no perecederos), venden sus productos a intermediarios en Laredo, Texas u otro punto fronterizo en territorio de Estados Unidos. Las empresas mexicanas que cuentan con mayores recursos financieros y mayores ventas, por lo general tienen bodegas en Texas. Sin embargo, ante la creciente demanda de sus productos en Chicago y la zona del Medio Oeste, cada vez crece más la necesidad de que las empresas mexicanas cuenten con inventario disponible en Chicago.

El MTC ofrecería un paquete integral de promoción de exportaciones que eliminaría o al menos reduciría considerablemente los costos de exportación para las empresas mexicanas, al proporcionar servicios profesionales de alto nivel.

Durante su primer año de operaciones el MTC funcionaría como una bodega. Sus principales clientes en Chicago serían las empresas mayoristas y distribuidoras. El valor agregado por el MTC sería relativamente bajo considerando este canal de distribución de tres niveles (el número de niveles de intermediación se usa para designar la longitud de un canal antes de que los productos lleguen al consumidor final).

I Fase de bodega

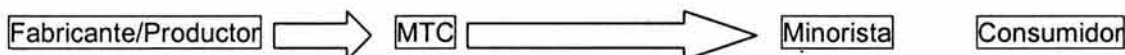
Canal de 3 niveles



II Fase de distribución a minoristas

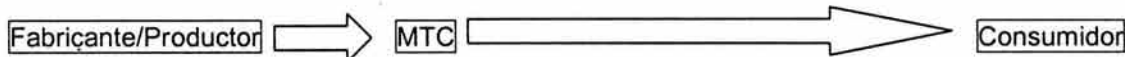
Canal de 2 niveles

Hacia el segundo año de operaciones, el MTC incrementaría su alcance y entraría al canal de distribución al vender directamente al minorista, incrementando con ello sus ingresos y ganancias y reduciendo costos:



III Fase de mercadotecnia semi-directa

Canal de 1 nivel



Desde el inicio de operaciones, el MTC tendría el objetivo designado de llegar a la fase de mercadotecnia semi-directa al vender por medio del Internet. Es importante moverse rápidamente para alcanzar dicha fase tan pronto como sea posible, considerando que el mercado de venta por Internet está creciendo rápidamente si bien en la actualidad aún se encuentra en recuperación de la caída que tuvo en los años recientes. El MTC llegaría así a ser un comerciante electrónico con servicios de alto valor agregado.

4.5. Pronóstico de ventas

El MTC crecería rápidamente durante los tres primeros años, más que duplicando sus ventas cada año. Durante los primeros meses de operaciones funcionaría como una bodega distribuyendo productos a mayoristas y distribuidores. Los primeros clientes del MTC serían las empresas mexicanas que ya están exportando a Chicago en la actualidad y cuyas exportaciones ascienden aproximadamente a \$10 millones de dólares.

Hacia el segundo año de operaciones, al MTC ofrecería adicionalmente a los servicios de almacenaje, los servicios de distribución al vender directamente a los minoristas y ofrecer servicios de comercio exterior y mercadotecnia. El valor estimado de sus ventas sería de \$50 millones de dólares.

El tercer año de operaciones del MTC sería determinante en su etapa de maduración como centro de mercadeo al ofrecer servicios de administración de la cadena de distribución y de comunicación integrada de mercadotecnia. El valor estimado de ventas sería de \$100 millones de dólares, de cuales aproximadamente 50% provendrían de servicios de alto valor agregado.

PRONOSTICO DE VENTAS DEL MEXICO TRADE CENTER EN LOS TRES PRIMEROS AÑOS DE OPERACION			
--	--	--	--

AÑO DE OPERACIÓN	1°	2°	3°
MILLONES DE DOLARES	\$10	\$50	\$100

4.6. Conclusiones

México tenía hasta la década de 1980 una economía cerrada al comercio internacional, protegida por permisos de importación, aranceles aduaneros, barreras no arancelarias, cuotas y subsidios. El propósito era la substitución de importaciones y proteger a las industrias nacionales de la competencia externa a fin de que tuvieran la oportunidad de desarrollarse.

Si bien se fortalecieron sectores completos de la industria nacional, también se fomentó la ineficiencia en algunas empresas con bajo nivel de productividad y competitividad, que producían mercancías para un mercado cautivo que pagaba altos precios por productos de baja calidad y poca variedad.

La creciente globalización de la economía internacional con el consecuente incremento de la competencia y el surgimiento de bloques comerciales influyeron para que el modelo de substitución de importaciones y protección a la industria nacional se agotara. México corría el riesgo de quedar relegado y aislado de los grandes flujos de comercio internacional, limitando con ello sus posibilidades de mayor crecimiento económico.

El gobierno de México emprende una serie de medidas de apertura comercial durante la segunda mitad de la década de 1980, tanto a nivel bilateral con Estados Unidos, como a nivel multilateral. En 1985 firma el "Memorándum de Entendimiento sobre Subsidios e Impuestos Compensatorios" con el gobierno estadounidense. Posteriormente, en 1986 se decide ingresar al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Un año después, en 1997, se firma el "Acuerdo Marco sobre Comercio e Inversión" con Estados Unidos.

Los acuerdos firmados con Estados Unidos tenían un alcance limitado y pronto la dinámica del comercio bilateral los rebasa ampliamente. El comercio bilateral con Estados Unidos era de vital importancia para México y sin embargo no se contaba con un marco regulatorio que aportara mayor certidumbre a la resolución de controversias y abordara diversos aspectos cruciales del creciente intercambio comercial.

En 1990 el Presidente de México, Carlos Salinas de Gortari, realiza un viaje a Europa y puede observar de primera fuente los avances de la formación de la Unión Europea, y la ausencia de interés comercial en México por parte de las naciones europeas, debido a que se encontraban totalmente concentradas en la creación de su bloque comercial. En ese momento se decide proponer la firma de un acuerdo comercial con Estados Unidos, al que posteriormente se sumó Canadá. A finales de 1993 se firma el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, y el 1 de enero de 1994 entran en vigor la eliminación de aranceles aduaneros entre las tres naciones.

La firma del TLC marca un hito en la historia de México en sus relaciones con Estados Unidos, vecino al que hasta entonces se había visto con temor y suspicacia. El TLC define una nueva etapa de las relaciones bilaterales entre México y Estados Unidos que trasciende el terreno exclusivamente comercial, ya que la apertura comercial trajo consigo una serie de cambios estructurales tanto en la economía como en el sistema político y la sociedad mexicanas.

El TLC le abre a México las puertas del mercado más fuerte del mundo, y al mismo tiempo acelera una serie de cambios estructurales en la economía nacional y en el sistema político y sociedad mexicanos. Se estimaba que los empleos que se crearían en México debido al TLC serían un factor importante para reducir la inmigración de mexicanos a Estados Unidos.

La primera prueba que debe enfrentar el TLC llega pronto, cuando en diciembre de 1994 la economía mexicana ingresa a un periodo de crisis financiera. No obstante la severidad de la crisis económica y la contracción del mercado interno, las empresas mexicanas exportan a Estados Unidos en 1994 mercancías por un valor de \$49.9 mil millones de dólares, cifra histórica récord hasta ese momento, y que asciende a \$66.2 mil millones de dólares en 1995.

El TLC coadyuvó a que la crisis económica de México fuera superada con mayor presteza, paralelamente al paquete de ayuda económica multimillonaria que fue apoyado financieramente por el entonces gobierno del Presidente Bill Clinton y el FMI. Se confirmaba con ello la importancia de México para la seguridad nacional de Estados Unidos y se fortalecen los cambios estructurales que se estaban llevando a cabo en México en el terreno económico y político.

El TLC propició un crecimiento explosivo en el comercio bilateral entre México y Estados Unidos. Illinois fue uno de los estados que mayormente se ha beneficiado con el TLC ante la apertura del mercado mexicano, ya que sus productos tienen una fuerte demanda en México.

El TLC generó empleos en los sectores de servicios y manufacturero en ambos lados de la frontera. El impulso que trajo consigo el TLC para la economía estadounidense coincidió junto con otros factores para que durante la década de 1990 la economía norteamericana experimentara uno de sus periodos más fuertes de expansión en la posguerra, creándose empleos en todos los niveles de especialización.

Dentro de los sectores de servicios y manufactura de Estados Unidos se crearon empleos de baja especialización que fueron ocupados principalmente por trabajadores de origen mexicano, muchos de ellos inmigrantes.

La Ley de Control y Reforma a la Inmigración de 1986 permitió que un gran número de mexicanos legalizara su residencia en Estados Unidos. Con ello, los residentes legales permanentes estuvieron en condiciones de llevar al resto de sus familiares a Estados Unidos. El periodo de expansión económica por el que atravesaba la economía estadounidense fomentó la creación de empleos. Después de un breve periodo recesivo en 1991, la economía estadounidense siguió generando empleos.

Irónicamente, el TLC, junto con la legalización de millones de mexicanos amparados por la ley de inmigración de 1986, había coadyuvado a que se incrementara la inmigración de mexicanos a Estados Unidos. Con la llegada de inmigrantes mexicanos y el mismo crecimiento natural de la población de origen mexicano que ya residía en Estados Unidos, se expande el mercado estadounidense y se fortalece la demanda de auténticos productos alimenticios y bebidas mexicanos.

Ante la existencia de empleo, los vínculos familiares y las redes de amistad, la diferencia salarial y las oportunidades de negocios a nivel empresarial, la población de origen mexicano en Chicago creció aceleradamente. Chicago se convirtió en la segunda ciudad con mayor número de habitantes de origen mexicano, solo superada por Los Angeles. Debe observarse, sin embargo, que la población de origen mexicano en Chicago no es de reciente ingreso, ya que desde mediados del siglo XIX ya se registraban en el censo de Illinois habitantes de origen mexicano. El primer barrio mexicano se fundó en el sur de Chicago a principios del siglo XX, formado por trabajadores atraídos por los empleos en las acereras, ferrocarriles, fábricas y procesadoras de carne.

Durante la década de los años 1990, se estima que aproximadamente medio millón de mexicanos llegaron a residir a Illinois, la mayoría a la zona metropolitana de Chicago. Del total de la población de origen mexicano en Illinois (1.1 millones de personas), aproximadamente la mitad es de recién ingreso y nacida en territorio mexicano, que mantienen fuertes lazos con las costumbres y hábitos de su país de origen. Este hecho tiene enormes implicaciones económicas, políticas y sociales, pero el presente trabajo se enfoca solamente a analizar las implicaciones comerciales y de mercadotecnia.

La existencia de más de un millón de consumidores de origen mexicano en Illinois y Chicago, es suficiente para mantener un mercado propio y diferenciado, que responde a su propia dinámica interna, expandiendo con ello la demanda de productos auténticos mexicanos. El consumidor mexicano es fiel a las marcas genuinas de México. Las oportunidades de negocios de las empresas mexicanas fabricantes de productos alimenticios y bebidas son enormes en Chicago.

Desde un punto de vista estrictamente comercial y de mercadotecnia, el explosivo crecimiento de la población de origen mexicano en Chicago ofrece un mercado muy atractivo para las empresas exportadoras mexicanas, especialmente en lo referente a alimentos procesados y bebidas. Si bien ya existen empresas mexicanas que exportan a Chicago, existen muchas otras que no están en condiciones de hacerlo debido principalmente a su falta de capacidad financiera y de recursos de mercadotecnia, así como a la ausencia de un medio adecuado para exportar en condiciones competitivas.

Existe en la actualidad una excelente oportunidad de negocios para abastecer al mercado de consumidores de origen mexicano en Chicago, en lo que se ha denominado "el mercado de la nostalgia."

Diversas entidades promotoras del comercio exterior de México tienen programas para atender al mercado de origen mexicano en Chicago, pero aún existen enormes oportunidades que no han sido explotadas. Bancomext cuenta con una oficina en Chicago desde hace varias décadas y en diversos momentos varios estados de México han contado con agentes promotores en la zona (Chihuahua, Guanajuato, Sinaloa, Yucatán).

Con certeza se puede afirmar que las empresas mexicanas requieren de una bodega para contar con inventario en Chicago a fin de incrementar su presencia en el mercado, reducir sus costos de transporte e incrementar sus ganancias. Sin embargo, donde existen aún mayores oportunidades de negocios y márgenes más altos de ganancia, es en la prestación de servicios de alto valor agregado, tales como consultoría en comercio exterior y mercadotecnia.

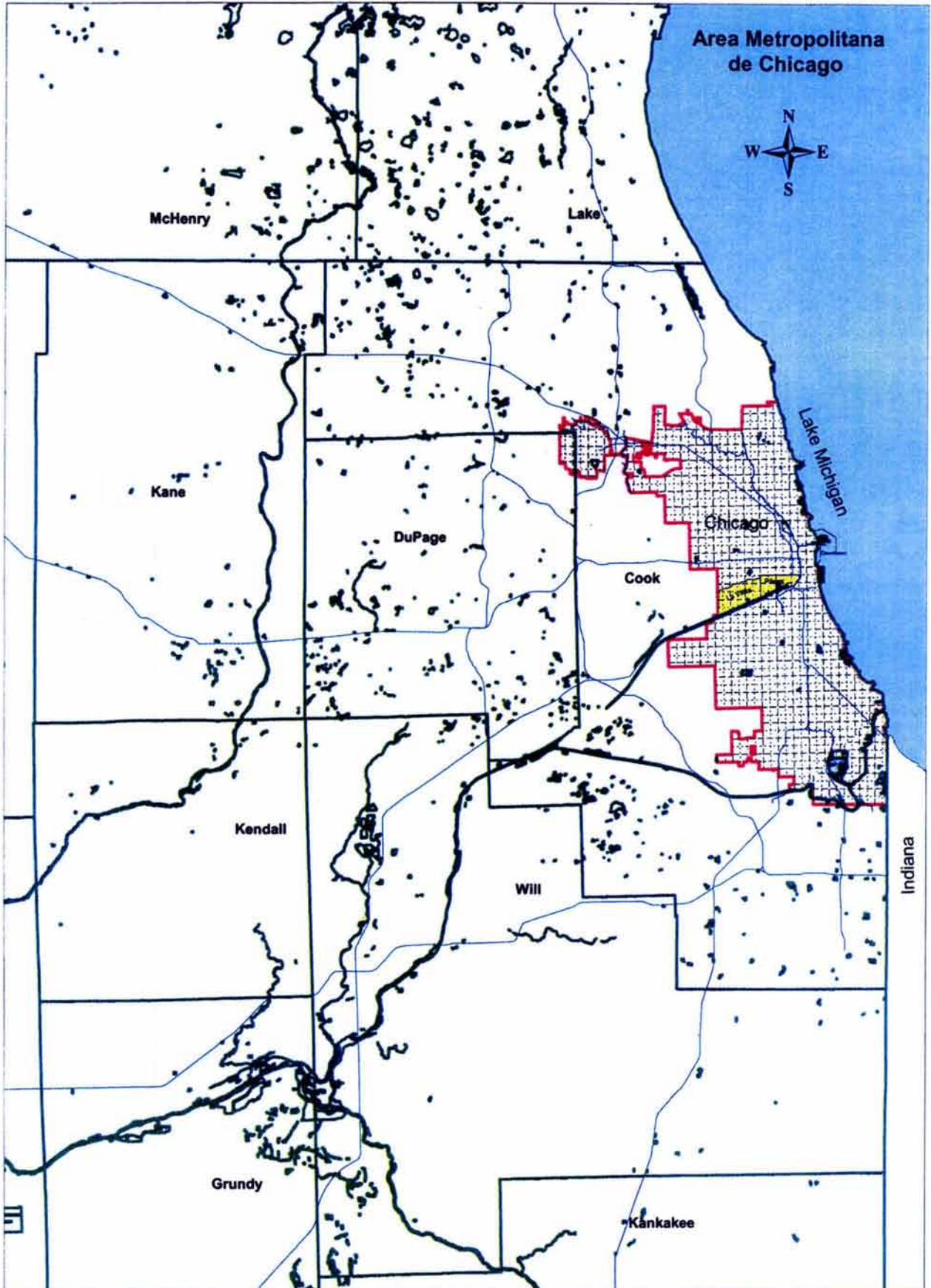
En el presente trabajo se analiza el fuerte crecimiento de los flujos comerciales entre Estados Unidos y México, y más concretamente con el estado de Illinois. Se prueba la existencia de un gran mercado de consumidores de origen mexicano en Chicago, su tamaño y características, y se propone una estrategia para aprovechar la ventana de oportunidad que existe en la actualidad, apoyando a la oferta exportable de empresas mexicanas.

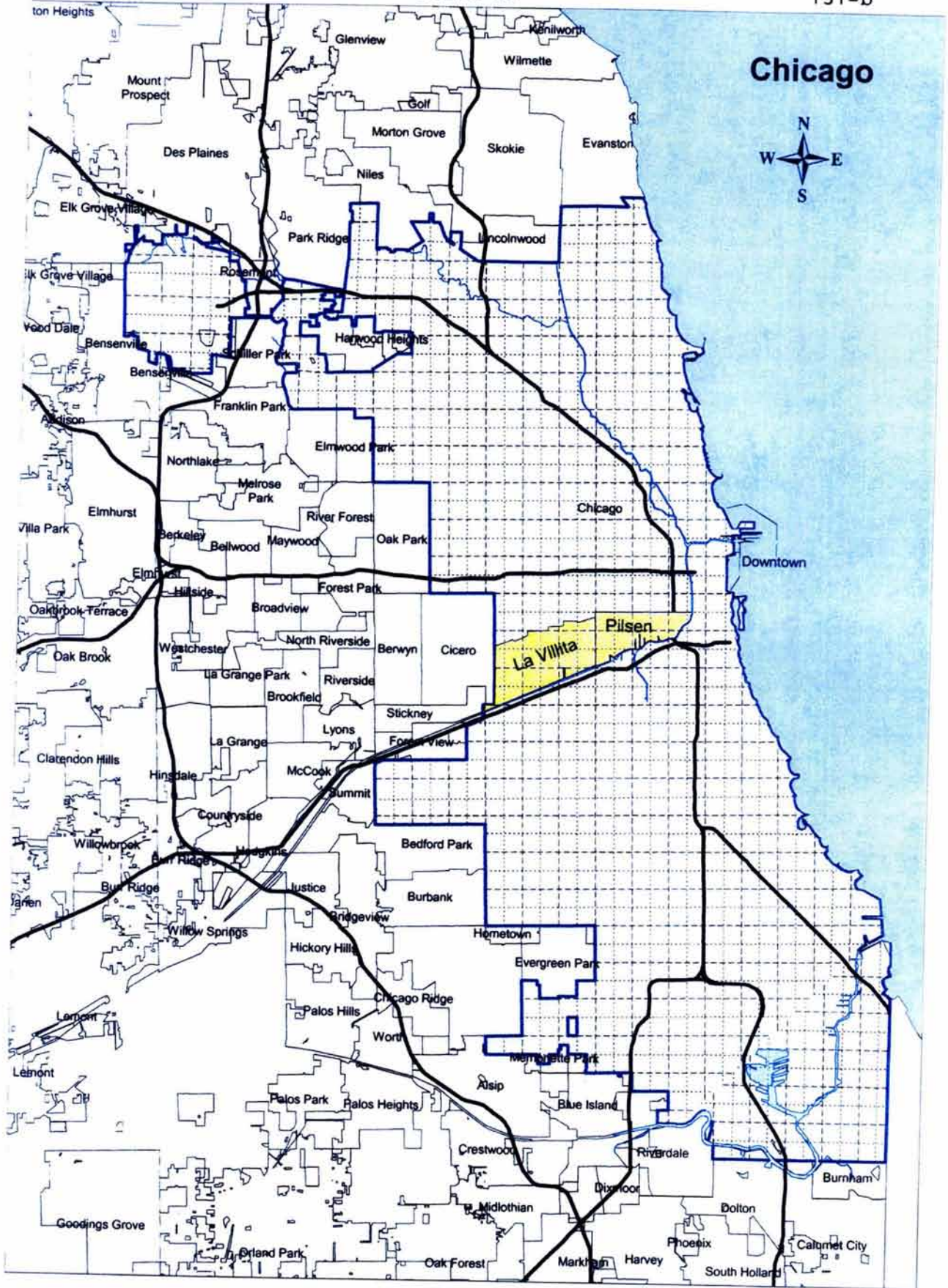
La propuesta es un ambicioso plan que propone la formación de una red de agencias promotoras en México que trabajen conjuntamente para promover las exportaciones mexicanas en Chicago, y para establecer un centro de comercialización -denominado "Mexico Trade Center"- que crearía economías de escala y de alcance que haría redituable la exportación de productos mexicanos a Chicago, aún aquellos de volúmenes pequeños y nichos de mercado.

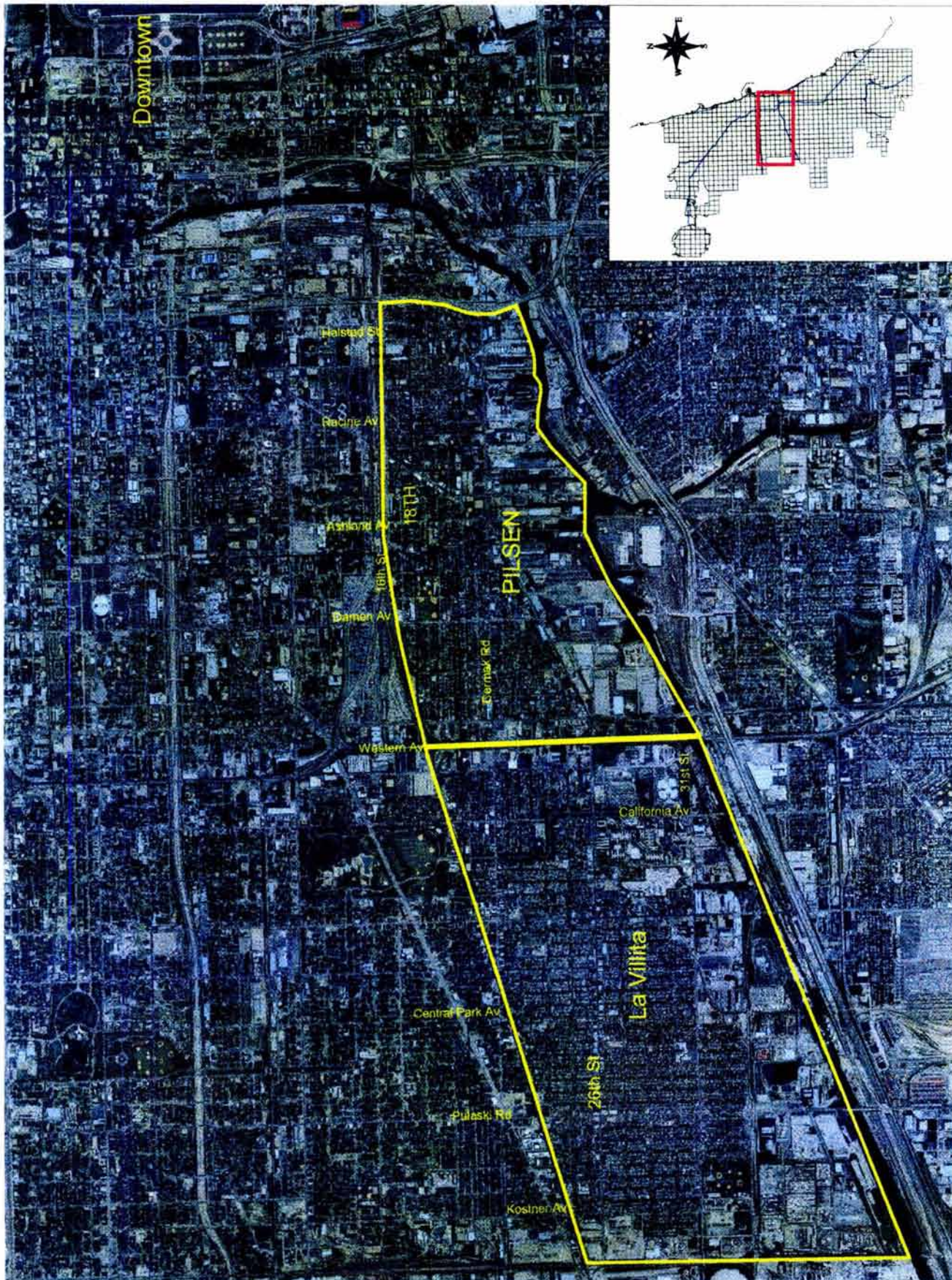
Bajo estas condiciones y la actual necesidad del mercado, la propuesta de crear un sistema integral de promoción de exportaciones tiene altas probabilidades de éxito y altos retornos en la inversión.

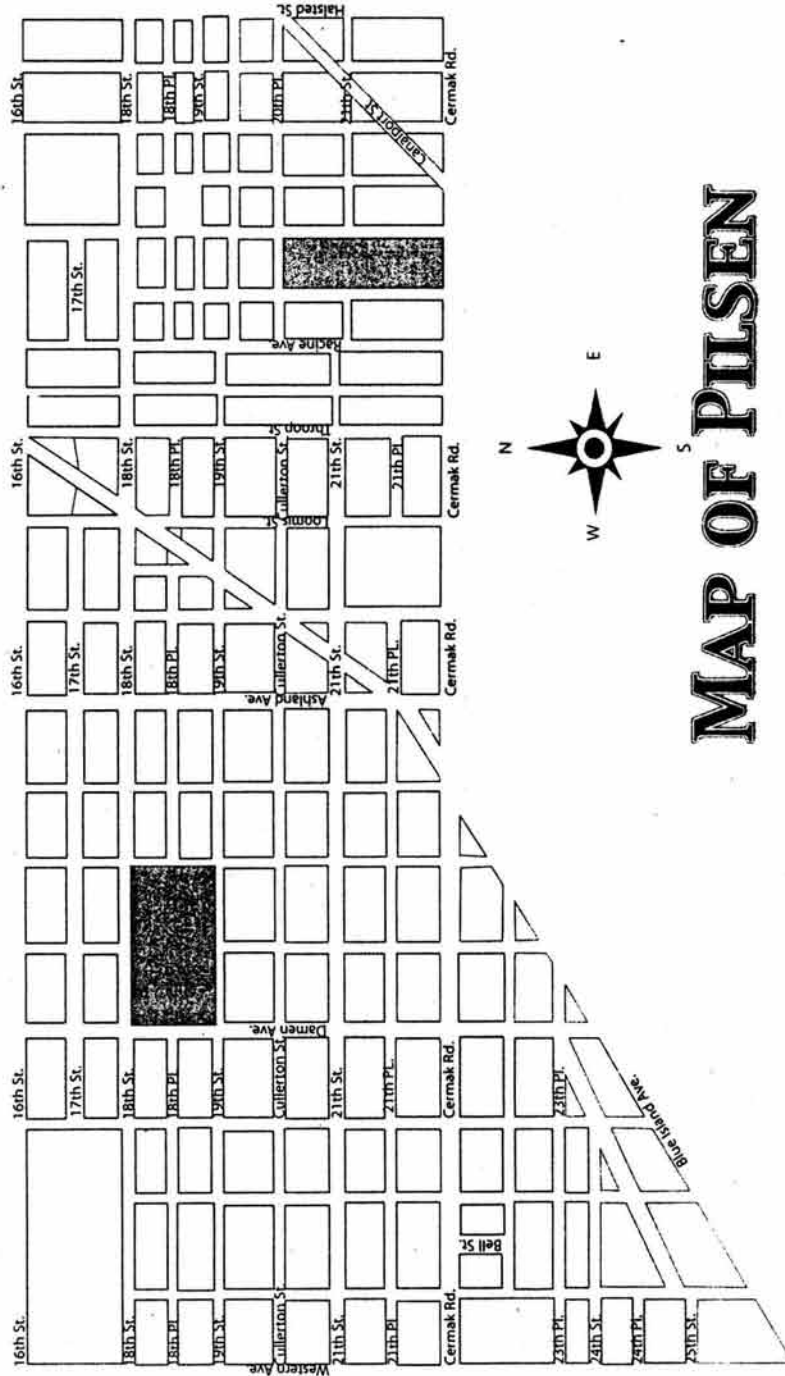
El proyecto que aquí se propone, tiene como base el aprovechamiento de las sinergias que se crearían por la colaboración de agencias promotoras, potenciando las capacidades exportadoras de las empresas mexicanas, así sean micro, pequeñas o medianas.

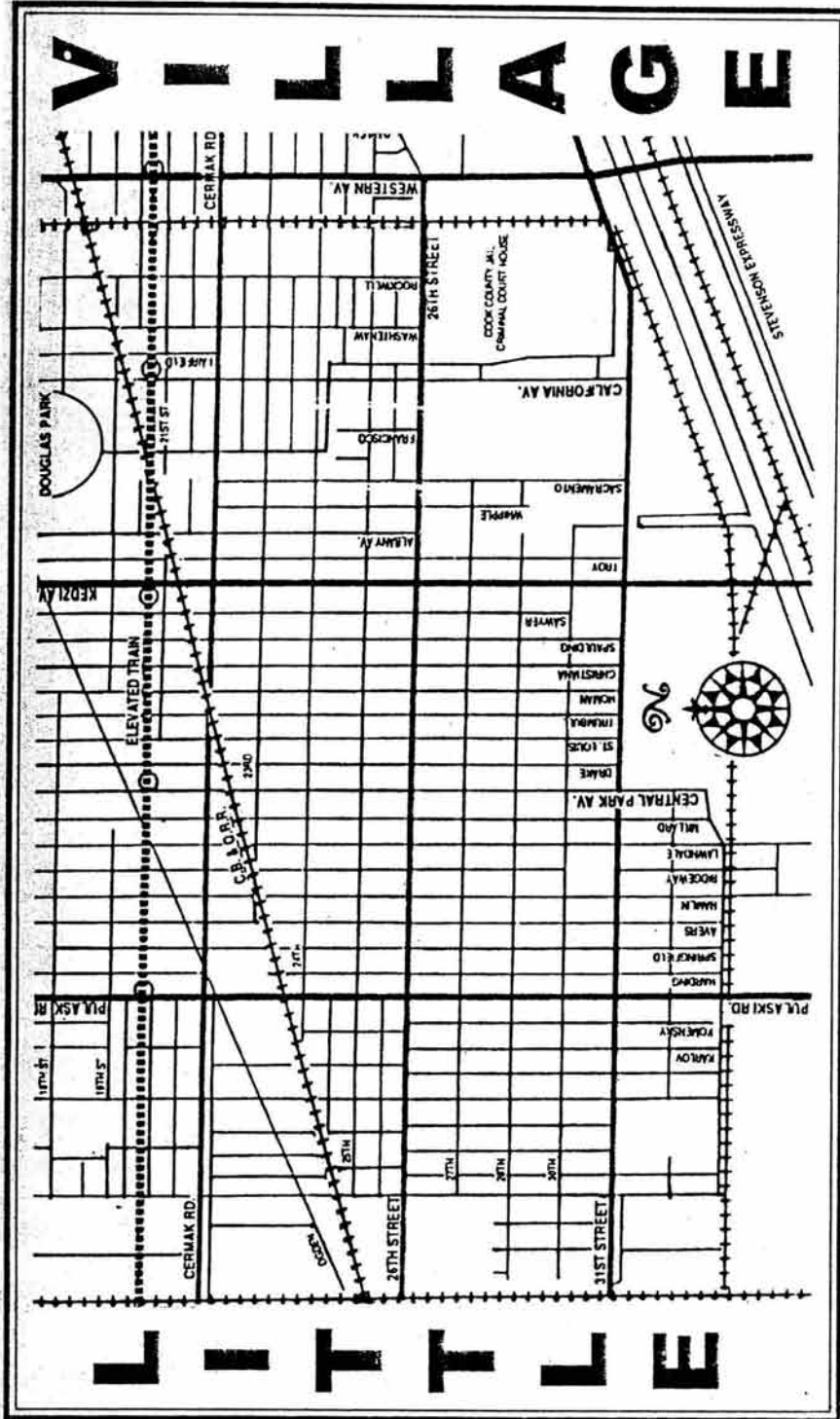
La ventana de oportunidad que existe puede ser rápidamente cerrada si no se actúa con presteza y decisión por parte de instituciones de fomento tales como Bancomext y agencias de promoción de desarrollo en los estados de México. Se requiere contar con el apoyo financiero de instituciones de desarrollo y fomento, tales como Bancomext, para financiar un proyecto de la magnitud y características como el aquí propuesto. Se pronostica que en tan solo 2 o 3 años el proyecto sería autofinanciable.

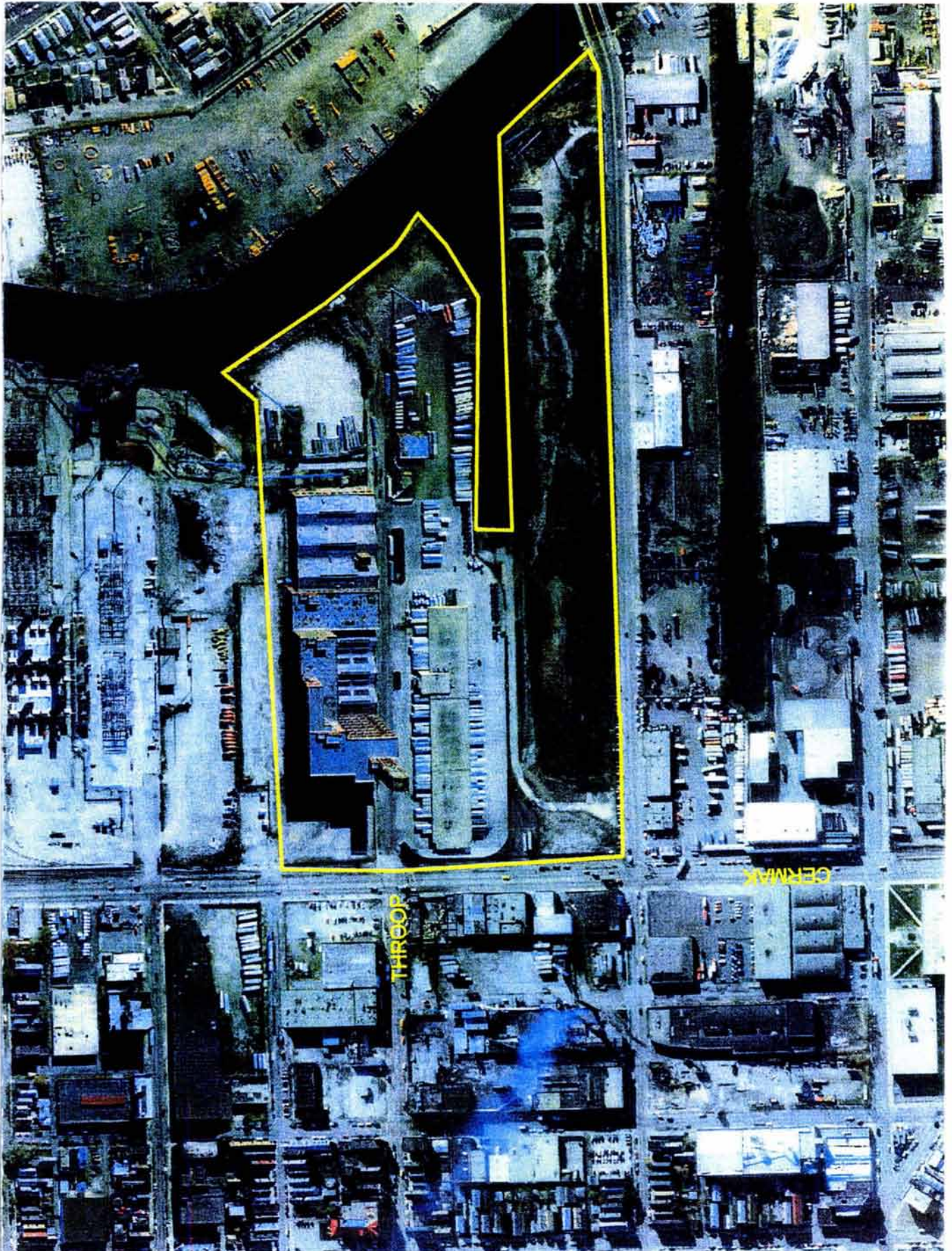












ANEXO VII

COMBINACIÓN DE COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MERCADOTECNIA

PLATAFORMA COMUN DE COMUNICACIONES

1. Anuncios: Cualquier forma de presentación no personal y promoción

Anuncios impresos y transmitidos
Empaques externos
Inserciones dentro del empaque
Películas
Folletos
Posters y panfletos
Directorios
Reimpresiones de anuncios
Anuncios y rótulos
Anuncios en exhibiciones y exposiciones
Anuncios en puntos de venta
Material audiovisual
Símbolos y logotipos
Videotapes

2. Promoción de ventas: Variedad de incentivos de corto plazo para alentar la toma de muestras o compra de un producto o servicio.

Concursos, juegos, rifas, loterías
Premios y regalos
Muestras
Ferias y exhibiciones comerciales
Exposiciones
Demostraciones
Cupones
Descuentos
Financiamiento a bajo interés
Entretenimiento
Concesiones para intercambio de mercancía a cuenta
Programas de continuidad
Programas de ventas condicionadas de un producto junto con otro

3. Relaciones públicas y publicidad: Variedad de programas diseñados para promover o proteger la imagen de una compañía o sus productos individuales.

- Paquetes de información para la prensa
- Discursos
- Seminarios
- Reportes anuales
- Donaciones caritativas
- Patrocinios
- Publicaciones
- Relaciones comunitarias
- Labores de cabildeo
- Identidad en los medios
- Revista de la empresa

4. Ventas personales: Interacción cara a cara con uno o más prospectos para ventas y con el propósito de hacer presentaciones, contestar preguntas y procurar ordenes de compra.

- Presentaciones de ventas
- Juntas de ventas
- Programas de incentivos
- Muestras
- Ferias y eventos comerciales

5. Mercadotecnia directa: Uso de correo, teléfono, fax, e-mail o Internet para comunicación directa con el cliente o para solicitar una respuesta directa de clientes o prospectos.

- Catálogos
- Promociones por correo
- Telemercadotecnia
- Compras electrónicas
- Compras por medio de la TV
- Correo por medio del fax
- E-mail
- Correo de voz

Fuente: Tomado de Marketing Management The Millennium Edition, by Philip Kotler, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2000. P. 551.

BIBLIOGRAFIA

"A century of change: the U.S. labor force, 1950-2050", by Mitra Toossi, Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C., May 2002.

"A decade of economic change and population shifts in U.S. regions", by William G. Deming. Monthly Labor Review. Bureau of Labor Statistics. November 1996.

"A growing market: expenditures by Hispanic consumers", by Geoffrey D. Paulin. Monthly Labor Review. Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. March 1998.

"An introduction to the WTO and GATT", by Meredith A. Crowley, Economic Perspectives, Federal Reserve Bank of Chicago, Fourth Quarter 2003.

Assessing NAFTA: A Trinational Analysis, edited by Steven Globerman and Michael Walker, The Fraser Institute, Vancouver, British Columbia, Canada, 1993.

Center for Immigration Studies, "Where Immigrants Live. An Examination of State Residency of the Foreign Born by Country of Origin in 1990 and 2000", by Steven A. Camarota and Nora McArdle, Washington, D.C., USA, September 2003.

"Changing Hispanic demographics: Opportunities and constraints in the financial market", by Maude Toussaint-Comeau, Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago, August 2003, number 192.

"Characteristics of Migrants: Mexicans in the United States", by Jorge A. Bustamante, Guillermina Jasso, J. Edward Taylor & Paz Trigueros. Migration between Mexico and the United States; A report of the Binational Study on Migration, U.S. Department of State, Washington, D.C. 1997

City of Chicago Industrial Market and Strategic Analysis, prepared by Arthur Andersen LLP Real Estate Advisory Services Group, submitted to the City of Chicago Department of Planning & Development, March 1998.

"Conclusión de las Negociaciones sobre los Acuerdos Paralelos al Tratado de Libre Comercio", Mensaje Presidencial, Carlos Salinas de Gortari, 13 de agosto de 1993, Residencia Oficial de Los Pinos, México.

Contemporary Advertising, Eighth Edition, by William F. Arens, McGraw-Hill Irwin, New York, USA, 2002.

Corridors of Industrial Opportunity. A Plan for Industry in Chicago's West Side, Department of Planning and Development, City of Chicago, March 1992.

"Decisive Vote Brings Down Trade Walls With Mexico", Congressional Quarterly Weekly Report, November 20, 1993, Washington, D.C.

Description of The Proposed North American Free Trade Agreement Prepared by The Governments of Canada, The United Mexican States and The United States of America, The United States Trade Representative, Washington, D.C. August 12, 1992.

Economic Report of The President transmitted to the Congress February 2000, and February 2002, United States Government Printing Office, Washington, D.C.

Economics: Principles, Problems, and Policies, 15th edition, by Campbell R. McConnell and Stanley L. Brue. McGraw-Hill Irwin, New York, NY, 2002.

El redescubrimiento de América Historia del TLC, Hermann von Bertrab, Nacional Financiera Fondo de Cultura Económica, México, 1996.

"Estimating U.S. metropolitan area export and import competition", by William Testa, Thomas Klier and Alexei Zelenev, Economic Perspectives, Federal Reserve Bank of Chicago, Fourth Quarter 2003.

Financial Management Theory and Practice, 10th Edition, by Eugene F. Brigham and Michael C. Ehrhardt, South-Western Thomson Learning, 2002.

Governor Jim Edgar, "Remarks on Free Trade", 1992 Republican National Convention, August 17, 1992.

Illinois Facts, Illinois Department of Commerce and Community Affairs, 1993.

Illinois in the International Marketplace, Illinois Department of Commerce and Community Affairs, International Business Division, Chicago, IL 1994.

Illinois Key Industries Impacts: North American Free Trade Agreement, Illinois Department of Commerce and Community Affairs, May 1993.

Illinois NAFTA Coalition, Peoria, Illinois, 1993.

Illinois Trade to Mexico & Canada, State of Illinois, Department of Commerce and Community Affairs, Bureau of Business Development, International Business Division, 1992.

Images of America Mexican Chicago, by Rita Arias and Carlos Tortolero, Arcadia Publishing an imprint of Tempus Publishing, Inc., Chicago, Illinois, reprinted 2002.

"Immigration and poverty: how are they linked?", by Jeff Chapman and Jared Bernstein, Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. April 2003.

"Immigration and wage changes of high school dropouts", by María E. Enchautegui, Monthly Labor Review. Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. October 1997.

"Impacts of Migration. Labor Market Implications of Scale, Innovation, and Entrepreneurship", by Michael J. Rosenfeld & Marta Tienda. Paper prepared for the June 1996 meeting "Mexican Migration and U.S. Policy", Washington, D.C. Research supported by the U.S.-Mexico Binational Commission on Immigration.

Industrial Corridor Capital Investment 1995 a Guide to Industrial Improvement Projects (Draft), Department of Planning and Development, City of Chicago 1995.

Inequality at Work: Hispanics in the U.S. Labor Force, by Gregory DeFreitas, Oxford University Press, New York, NY, USA, 1991.

Institute for International Economics, Washington, D.C. 1993

Interest Group Politics in the Midwestern States, edited by Ronald J. Hrebener and Clive S. Thomas, Iowa State University Press, Ames, Iowa, 1993.

"Is Midwest manufacturing at a crossroads?", by William A. Testa and Thomas Klier, Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago. December 2003.

"Labor force projections to 2008: steady growth and changing composition", by Howard N. Fullerton Jr., Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, November 1999.

Management Information Systems Managing the Digital Firm, 7th. Edition, by Kenneth C. Laudon y Jane P. Laudon, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, USA, 2002.

Managerial Accounting, 10th Edition, by Ray H. Garrison and Eric W. Noreen, McGraw-Hill Irwin, New York, USA, 2003.

Marketing Channels A Management View, by Bert Rosenbloom, The Dryden Press/Harcourt Brace College Publishers, Orlando, FL, USA, 1999.

Marketing Functions and the Wholesaler-Distributor: Achieving Excellence in Distribution, by Bert Rosenbloom, Distribution Research and Education Foundation, Washington, D.C., USA, 1987.

Marketing Management The Millennium Edition, by Philip Kotler, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, USA, 2000.

México y Estados Unidos ante los trabajadores agrícolas migratorios 1942-1964. Angel Antonio Rogerio Cadena. Tesis Profesional. Licenciatura en Relaciones Internacionales. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. 1989.

"Midwest manufacturing and trade with China", by William Testa, Jay Liao and Alexei Zelenev, Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago, November 2003.

Migration between Mexico & the United States. A report of the Binational Study on Migration, Department of State, Washington, D.C., 1997.

NAFTA at Three A Progress Report, by Sydney Weintraub, The Center for Strategic & International Studies, Washington, D.C., USA, 1997.

"NAFTA: Estimates of Job Effects and Industry Trade Trends After Two Years", by Mary Jane Bolle, Congressional Research Service, Library of Congress, Washington, D.C., USA, April 19, 1996.

North American Free Trade Agreement Impact on Illinois Employment Sustained by Exports, prepared by Mark Doniff Finance and Administration Bureau, Actuarial Services Division, Illinois Department of Employment Security, 1992.

Perfil del Mercado Hispano de Chicago, Trade Commission of Mexico in Chicago (Bancomext) Julio 2000.

Pilsen Rent Study, Prepared by Nathalie P. Voorhees. Center for Neighborhood and Community Improvement in Partnership with The Resurrection Project, December 1995.

Potential Impact on the U.S. Economy and Selected Industries of the North American Free-Trade Agreement, U.S. International Trade Commission at the request of U.S. Congress, January 1993.

Public/Private Initiative and Community Response in Pilsen: Toward the Integration of Community Organizing and City Planning, by Nalini J. Johnson, Department of Urban Planning, McGill University 1992.

Resumen: Tratado de Libre Comercio de América del Norte elaborado por los gobiernos de los Estados Unidos Mexicanos, Canadá y los Estados Unidos de América, Centro de Servicios al Comercio Exterior, SECOFI-Bancomext

Senado de la República, "Tratados ratificados y convenios ejecutivos celebrados por México", México, Senado de la República. 1981. Tomo VIII.

Statement of position of the Chicagoland Chamber of Commerce regarding the North American Free Trade Agreement, Chicago, Illinois, 1992.

Statistics for Managers Using Microsoft Excel, 3rd. Edition, by David M. Levine, David Stephan, Timothy C. Krehbiel and Mark L. Berenson, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, USA, 2002.

Study on the Operation and Effect of the North American Free Trade Agreement (NAFTA): Three Years Later, prepared by President William J. Clinton to U.S. Congress, as required by section 512 of the NAFTA Implementation Act (Public Law 103-182; 107 Stat. 2155; 19 U.S.C. 3462), July 1997.

"The disappearance of manufacturing?", by William Strauss, Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago, June, 2003.

"The diversity of Hispanics in the U.S. work force" by Peter Cattan, Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. August 1993.

The Economic Policy Institute, Washington, D.C., USA, 1993.

"The Hispanic Population Census 2000 Brief", U.S. Census Bureau, U.S. Department of Commerce, May, 2001.

"The Hollowing Out Process in the Chicago Economy, 1975-2011", by Geoffrey J.D. Hewings, et. al., Regional Economics Applications Laboratory, University of Illinois at Urbana-Champaign and Federal Reserve Bank of Chicago, 1997.

The Impact of The North American Free Trade Agreement on Illinois, U.S. Council of The Mexico-U.S. Business Committee, A Committee of the Council of The Americas, prepared by The Trade Partnership, Washington, D.C., USA, September 1992.

"The Metro Chicago Immigration Fact Book", by Rob Paral and Michael Norkewicz, Institute for Metropolitan Affairs, Roosevelt University, June, 2003.

"The Mexican Economy and the North American Free Trade Agreement", by José Angel Gurría Treviño, President and CEO of the Mexican Bank for Foreign Trade (Bancomext), before the California Hispanic Chambers of Commerce, California, October, 1993.

The NAFTA: Expanding U.S. Exports, Jobs and Growth, Clinton Administration Statement on the North American Free Trade Agreement, The United States Trade Representative, Washington, D.C., USA, July 20, 1993.

The North American Free Trade Agreement. A Guide to Customs Procedures, Department of The Treasury, U.S. Customs Service, Washington, D.C., USA, 1994.

The Pilsen Tax Increment Financing Redevelopment Project and Plan, prepared by Trkla, Pettigrew, Allen & Payne, Inc. for the City of Chicago, March 1998.

"The role of foreign-born workers in the U.S. economy", by Abraham T. Mosisa, Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics, Washington, D.C. May 2002.

"The U.S. Labor Market Impacts of Low-skill Migration from Mexico", by Paul S. Davis, Michael J. Greenwood, Gary L. Hunt, Ulrich Kohli & Marta Tienda. Paper prepared with support from the United States Commission on Immigration Reform. Mexico United States Binational Migration Study. U.S. Department of State, Washington, D.C. 1997.

University of Maryland. A study for the Department of Labor, 1993.

United States Hispanic Chamber of Commerce, "Hispanic Entrepreneurs: Leaders of the New Millennium", 20th Annual National Convention and Business Expo, San Diego, CA, USA, September 15-18, 1999.

U.S. Census 2000. U.S. Census Bureau U.S. Department of Commerce

U.S. Exports to Mexico. A State-By-State Overview 1987-1991, International Trade Administration, U.S. Department of Commerce, July 1992.

U.S. Hispanic Market, Strategy Research Corporation a Market Facts Company, Miami, FL, USA.

U.S. Immigration and Naturalization Service, Office of Policy and Planning, "Estimates of the Unauthorized Immigrant Population Residing in the United States: 1990 to 2000."

REVISTAS / PERIODICOS / OTROS

Aeromexpress Cargo ORD

Air Cargo World International Trend & Analysis

Blueprints of Success Fortune/Arthur Andersen "Best Cities for Business" Survey 1998

Bureau of Economic Analysis News Release, Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce.

Bureau of Labor Statistics

Business America The Magazine of International Trade, A Publication of the U.S. Department of Commerce

BusinessWeek

Community Media Workshop, Columbia College.

Congressional Quarterly Weekly Report, Washington, D.C.

Crain's Chicago Business

Crain's Small Business Chicago Edition

Chicago Fed Letter, The Federal Reserve Bank of Chicago

Chicago Tribune

Economic Perspectives, Federal Reserve Bank of Chicago

Fortune

Global Logistics & Supply Chain Strategies

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2003)

Hispanic Business Magazine

Hispanic Business, Career, Politics & Culture

Hispanic Market Connection

Illinois Banker

McCormick Place Convention Center, Chicago, IL.

Massachusetts Institute of Social and Economic Research (MISER)

Mexico Business The Magazine of the Nafta Marketplace.

NAFTA Works. A Monthly newsletter on NAFTA and related Mexico business, published by the Embassy of Mexico, SECOFI-NAFTA Office, Washington, D.C.

Transportation & Distribution

US Census 2000

World Trade