



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA

DE MÉXICO

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES
UNIDAD LEÓN**

**TEMA: DETERMINANTES DEL COMPORTAMIENTO
CÍCLICO DE LAS EXPORTACIONES DE CALZADO.
ESTUDIO DE CASO EN GUANAJUATO: 2007 - 2015**

FORMA DE TITULACIÓN: TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMÍA
INDUSTRIAL**

P R E S E N T A:

ESTHEFANI GUADALUPE PALACIOS ROCHA

TUTOR: DR. JOSÉ FRANCISCO REYES DURÁN



LEÓN, GTO

2016



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.

Agradecimientos

Primero que nada doy gracias a Dios por permitirme vivir, por todas las oportunidades que se me han presentado, por dejarme estar en esta hermosa universidad que me acogió durante este periodo tan importante en mi vida en donde pude abrir tanto mi mente, como mi perspectiva de la vida.

También le doy a las personas que me dieron la vida a mis padres a Ernesto Palacios y a Martina Rocha que me dieron la vida y por apoyarme en todo momento les agradezco por ayudarme a ser como soy y lo que soy. Sin su ayuda no habría podido estar en donde estoy, gracias por todas sus enseñanzas que me han formado y por tanta dedicación, esmero, desveladas y demás, no terminaría de decirlo, pero solo me queda decir más que gracias y que Dios me ha bendecido inmensamente con su compañía, los amo.

A cada uno de mis 8 hermanos que han demostrado su apoyo para el termino de mi carrera, que han demostrado estar conmigo cuando he necesitado, les agradezco por estar conmigo, esta va para ustedes hermanos y que siempre veamos para arriba y para adelante, los quiero.

A mi esposo Luis Leonardo Cardona Ibarra que me ha apoyado inmensamente y que agradezco su tiempo y amor hacia conmigo y que ha estado en momentos que han sido difíciles pero que con él han sido buenos, gracias mi amor por todo tu apoyo y por ayudarme a ser una mejor persona, gracias mi amor por todo.

A mi hermoso hijo Leonardo Azaid que me ha motivado inmensamente en acabar lo empezado que por el quiero cumplir mis sueños y ser una mejor mama, persona, esposa, cariño esta tesis es para ti mi amor.

Para mi universidad que me permitió empaparme de conocimientos y grandes aprendizajes también agradezco a mis profesores que me brindaron su tiempo y conocimientos, también especialmente al Dr. José Francisco Reyes Durán mi asesor de tesis, que en todo momento me estuvo apoyando y alentando en el término de este proceso, le agradezco inmensamente por su gran apoyo y esfuerzo, dedicación hacia este proyecto que he concluido. También es importante resaltar el apoyo que tuve de las becas otorgadas como Pronabes que me permitieron seguir estudiando durante mi estancia en esta universidad.

Muchas gracias a todos, Dios los bendice.

Capítulo 1. Introducción.....	7
1.1 Alcance y limitaciones.....	14
Capítulo 2. Marco Teórico.....	16
Análisis Macroeconómico. El Sector manufacturero: balanza comercial y apertura económica.....	17
¿Sincronización de los ciclos económicos México – EUA?.....	20
Exportaciones.....	22
Importaciones.....	23
Apertura económica y competitividad.....	24
Innovación.....	26
Análisis Meso y Microeconómico. Sector calzado: comercio externo, innovación y competitividad.....	27
Apertura comercial.....	27
Innovación en la industria.....	30
Competitividad.....	33
Capítulo 3. La industria del calzado.....	36
Contexto mundial de la industria del calzado.....	37
Países productores.....	38
Países exportadores.....	41
Países consumidores.....	44
Países importadores.....	45
Precios promedio de exportación.....	46
La industria del calzado en México y Guanajuato.....	49
Reacción de la industria del calzado ante la crisis mundial de 2007-2008.....	49
Producción y ciclo económico del calzado.....	50
3.2.2.1 Producción de calzado nacional.....	51

Principales empresas productoras de calzado.....	55
3.2.3.1 Tipos de empresas productoras.....	56
El personal ocupado.....	58
La inversión extranjera directa (IED) en el sector.....	59
Capítulo 4. Balanza comercial del calzado, exportaciones y el papel clave de las importaciones.....	63
Balanza comercial de calzado.....	64
Exportaciones de calzado: evolución, destino, empresas exportadoras y tipo de calzado.....	66
Evolución de las exportaciones.....	66
Destino de las exportaciones.....	71
Principales empresas exportadoras.....	75
Tipos de calzado de exportación.....	75
Importaciones de calzado y análogos.....	76
Evolución de las importaciones.....	77
Principales empresas importadoras.....	80
Tipo de calzado de importación.....	81
Capítulo 5. Análisis de las exportaciones de calzado y sus determinantes: políticas de desregulación, la innovación y la competitividad.....	84
¿Una actividad con innovación?.....	85
Competitividad de la industria del calzado.....	90
Políticas de apertura y desregulación.....	94
5.3.1 Cuotas compensatorias y contrabando.....	97
Capítulo 6. Conclusiones.....	103

Capítulo 7. Bibliografía.....110

Anexos

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

Resumen

En este capítulo se presenta la justificación del objeto de estudio, el planteamiento del problema, la hipótesis, los objetivos y la metodología empleada. También se presenta un breve marco histórico de la evolución del calzado en el Estado de Guanajuato. Lo que se busca es integrar los conceptos para darle una unidad metodológica al estudio.

El presente documento se encuentra dirigido a identificar los factores determinantes que han influido en el comportamiento cíclico de las exportaciones de la industria del calzado mexicano en el periodo 2007 a 2015. Para ello, se abordan esos determinantes desde una perspectiva doble y complementaria: a niveles macro y microeconómico en un contexto de fuerte competitividad, apertura y desregulación del mercado y donde el papel de las políticas públicas ha sido esencial.

A nivel microeconómico o empresarial, destacan los factores que tienen que ver con la innovación y el marketing los cuales no han jugado el rol que probablemente se esperaba.

Particularmente el quehacer del gobierno tiene un rol protagonista debido a los tratados comerciales asumidos que pueden repercutir favorable o desfavorablemente en las acciones de fomento a la exportación como son las de tipo arancelaria para impulsar concretamente la colocación del calzado en el mercado internacional.

Antes de entrar en materia parece pertinente hacer una breve reseña histórica de la evolución de la industria objeto de estudio.

Algunos historiadores consideran que la Segunda Guerra Mundial provocó un auge en la industria zapatera leonesa, ya que la demanda de este producto en los Estados Unidos de América (EUA) creció. El tipo de calzado que se requería esencialmente eran las botas militares, ya que este país participó en la guerra y su industria se dedicó en ese momento a la elaboración de armamento

desatendiendo a otros sectores como el calzado. Incluso, parece que había ocasiones en los que los soldados norteamericanos pasaban la frontera buscando botas, por sencillas o defectuosas que estuvieran. En aquellos años hubo largas jornadas de trabajo para poder satisfacer esa demanda, lo que repercutió en la diversificación de otras actividades productivas como las peleterías, fábricas de cartón, elaboración de hormas, fabricación de barnices, pegamentos, suelas y avíos, entre otros.

Al finalizar la guerra la demanda de calzado disminuyó, lo que llevó a la quiebra de múltiples talleres; sin embargo, esto ayudó a adaptarse a las nuevas condiciones del mercado: el esquema productivo se redirigió hacia el mercado interno, principalmente para satisfacer el consumo popular.

Para los años cincuenta los talleres o picas¹ predominan y se basan principalmente, en la mano de obra familiar con un índice bajo de ocupación.

Para los años sesentas la industria de calzado ya comenzaba a asimilar los nuevos conceptos de la administración y la contabilidad. En esta década recibe un gran impulso la capacitación y la impartición de cursos de relaciones inter- humanas, psicología industrial, manejo de personal, principios de administración entre otros aspectos. Paralelamente, el mercado de exportación va llamando paulatinamente la atención de las empresas, como en la segunda guerra mundial. Así, nace la Asociación Mexicana de Productores Exportadores de Calzado (AMPEC) al grado de que se propone crear un museo y una escuela técnica de altura. Esta década se caracteriza por tener un considerable acercamiento entre empresarios y gobierno.

En los mismos años sesenta, las cámaras de calzado de Guadalajara, León y México se unen para buscar soluciones ante la escasez de pieles, en especial de becerro, por lo que se dirigen a las autoridades para exponer el caso. Asimismo, para diciembre de 1965, la AMPEC ya identificaba dificultades para competir en el exterior debido a que las técnicas de producción, los sistemas de

¹ Pica es un pequeño taller de producción de calzado, regularmente familiar.

fabricación y de control de calidad son menos avanzados en nuestro país que en otros.

Para la mitad de la década de los años setenta, en 1976, las exportaciones de calzado descendieron porque los costos de las materias primas comenzaron a elevarse, principalmente las procedentes del cuero. De esta manera la industria se vio afectada por la escasez de este insumo al grado de que muchos talleres medianos y pequeños tuvieron que cerrar. En los años de 1975 y 1976 nuestro principal socio comercial era Estados Unidos de Norteamérica, con un 95% del valor total exportado. El segundo cliente era Canadá con un 3%, principalmente adquiriendo calzado de cuero o piel. Otros países compradores de calzado mexicano eran: Panamá, Honduras y Guatemala.

La industria del cuero enfrentó, para esos años, diversos problemas desde los de índole económico-financieros - como la devaluación, la contracción de los créditos, la inflación, entre otros; hasta la incapacidad para adaptarse a las situaciones cambiantes en los niveles empresariales (ejecutivos, administrativos, productivos), y la desvinculación entre los sectores público y privado y, por ende, la falta de apoyo de aquel a este.

Casillas y Moncada (1978) señalan que para finales de los años setenta los principales obstáculos que enfrenta la industria del calzado son el alto costo del cuero² que era un 50% más elevado en México que en otros países con calidad semejante, así como la escasez de recursos humanos altamente capacitados³. Esos autores también mencionan que al concluir esa década la industria de la piel y el calzado no se encontraba atrasada tecnológicamente ya que las empresas habían tenido la oportunidad de importarla; sin embargo, no ha sido en muchos casos la más adecuada: los problemas de adaptación, dominio y aprovechamiento

² El aumento en el valor comercial del cuero se debe principalmente a la gran demanda que existía para ese año, tomando en cuenta que el crecimiento del mismo, no puede ser superior al crecimiento de consumo de carne.

³ La mano de obra del país no se encontraba capacitada para operar la maquinaria importada por lo que se tenía que emplear personal de origen extranjero, por lo que los avances tecnológicos, las materias primas, maquinaria, instalaciones, procesos, no eran aprovechables de la manera óptima y adecuada.

de estas tecnologías han sido diversos, no obstante se presentaban algunas condiciones ventajosas con otros países que también las poseían.

En los años ochenta se registró una fuerte variación en la producción y en la competencia de los productos nacionales en los mercados internacionales, por la confluencia de diversos factores como problemas como la caída del consumo interno por el contexto de estancamiento de la economía mexicana que repercutió en la falta de liquidez de las empresas, la falta de control de calidad y el alza en los precios de los productos – la devaluación de la moneda encareció la importación de materias primas extranjeras principalmente las procedentes de los EUA que no logró compensarse con las ventajas a la exportación que representa la devaluación del tipo de cambio.

En los años noventa se lleva a cabo la apertura comercial y aunque la devaluación de la moneda mexicana en 1994-1995 encareció los costos, las exportaciones de la industria zapatera nacional alcanzaron amplios nichos de mercado en algunos países latinoamericanos, y del caribe:

En México la situación de la industria del calzado se había deteriorado debido a los 22 millones de pares de zapato que se importaron en 1988 y a los 40 millones de 1989, de tal manera que desde mediados de 1990 la industria zapatera del país fue por completo desplazada por productos importados excesivamente abaratados (Iglesias, 1988, p.93).

En 1992 el contrabando alcanzaba casi el 66% de la producción nacional.⁴ Para los años de 1993 y 1994 se establecen altos gravámenes arancelarios aplicados especialmente al calzado de origen chino, lo que tuvo como respuesta inmediata el descenso de las importaciones de ese país. No obstante, en 1995 la planta productiva del cuero y el calzado pareció tocar fondo (Iglesias, 2014: 296).

La producción de calzado tuvo cambios significativos, ya que de acuerdo al cuadro Anexo se observa una fuerte variación: para los años cincuenta la producción aproximada fue de 11 millones de pares, para los años sesentas asciende a 60 millones manteniéndose así hasta los años setentas. Es interesante

⁴ Cfr. "Contrabando de 70 millones de pares de calzado en 1992: Antonio Bataglia". (La Jornada, 1992, p.4) Iglesias, (296;2014)

observar que entre los años de 1955 y 1960 se registra una variación porcentual de 450%. Para el año de 1971 se incrementó la producción en un 92% pasando de 60 a 115 millones de pares con respecto a 1960(ver anexo) . En años posteriores se mantiene el ritmo de crecimiento en un 4% promedio anual hasta llegar al año de 1976 que refleja una caída en la producción de 10%. A partir de allí el producto se recupera en 7% y así hasta 1982: en este año se produjeron 268 millones de pares, el mayor volumen de producción registrado en la historia de la industria del calzado. Para el año siguiente la producción decreció en 15.3% y para 1984 disminuyó un 2.2%. Los cuatro años siguientes significaron un repunte del volumen hasta 1988 donde cayó significativamente en 18.4%. En 1990 se logra un volumen de producto de 208.5 millones de pares.

Cuadro 1
Producción y volumen de exportación del sector calzado
1941 – 1990

Año	Producción (millones de pares)	Variación anual %	Exportación (millones de pares)	Variación Anual %
1974	130.0	n.d	2.5	n.d
1975	135.0	3.8	5.2	108.0
1976	121.5	-10.0	4.5	-13.5
1977	191.0	57.2	4.3	-4.4
1978	210.0	9.9	3.6	-16.3
1979	218.0	3.8	7.2	100.0
1980	234.0	7.3	8.7	20.8
1981	250.0	6.8	n. d.	n.d
1982	268.0	7.2	n. d.	n.d
1983	227.0	-15.3	n. d.	n.d
1984	222.0	-2.2	n. d.	n.d
1985	232.0	4.5	n. d.	n.d
1986	237.0	2.2	n. d.	n.d
1987	244.0	3.0	7.8	n.d
1988	245.0	0.4	9.5	21.8
1989	200.0	-18.4	10.0	5.3
1990	208.5	4.3	n.d	n.d

Fuente: CIATEG, 1981. CANAICAL, CONCALZADO, 1990. Cámara Nacional de Comercio e Industria, *Directorio General de León*, 1940, 1951, 1955 y 1974 – 1075, León Guanajuato.

El Cuadro 1 también nos permite identificar el volumen de la exportación de calzado. Entre los años de 1974 y 1975 los pares canalizados al exterior aumentaron en 108%, sin embargo entre 1976 y 1978 la exportación cae, el nivel más bajo es en 1978. En los siguientes años la exportación se acelera a 7.2 y 8.7 millones de pares exportados y, aunque no existen datos para el periodo de 1981 a 1986, entre 1987 y 1990 el volumen de producciones similar al tenido 9 años antes. El máximo volumen de exportación se logra en 1989 con 10 millones de pares: el mayor registro de exportación entre los años de 1974 y 1990.

Diversos factores han afectado favorable o desfavorablemente el desempeño de la industria del calzado en León Guanajuato: muchas micro y pequeñas empresas han perdido competitividad en el mercado mundial como consecuencia de la reducida innovación, el pobre diseño, la inestable producción, los bajos incentivos económicos, la reducida calidad, elevados precios, y ausencia de estrategias de *marketing*, todo ello seguramente repercute en la baja competitividad y contrae la capacidad exportadora de la industria que se ha visto afectada tanto en el mercado interno, como en el externo.

De una u otra forma, la apertura comercial ha tenido un efecto negativo en la industria manufacturera con implicaciones específicas en la fabricación de zapato ya que las importaciones superan las exportaciones (por los bajos precios de estas últimas) lo que tiene efectos en la participación de la producción nacional y local tanto en el mercado interno, como en el mundial. Esta tendencia ha sido así al menos hasta el año 2014: la Dirección de Aduanas identificó que ha ingresado calzado procedente de 78 países, en comparación con los años anteriores.

A los problemas indicados viene a sumarse la falta de organización de la empresa nacional de calzado que, con la apertura comercial, benefician a las empresas extranjeras. La nueva tendencia a la globalización ha incrementado la competitividad a nivel internacional, pero paradójicamente ha disminuido la capacidad exportadora mexicana donde el calzado es uno de los productos más afectados; además, no se cuenta con la plataforma de industrialización que se

requiere ya que otros países le están apostando a la innovación y a la creación de mejores procesos de producción y marketing.

1.1 Alcances y limitaciones

La presente investigación tratará de dar respuesta a la siguiente interrogante ¿qué elementos han influido en la dinámica de la exportación del calzado?, específicamente se requiere comprender si la apertura comercial es un factor que afecta la exportación de calzado y si dicha apertura afecta la competitividad del calzado producido en el estado de Guanajuato, la innovación y el financiamiento a esta rama industrial han influido en la exportación de calzado.

Para dar respuesta a estas interrogantes se plantea que la exportación de calzado Guanajuatense se ha visto afectada desfavorablemente por la importación de calzado, las políticas públicas de apertura comercial y desregularización, y la falta de innovación industrial, lo que afecta la competitividad del sector.

En efecto, la tendencia a la globalización parece haber incrementado la competitividad, a nivel internacional, pero paradójicamente ha disminuido la capacidad exportadora mexicana donde el calzado es uno de los productos más afectados

El objetivo general de este trabajo se encuentra dirigido a identificar los principales problemas que presenta la industria del calzado en León Guanajuato al momento de exportar para, a partir de allí, formular algunas propuestas sencillas de política para mejorar su desempeño.

La investigación es cualitativa y cuantitativa ya que el estudio se basa en fuentes de información bibliográfica y estadística. El trabajo se realiza en el estado de Guanajuato, ya que es en este espacio donde se cuenta con la mayor producción del sector cuero-calzado a nivel nacional.

Se utilizan los censos económicos de 2009 y 2014 a fin de analizar el comportamiento de este sector en el empleo, la página oficial de CICEG⁵ ya que muestra la evolución de las exportaciones e importaciones de calzado.

Otras fuentes de información han sido importantes en la configuración de la base estadística de este trabajo. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) provee información actualizada sobre las principales actividades económicas del país, por sectores productivos, empleo generado y el valor de exportaciones. La Secretaría de Desarrollo Económico y Sustentable del estado posee información relevante sobre las empresas que se encuentran en el estado; la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG) proporciona información sobre diversos aspectos económicos del sector cuero-calzado del estado en Guanajuato; el World Footwear Yearbook publica información a escala mundial sobre los países productores de calzado; el Centro de Innovación Aplicada en Tecnologías Competitivas, A. C. (CIATEC) registra las mejoras en materia de innovación industrial en el estado y La Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior (COFOCE) proporciona información sobre los estímulos a las empresas para llevar a cabo su internacionalización. Además, se efectuó una importante búsqueda bibliográfica - libros, artículos de investigación, notas periodísticas y tesis - para integrar el marco teórico y contar con elementos para profundizar el análisis sobre el objeto de estudio.

⁵ CICEG, Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

Resumen

Este capítulo pretende integrar un marco teórico que permita contar con el soporte conceptual que dé respuesta a la hipótesis planteada en el capítulo anterior y que establece que la exportación de calzado del estado de Guanajuato se ha visto afectada desfavorablemente por la importación de calzado, las políticas públicas de apertura comercial y desregularización, y la falta de innovación industrial, lo que afecta la competitividad del sector. Para ello, se analizan diversos autores que pudieran dar luz sobre los determinantes de dicha exportación.

A. EL ANÁLISIS MACROECONÓMICO

2.1 Sector manufacturero: balanza comercial y apertura económica

De acuerdo con Todaro y Smith (2012), la globalización en el sentido económico se refiere a la mayor apertura de las economías al comercio internacional, los flujos financieros y a la IED⁶ y para ello, a la interconexión cada vez mayor de todo tipo a través de los gobiernos nacionales y las empresas. A su vez estas interacciones potencializan la difusión de las ideas productivas, tales como un tiempo más corto entre la innovación y la adopción de nuevas tecnologías en todo el mundo, lo que podrían poner a los países en desarrollo al día con mayor rapidez.

Por su parte, el premio nobel de la paz Mahummad Yunus ⁷señaló "El comercio mundial es como una autopista de cien carriles que cruzan el mundo. Si se trata de un país libre para todo el camino alto, sin semáforos, límites de velocidad, restricciones de tamaño, o incluso marcadores de carril; su superficie será asumida por los camiones gigantes de las economías más potentes del mundo."

Se necesitan políticas apropiadas y acuerdos para evitar este tipo de problemas potenciales.

⁶ Inversión Extranjera Directa.

⁷ En 2006, Yunus y el Banco Grameen fueron condecorados con el Premio Nobel de la Paz "por sus esfuerzos para incentivar el desarrollo social y económico desde abajo"

Los procesos formales de la liberalización del comercio han sido clave para el fomento de la globalización hasta ahora. Desde los años ochenta, una serie de rondas de negociaciones comerciales se llevaron a cabo en el marco del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), iniciado en 1948, lo que llevo finalmente a la creación de la OMC en 1995.

Todaro y Smith (2012) comentan que con esto no se han equilibrado las reglas, pues se han beneficiado, más a unos países, y menos a países pobres. Comentan que aún queda mucho por hacer para nivelar el campo donde juegan los pobres. También se hace mención sobre el valor total de los ingresos de exportación: no sólo depende del volumen de estas exportaciones que se venden en el extranjero, sino también del precio pagado por ellos. Si disminuyen los precios de exportación, un mayor volumen de las exportaciones tendrá que ser vendido, lo que sólo sirve para mantener constantes los ingresos totales. Del mismo modo, en el lado de las importaciones, el tipo de cambio total gastado depende de la cantidad y el precio de las importaciones.

Está claro que si el precio de las exportaciones de un país está cayendo en relación con los precios de los productos que importa, se tendrán que vender mucho más exportaciones y dar de alta más de sus recursos productivos escasos sólo para asegurar el mismo nivel de las mercancías importadas que compró en años anteriores. En otras palabras, *los costes reales o sociales de oportunidad de una unidad de las importaciones subirán en un país cuando sus precios de exportación disminuyen en relación con sus precios de importación.*

Teoría de la brecha tecnológica

El enfoque de la brecha tecnológica desarrollado por Posner (1961), Gomulka (1971), Cornwall (1977), Abramovitz (1986) y otros autores plantean que las diferencias significativas en los niveles y tendencias tecnológicos que caracterizan al sistema económico internacional sólo podrán ser remontados mediante transformaciones radicales en las estructuras tecnológicas, económicas y sociales.

El enfoque supone que existe una estrecha correlación entre las tasas de crecimiento económico y las tasas de crecimiento del nivel tecnológico. El atraso tecnológico relativo de los países pobres conlleva una oportunidad para su rápido crecimiento económico (Abramovitz, 1986). En efecto, dice este autor, estos países disponen de un gran potencial por el hecho mismo de su retraso, en la medida en que les es posible imitar a los países más avanzados y adoptar sus plataformas tecnológicas.

Según Maddison (1982), la estrategia imitativa posibilitará a los países con rezago tecnológico respecto a la frontera mundial de innovación aumentar su tasa de crecimiento económico; sin embargo, las posibilidades de convergencia y de alcance están condicionadas a las habilidades para transformar las estructuras sociales institucionales y económicas. La existencia de capacidades sociales (Abramovitz, 1986) y la reforma de las instituciones son condiciones necesarias para el rápido crecimiento económico y el alcance.

La teoría de la ventaja monopolística

Kindleberger (1969) y Hymer (1976) sugieren que una condición para actuar como empresas (multinacionales) es poseer algún tipo de ventaja competitiva exclusiva (monopolística) cuyo origen puede encontrarse en la producción, la tecnología, la organización, el estilo de dirección, la comercialización, el acceso a crédito, o en la diversificación de productos a fin de establecer instalaciones productivas en el extranjero. De esta forma, pueden competir con las empresas locales en sus propios mercados que, a pesar de encontrarse mejor establecidas y tener mayor conocimiento del mercado, podrían verse obligadas a asumir el coste de desarrollar dichas ventajas, y por lo tanto, se verían incapacitadas para competir con las empresas extranjeras. Además, para que tales ventajas conduzcan a una inversión directa deberían ser específicas de la empresa inversora, así como fácilmente transferibles a través de las fronteras nacionales, o de suficiente

magnitud y durabilidad como para soportar la acción competitiva de las empresas rivales locales. (Rialp, 1999)

También Hymer argumenta

Un régimen de corporaciones multinacionales no les ofrecería a los países subdesarrollados ni independencia nacional, ni igualdad. En vez de eso tendería a inhibir la consecución de estas metas. Convertiría a los países subdesarrollados en países de sucursales, no solo respecto de sus funciones económicas, sino a lo largo de toda la escala de los papeles culturales, políticos y sociales. Hymer (1976; 48)

2.1.1 ¿Sincronización de los ciclos económicos México – EUA?

Con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, se intensificó el intercambio comercial entre México y EUA: la importancia significativa que tiene México con su principal socio comercial repercute en las fluctuaciones cíclicas de su ciclo económico. En este sentido, se puede decir que la economía de EUA constituye un determinante de la dinámica productiva nacional, debido a la elevada proporción del comercio que se realiza en ese mercado y del peso significativo de éste en el PIB.

Torres y Vela (2002) y Chiquiar y Ramos (2005) plantean que el comercio mexicano, en especial de manufacturas, ha actuado como un canal de transmisión importante entre los ciclos de los EUA y de México. La elevada integración de los procesos productivos de ambos países, especialmente en la producción maquiladora, ha provocado que las fluctuaciones en el ingreso y en la producción industrial de aquel país afecten la demanda de exportaciones mexicanas y que éstas, a su vez, influyan en el ciclo económico mexicano.

Otro autor (Mejía, Gutiérrez y Pérez, 2006) hacen referencia a que la sincronización de la economía mexicana con el ciclo estadounidense no es general, pues solamente se efectúa en algunas actividades manufactureras, sobre

todo en las que se caracterizan por una importante presencia de empresas transnacionales, favorecidas por la apertura comercial y su amplia experiencia en mercados internacionales; también son importantes las actividades estrechamente vinculadas con los mercados domésticos y que realizan un volumen importante de su producción mediante el comercio internacional, e intraindustria, en particular.

Un canal de transmisión entre los ciclos económicos de ambos países es el del intercambio comercial. A través de éste, las fluctuaciones en el sector de la producción industrial de los EUA afectan a la demanda por exportaciones mexicanas y éstas a su vez influyen en el ciclo económico mexicano. En particular, los autores encontraron que el sector manufacturero mexicano está vinculado de manera estrecha con las importaciones de los EUA provenientes de México (Torres y Vela, 2002).

Otro factor que parece estar determinado el comportamiento cíclico de la economía mexicana en relación con la de EUA está dado por los menores márgenes de maniobra de la política económica mexicana dada su mayor dependencia de la economía de aquél país y que trae como consecuencia que la economía nacional crezca a un promedio menor, en términos absolutos, en relación al ritmo de la de EUA.

Por un lado, Frankel y Rose (1998) argumentan que la integración comercial hace más estrecha la relación entre los sectores productivos de las dos economías, por lo que las perturbaciones económicas experimentadas en un país se transmiten a su socio comercial con mayor rapidez. Así, una relación comercial más estrecha intensifica la sincronización entre sus ciclos económicos. Por otro lado, Kenen (1969) y Krugman (1993) argumentan que si la intensificación del comercio propicia que cada país se especialice en diferentes sectores productivos, entonces una perturbación que afecte a un sector específico no tendrá el mismo efecto sobre las dos economías, por lo tanto la integración comercial propicia una menor sincronización entre los ciclos económicos de ambos países

Para México, los pocos estudios que analizan el comportamiento cíclico de la IED han encontrado una correlación positiva con el ciclo nacional aunque no muy fuerte (Alper, 2002), lo que no les ha impedido concluir que su conducta responde más a condiciones internas que a las prevalecientes en la economía estadounidense (Vargas, 2008).

2.1.2 Exportaciones

Las exportaciones de manufacturas constituyen un factor significativo para la economía de cualquier país ya que la obtención de divisas hace posible la adquisición de productos externos y permite el equilibrio de las finanzas internacionales. Para poder llevar a cabo las exportaciones se requiere, de manera indispensable, que los productos dirigidos al comercio mundial cubran el requisito de la competencia. Banxico ha señalado que se ha perdido competencia a nivel internacional:

La creciente competencia de países con dotaciones relativas de factores similares a la de México podría estar desplazando las exportaciones de ese país, al provocar que éste pierda ventaja comparativa en algunos de los bienes manufacturados en los que anteriormente se había especializado. En efecto, de manera simultánea con los cambios que ha registrado el comportamiento de las exportaciones manufactureras mexicanas, se observó también un aumento importante en la presencia de otros países abundantes en mano de obra de niveles de calificación relativamente bajos, como lo es China, dentro de los flujos internacionales de comercio (Banxico, 2007;1)

Una economía sana no requiere, necesariamente, encontrarse en una situación de total apertura, ya que su mercado interno representa el espacio de atención esencial que requiere fortalecerse y, de ser posible, protegerse para poder suministrar productos de calidad a la población y a bajo costo. De esta manera, se puede cubrir tanto el mercado interno, como el externo; pero, más allá de un simple equilibrio entre la producción dirigida a satisfacer ambos mercados, lo importante es la adopción de la mejor estrategia para el desarrollo económico.

En el marco de la globalización, las empresas transnacionales visualizaron a la producción manufacturera de exportación de México como estrategia de

complementariedad regional que permitía tomar ventajas salariales, un mercado laboral suficientemente flexible y facilidades normativas para la inversión extranjera. La penetración a los mercados estadounidenses se expandió, en particular, en bienes de consumo de los sectores automotriz, electrónico y textil.

Las exportaciones manufactureras sobre el total de las ventas de nuestro país en el exterior, resultan ser muy significativas, es decir, la rama automotriz contribuye con un porcentaje fundamental en la exportación de mercancías mexicanas, llegando a ser casi tres veces mayores que los recursos obtenidos con la venta de petróleo crudo en el exterior. Las importaciones de manufacturas también tienen un peso trascendental (González, 2015).

2.1.3 Importaciones

En la introducción se señaló que uno de los determinantes del comportamiento cíclico de las exportaciones está dado por las importaciones, esencialmente manufactureras. El papel desempeñado por estas importaciones en la economía nacional, es un fenómeno estructural que define rasgos de dependencia tecnológica y de equipos, herramientas y hasta de materias primas que son determinantes en la producción manufacturera. En los últimos años, con la apertura comercial, un rasgo distintivo está dado por la mayor dinámica de las importaciones manufactureras, en comparación con las exportaciones.

En efecto, hoy día las principales importaciones de México incluyen los combustibles y otros productos derivados del petróleo, esto es un país maquilador donde exportamos materias primas e importamos productos elaborados o finales, o bien se producen bienes de exportación de empresas extranjeras con materias primas importadas.

En el mundo, los principales países establecen regulaciones para proteger a sus principales sectores económicos y comerciales, mediante barreras arancelarias; sin embargo, México ha adoptado la apertura económica casi generalizada, e incluso permite el ingreso de productos de algunos países mediante el contrabando, o a través de prácticas *dumping*:

El enorme impacto negativo en la economía nacional que representa la invasión de productos de mala calidad y muy bajo costo de origen chino al mercado mexicano; en parte responsabilidad de las naciones que compiten de forma desleal en el comercio mundial; y en parte responsabilidad del Estado que no sólo permite la entrada indiscriminada de estas mercancías, sino que además no impulsa el desarrollo de la industria interna para que logre hacer frente a dicho problema (Jiménez, 2012: 4).

[En efecto], las importaciones manufactureras son mayores al Producto Interno Bruto manufacturero, esta situación conduce al problema de la desindustrialización⁸ (González, 2015).

2.1.4 Apertura económica y competitividad

Como hemos visto anteriormente, la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) significó más inversión extranjera y la mayor entrada y salida de productos. Como se ha señalado

La apertura no es una “varita mágica” en el crecimiento y la reducción de la pobreza, intervienen muchos otros factores. El comercio es solo un aspecto del proceso de desarrollo. Sin embargo, la abundante evidencia sobre la apertura, el crecimiento y la reducción de la pobreza, y la estrecha relación que existe entre la apertura y otros importantes factores determinantes de un elevado ingreso per cápita, como la calidad de las instituciones, son suficientes razones para hacer pensar dos veces a cualquiera que contemple la adopción de una nueva estrategia de desarrollo que no se centre en la apertura al comercio exterior (Berg & Krueg, 2002; 19).

De esta manera, la apertura comercial no ha sido lo que todos esperaban ya que han ocurrido cambios que no han permitido el desarrollo íntegro de la economía mexicana: una mayor apertura comercial o más tratados comerciales no significan que esa sea la solución de los problemas económico internos, ya que al no tener una economía interna sólida, no se podrá tener una ventaja competitiva con los demás países. Como nos dice Iglesias, difícilmente la mayor cantidad de tratados podrán ayudar al productor mexicano a exportar sus productos por que no se

⁸ Esta suele definirse como una disminución del peso relativo de la industria manufacturera en el producto interno bruto (PIB).

encuentra aún preparado y adaptado, como en el caso de las normas y materiales que protegen la salud y medio ambiente.

Existen muchos autores que hablan de la competitividad como un factor de enorme relevancia para las empresas mexicanas pues es la manera como se diferenciarán de las demás empresas de otros países: “La ventaja competitiva proviene fundamentalmente del valor que una empresa logra crear para sus clientes (Porter, 1987: 2)”.

Los factores que afectan las ventajas competitivas son diversos. Bobadilla menciona algunos, sobre todo la competitividad organizacional de una empresa es importante, desde lo interno, que puede influir en su diferenciación externa, en el mercado:

Uno de los factores que motiva la competitividad organizacional es la mercadotecnia, ya que se ha convertido en una ventaja competitiva esto debido a que ayuda a una empresa a diferenciarse y a enfocarse en mercados específicos; genera valor para el cliente al buscar su constante satisfacción con el producto recibido, lo cual desemboca en la lealtad del consumidor hacia la empresa; gracias a la retención de clientes la empresa puede ser más redituable; fomenta la innovación y el desarrollo constante de nuevos productos y servicios que permiten sostener la posición competitiva de la compañía (Bobadilla,2013; 27).

Entonces es importante considerar que la pérdida de las ventajas comparativas de los productos mexicanos en el mercado internacional, no sólo puede ser atribuida a la ventaja salarial de China y su mano de obra, sino que también obedece, básicamente, a que México carece de un entorno de fortalecimiento de las políticas científicas y tecnológicas, la formación de ingenieros, la acumulación de capacidades tecnológicas y de adecuadas políticas macroeconómicas e institucionales que estimulen el crecimiento interno, y permitan mejorar los términos de intercambio que impulsen las exportaciones.

2.1.5 La innovación

La innovación en las empresas mexicanas juega un papel significativo ya que en el momento en que alguna empresa o algún producto es objeto de mejora, se *marca la diferencia* con sus competidores.

En el entorno de la llamada globalización, muchas empresas han adoptado mecanismos de innovación para poder ser más competitivos: la innovación agrega valor a los clientes. Alonso y Donoso (1998) analizan las decisiones que se adoptan en el modelo de innovación: *en primer lugar*, son decisiones creativas de acuerdo con las condiciones que impone el mercado y con las posibilidades, siempre limitadas, de una organización que actúa en condiciones inciertas; *en segundo lugar*, las decisiones se fundamentan en los procesos de aprendizaje, beneficiándose de la dinámica temporal; y *en tercer lugar*, ni esta dinámica acumulativa hace que ambos procesos sigan una ruta determinista, ni el carácter incierto de las decisiones la convierte en aleatoria. Por el contrario, la empresa dispone de una gama de opciones, limitada por la experiencia acumulada y el camino recorrido previamente (Alonso y Donoso, 1998).

En México la inversión en ciencia y tecnología fue para el año 2014 apenas del 0.50% del PIB nacional, tan sólo medio punto porcentual. En comparación con otros países, México se encuentra en rezago; mientras los países desarrollados le apuestan a estos eslabones, en virtud de que son fundamentales para el desarrollo de un país y permiten mejorar la competitividad, la innovación y la tecnología.

Debido a que el país no se ha caracterizado por dar un lugar preponderante a sus políticas públicas a la inversión en ciencia y tecnología este hecho también se corresponde para las manufacturas del calzado, las cuales, hasta el presente, sólo han alcanzado grados muy bajos de innovación tecnológica (Iglesias, 2014:301).

También, la innovación juega un papel importante para el encadenamiento de las distintas fases del proceso productivo.

B. EL ANÁLISIS MESO Y MICROECONÓMICO

2. 2 Sector calzado: comercio externo, innovación y competitividad

2.2.1 Apertura comercial

La apertura comercial es un proceso que se inició en el sexenio de Miguel de la Madrid, donde se propuso cambiar la estrategia de desarrollo económico de México, mediante la liberalización del mercado. El modelo se sustentaba en elementos primordiales como la desregulación de las empresas públicas y la privatización de las mismas, y en la apertura del mercado mexicano a la competencia internacional. Para lograrlo se debía trabajar en la reforma estructural, en el sector público y el sector externo.

La reforma en el sector externo consistía en la apertura comercial, la firma de tratados de libre comercio, y la reducción de las limitaciones a la inversión extranjera. Y es en el año de 1986 cuando se da la entrada de México al GATT (por sus siglas, *General Agreement on Tariffs and Trade*) acuerdo que establece las bases con las que se regirán los países contratantes en materia de comercio internacional, para la creación de tratados internacionales.

Este acuerdo es el antecedente de la organización que regula el intercambio comercial de bienes y servicio de todo el mundo llamada ahora Organización Mundial de Comercio (OMC). A partir de ese momento, se reflejan cambios importantes.

Este contexto ha repercutido en el sector calzado cuya producción se ha mantenido prácticamente estacionada: mientras en el año 1985 se produjeron en el estado de Guanajuato 232.6 millones de pares, veinte años después, en el año 2005 la producción fue tan solo 254 millones de pares, aunque con ascensos y descensos que refleja el comportamiento cíclico de la economía: en el año 1988 se produjeron 245.2 millones de pares, el nivel máximo de los años ochenta y noventa, mientras que los años con menor producción fueron 1995 y 2002 esto

después de las crisis internacional, que afectó a varios países, incluido a EUA nuestro principal socio comercial.

Cuadro 2.
Producción Nacional

Año	Millones de pares	Variación %
1985	232.6	
1986	237.2	2.0
1987	244.4	3.0
1988	245.2	0.3
1989	200.0	-18.4
1990	208.5	4.3
1991	199.6	-4.3
1992	193.3	-3.2
1993	173.3	-10.3
1994	172.4	-0.5
1995	170	-1.4
1996	180	5.9
1997	200	11.1
1998	210	5.0
1999	210	0.0
2000	190	-9.5
2001	180	-5.3
2002	170	-5.6
2003	242	42.4
2004	233	-3.7
2005	245	5.2
2007	244	-0.4
2008	245	0.4
2009	243	-0.8
2010	244	0.4
2011	254	4.1
2012	244	-3.9
2013	244	0.0
2014	245	0.4
2015	251	2.4

Varias Fuentes: 1) Capacidades competitivas en la industria del calzado en León, Adriana M. 2006; 2) Situación de la industria del calzado en México, *Ciceg*, 2010; 3) Datos del sector calzado en México 2013, *Prospecta*; 4) Industria del calzado mexicano 2014 y 2015, *Ciceg*; 5) Yearbook Footwear 2012 y 2013 World Footwear, y 6) Información del sector, IPLANEG.

Este contexto afecto a las empresas exportadoras, especialmente las de calzado.

En México se inició la apertura comercial en el año de 1986 lo que provocó el cierre de un elevado número de empresas productoras de sectores claves para la economía mexicana como lo es el del calzado (Pegueros, 2001; 162).

La participación del sector calzado en el PIB total y manufacturero de México, y su desempeño en la generación de divisas y el empleo le otorgan un lugar importante para el desarrollo de la economía nacional. Sin embargo, su papel ha venido declinando entre otros, por los siguientes factores:

Las enormes dificultades de estas industrias manufactureras para integrarse y la atomización, acrecentada en este último decenio, de las pequeñas industrias son apenas algunas de las debilidades de la industria del calzado que ha venido agrietándose en la medida en que va siendo desplazada del mercado, interno y externo. No puede soslayarse que al igual que una parte importante de la industria manufacturera mexicana, que había sido altamente protegida por el Estado, sufre desgastes profundos al tener que enfrentarse a la apertura comercial con otros competidores (Iglesias, 2014:289).

Las debilidades de la planta productiva del calzado mexicano se han acrecentado y los 'Acuerdos Comerciales' aceleraron las fisuras aunque al mismo tiempo sirvieron para cubrir rutas a un reducido número de empresarios interesados en reforzar ciertas fortalezas de esta industria y que eventualmente podrían ser aprovechadas en posibles coyunturas internacionales de este mercado (Iglesias, 2014; 308).

De esta forma, la apertura, los acuerdos comerciales y la importación de calzado quebrantaron aún más los problemas internos que tenían las empresas de calzado que se profundizaron porque, no solo se importaban productos por la aduana, sino también de manera desleal.

En 1992 el contrabando de calzado alcanzaba casi al 66% de la producción nacional. Los años siguientes 1993-1994 corresponden a la época de grabaciones arancelarias altas, que se aplican especialmente al calzado de origen chino. Frente a estas medidas, la respuesta no se hizo esperar y las importaciones provenientes de ese país descendieron de manera considerable (Iglesias, 2014:296).

Desde comienzos de la década de los años noventa México ha mantenido un alto nivel en sus importaciones de calzado que ha servido para debilitar su propio mercado doméstico (Iglesias, 2014:294).

Las autoridades mexicanas tenían la opción de adoptar cierta protección para diversos productos sensibles, pero estas medidas arancelarias debían eliminarse progresivamente, de tal manera que quedaron totalmente revocadas para el 11 de Diciembre de 2011. Como resultado de estas medidas y acuerdos, en los últimos

años, 1,500 empresas y talleres de producción de calzado cerraron sus puertas al mismo tiempo que se perdieron miles de empleos directos e indirectos a consecuencia del aumento de las importaciones y a la incapacidad de la producción nacional para competir en los mercados interno y externo. Quizá otro problema se encuentre en la actitud empresarial,

(...) la arrogancia e ignorancia de la mayoría de los empresarios mexicanos quienes creyeron que la industria local del calzado es una de las mejores del mundo, [conjuntamente a la apuesta por] la continuidad del proteccionismo y no enfrentarse a la competencia internacional, por el contrario, la mayoría de los empresarios está pidiendo otro periodo de protección, en lugar de tratar de usar ese tiempo tan valioso para reconvertir la industria. [Ahora], las empresas enfrentan la competencia internacional en condiciones desventajosas, moldeadas en décadas de protección comercial, al no haber invertido en tecnologías, moda, diseño, estrategia de mercado, entre otras deficiencias.

El cambio que se ha dado en México (...) a una economía abierta, ha obligado a la planta productiva a modernizarse, a ser más competitiva e incursionar en mercados externos, por otro lado en este proceso se han visto afectados algunos sectores de la economía donde sus alternativas son el reconvertirse, diversificarse o en el caso más extremo desaparecer, este es el caso de la Industria del calzado. (Alfaro, 2007:2 y 18)

Lo peor de todo es que las exportaciones de calzado han estado enfrentando fuertes problemas para posicionarse: “La industria mexicana del calzado ha ido perdiendo competitividad y cada vez en menor medida México se ubicaría como un referente exportador a nivel mundial” (Iglesias, 2014; 307).

2.2.2 Innovación en la industria

Previamente a la identificación de los soportes teórico en torno a la innovación, se buscará encontrar una definición de la capacidad de innovación. De acuerdo con Adriana Martínez (2006) es:

La habilidad de una empresa de utilizar de manera eficiente tanto sus competencias internas (aprendizaje tecnológico y modos de construcción del conocimiento) como sus competencias externas (el uso del conocimiento externo a través del establecimiento de redes de relaciones sociales que la empresa establece con otras instituciones: proveedores, usuarios, universidades, centros de investigación, etcétera) que le permite elaborar nuevos productos u ofertar nuevos servicios, e incluso el mejoramiento de los ya existentes. Además, se

encuentran incrustadas social y culturalmente (Martínez, 2006:81).

De acuerdo con la autora las capacidades de innovación y de aprendizaje en la industria del calzado en Guanajuato son precarias, lo que se refleja en la presencia internacional de las empresas, medida por su nivel de exportación. También son de destacarse las heterogeneidades de esta industria, pues no todo es general y no se aplica a todas las empresas, ya que hay empresas que no sólo han sido capaces de permanecer en el mercado, sino que además son consideradas como innovadoras.

Las capacidades de innovación dependen del tipo de producto o servicios que proporcione la empresa. Por ejemplo, en un sector de alto valor agregado (como biotecnología, electrónica, etcétera) las actividades de investigación y desarrollo (I+D) desempeñan un papel trascendental. Pero en sectores tradicionales, de bajo nivel agregado (por ejemplo, confección, calzado, etcétera), otras actividades son las que importan, tales como la logística. En el sector calzado, específicamente, la innovación tiene que ver con el diseño y el tiempo. En el proceso de diseño la relación que establezcan las empresas con sus clientes, es trascendental (Martínez, 2009: 64).

Es entonces que la innovación en la industria del calzado tendrá que ver con el diseño y con los procesos del tiempo, para penetrar otros mercados, lo cual es un planteamiento acotado, pero si se observa que el rezago, cada vez mayor en materia de innovación tecnológica seguramente impedirá competir en nichos de mercado internacional que demandan un tipo de producto con determinadas innovaciones.

(...) el producto de una planta productiva de tecnología obsoleta [es resultado de] una innovación tecnológica muy rudimentaria y la incapacidad de un empresariado para convertir a ese espacio productivo en un *milieu* innovador en donde los procesos de una integración horizontal (Rabellotti, 2003) habían dado otros frutos que los que hoy se cosechan (Iglesias, 2014; 303).

Si bien es cierto que la mayoría de los empresarios de calzado no han tomado las herramientas necesarias para hacer frente a nuevos nichos de mercado, también parece cierto que este problema no es común en todas las empresas:

regularmente las grandes empresas son las que invierten más en innovación y desarrollo y mantienen una estrecha relación con centros de investigación e institutos de apoyo existentes, en comparación con las Pymes, tal es el caso en la industria del calzado del Estado de Guanajuato

La capacitación de programas de calidad ha sido muy escasa y la vinculación con centros de innovación y desarrollo, (como el) Centro de Innovación Aplicada en Tecnologías Competitivas A.C. (CIATEC), mejoró ciertos perfiles para algunas empresas, pero no alcanzó los grados de innovación tecnológica necesarios ni sacudió los rezagos para aplicar tecnologías de mediano alcance en la mayoría de las unidades económicas de la planta productiva: los retos siguen abiertos frente a los problemas de costos, innovación, tiempos y puntualidad en la entrega, sistemas de calidad (constituyen) integrales capaces y necesarios para crear empresas competitivas (Iglesias, 2014; 302).

A pesar de que en Guanajuato se cuenta con todos los actores de la cadena productiva, así como instituciones de apoyo importantes, no se han logrado niveles de vinculación que apoyen la creación de las ventajas competitivas de las empresas ni la consolidación del distrito industrial. Si bien es cierto que existen programas e instituciones que apoyan a la industria del calzado (CICEG, CIATEC, COFOCE, CEVEM, CAST, CIPEC, entre otras), no han sido lo suficientemente utilizadas para apoyar la conformación de las capacidades de innovación del sector.

El interés por adquirir nueva tecnología está lejos de ser una prioridad por parte del empresariado nacional del calzado. Desde hace muchos años se utiliza lo que se tiene o se pide apoyo externo para poner en marcha el aprendizaje de nuevas ideas (CICEG, 2006, p. 575, citado por Iglesias, 2014:302).

Con todo, valga la pena considerar lo siguiente: lo que antes se consideraba como la *capital mundial del cuero y del calzado*, solo lo fue por un pequeño periodo de tiempo, ahora “el deterioro de su industria se hace cada vez más evidente y (...) se considera una industria poco innovadora y competitiva a nivel internacional (Iglesias y Rocha, 2008).

2.2.3 Competitividad

Como se ha comentado en los párrafos anteriores, la apertura comercial y la falta de innovación son dos determinantes de la capacidad exportadora del sector calzado; un tercer factor viene ahora a sumarse: la falta de competitividad⁹.

En el apartado del nivel macroeconómico, se citó a Bobadilla *et. al.* (2013) Quien destaca que la mercadotecnia puede ayudar a tener ventajas competitivas pues permite a una empresa diferenciarse y enfocarse en nichos de mercado; genera valor al cliente y por ende lealtad de este, teniendo así un encadenamiento, debido a que si existen más clientes para una empresa, esta podrá invertir más en innovación y en la creación de nuevos productos y servicios permitiendo tener una ventaja competitiva.

Otro autor, Villarreal se adentra en el funcionamiento productivo del negocio

La empresa al definir su estrategia competitiva debe identificar en sus procesos los generadores de costos y valor. (...) identificar la cadena de valor y encaminar todas las acciones necesarias para su fortalecimiento, a través de la logística integral. La principal limitante que tiene el sector para invertir en sus procesos logísticos, tecnología e innovación es la propia estructura de las empresas (85% son micro, pequeña y mediana empresa). Son pocas las pequeñas y medianas empresas que invierten en su logística integral, tecnología e innovación dado que la consideran como una inversión muy costosa en relación al esquema de ingresos (...). Las empresas grandes son las que invierten en tecnología y desarrollo de producto con la finalidad de posicionarse en los mercados. Las empresas locomotoras son las que van a la cabeza de la industria, marcando una ruta clara en la exportación, la comercialización y el encadenamiento con otras empresas de forma asociada (Villarreal, 2012: 196).

La competitividad en Guanajuato ha tenido limitantes, tan solo para poder abastecer los mercados internacionales se tienen que hacer estudios sobre estos, además de contar con la integración de la cadena productiva. Esta condicionante ha sido estudiada por diversos autores

⁹ Este término hace referencia a que "la ventaja competitiva proviene fundamentalmente del valor que una empresa logra crear para sus clientes (Porter, 1987: 2).

Para poder lograr empresas competitivas (...) los esfuerzos individuales de cada Pyme del sector no serán suficientes; serán necesarias las alianzas para avanzar en el desarrollo tecnológico e investigación de nuevos productos. Ante una mayor apertura y competencia, es necesario invertir en el desarrollo de productos orientados a la moda (Villarreal, 2012: 197).

Parece ser que la estrategia debe dirigirse a la colaboración interempresarial, nivel mesoeconómico, y a la creación de nuevos rumbos de moda, y no su copia, como con ello podrá ser un poco más imponente la marca México frente a otros países. Además la globalización exige mayores niveles de competitividad, precio, calidad y servicio, cuestiones que no son siempre fáciles de cumplir, sobre todo cuando desde antes de la apertura comercial, México no contaba con altos niveles de competitividad.

La falta de competitividad de la Industria Mexicana del Calzado se relaciona principalmente con la protección de la industria nacional; durante los últimos 13 años, los empresarios mexicanos no han desarrollado habilidades gerenciales para crear y desarrollar planeación estratégica, desarrollo de estrategias de mercado a largo plazo o desarrollo de recursos humanos para mejorar la calidad y la productividad, e implementar nuevos sistemas de organización. Además de eso, solo unas cuantas fábricas mexicanas de calzado entienden la necesidad de modernizarse y de especializarse (Alfaro, 2007: 86).

Del análisis del marco teórico planteado anteriormente podemos deducir algunas conclusiones:

1. El nivel de exportaciones de un país estará condicionado por su grado de desarrollo tecnológico (si se encuentra diseminado o no entre los distintos sectores), del nivel de competencia o concentración (monopólica) de su estructura industrial y de la propiedad de las empresas exportadoras (nacionales o extranjeras transnacionales).
2. La elevada integración de los procesos productivos entre México y EUA, especialmente en la producción maquiladora, ha provocado que las fluctuaciones en el ingreso y en la producción industrial de aquel país afecten la demanda de exportaciones mexicanas y que éstas, a su vez,

influyan en el ciclo económico mexicano; aunque este planteamiento no es general, pues solamente se efectúa en algunas actividades manufactureras, sobre todo en las que se caracterizan por una importante presencia de empresas transnacionales (Mejía, Gutiérrez y Pérez, 2006).

3. El comportamiento cíclico de la economía mexicana, en relación con la de EUA, está dado por los menores márgenes de maniobra de la política económica mexicana dada su mayor dependencia de la economía de aquél país.
4. Una economía sana no requiere, necesariamente, encontrarse en una situación de total apertura, ya que su mercado interno representa el espacio de atención esencial que requiere fortalecerse y, de ser posible, protegerse para poder suministrar productos de calidad a la población y a bajo costo.
5. Como las importaciones manufactureras son mayores al Producto Interno Bruto manufacturero, esta situación conduce al problema de la desindustrialización. De esta manera, al no tener una economía interna sólida, no se podrá tener una ventaja competitiva con los demás países.
6. A nivel meso económico, es interesante observar las limitantes de las empresas, esencialmente del calzado, para poder desarrollar estrategias inter-empresariales comunes para poder, desde las alianzas, competir internacionalmente, en un contexto donde por muchos años fueron extraordinariamente protegidas.
7. En el nivel microeconómico resalta la importancia de la falta de organización intraempresa, la falta de diseño de productos y la nula estrategia de mercadotecnia para posicionar los productos. Si a estos elementos se añade la absoluta inexistencia de inversión en materia de investigación y desarrollo el panorama para las empresas leonesas de calzado se torna desolador.

CAPÍTULO 3. LA INDUSTRIA DEL CALZADO

Capítulo 3. LA INDUSTRIA DEL CALZADO

Resumen

A fin de contextualizar a los determinantes del proceso cíclico de las exportaciones de calzado este capítulo integra, desde un punto de vista deductivo, el contexto mundial de la industria del calzado donde se analiza a los principales países productores, exportadores, consumidores, así como a una variable clave: los precios promedio en el mercado. A partir de aquí, el estudio se dirige hacia la industria del calzado en México y especialmente en Guanajuato: los temas relevantes son la reacción de la industria del calzado ante la crisis mundial de 2007-2008, la producción y el ciclo económico en el país, las principales empresas productoras de calzado, el empleo y la IED en el sector.

3.1 El contexto mundial de la industria del calzado

Una tendencia importante de la industria manufacturera a nivel mundial es la deslocalización o dispersión de la cadena productiva del cuero y sus manufacturas: se presenta un alto grado de internacionalización de su producción. En los diversos eslabones productivos de la industria del calzado intervienen aspectos como la disponibilidad en la materia prima, los costos de mano de obra, las leyes medioambientales, innovación tecnológica, especialización de la producción, y la investigación y desarrollo (I+D) de diseños.

Estos elementos incidieron circunstancialmente en la redistribución geográfica de la industria en los últimos treinta años, desplazándose fundamentalmente hacia las economías semi industrializadas o en desarrollo, que en general tiene menores costos laborales.

La industria mostró una relocalización de las plantas productoras a partir de la mitad del siglo pasado, desde los países desarrollados hacia, China, Corea, Hong Kong, Indonesia, Taiwán y Brasil.

La mano de obra en estos países se ha enfocado en la producción de calzado deportivo y de consumo masivo. Los factores que han propiciado este fenómeno fueron el bajo costo de la mano de obra y la estabilidad económica de sus economías.

Esta misma fase llevó a que la producción de calzado en países como España, Francia, Italia y Portugal se haya enfocado en la fabricación de productos con un alto grado de diferenciación en cuanto a marcas, diseño y materiales, factores que se han conjuntado para convertirlos en los principales países en cuanto a diseño y tecnología empleada para la producción de calzado.

El comercio y la producción mundial de este producto se encuentran bajo la abrumadora conducción de firmas multinacionales, propietarias de las marcas deportivas más reconocidas. Estas empresas multinacionales han dirigido el rumbo del calzado con marcas como *NIKE*, *PUMA*, *ADIDAS*, o *REEBOOK*, multinacionales que son las principales importadoras de calzado en México.

3.1.1 Países productores

De acuerdo a Satra¹⁰ en el año 2000 se produjeron 10.8 billones de pares en el mundo, dentro de los cuales el principal productor de calzado era China con una participación del 59%, seguido de la India con un 7%, Brasil e Indonesia ambos con un 5%, Italia con 4% y México con 3% de la producción mundial. Para 2012 se observa un cambio significativo: tomando como base de información a *World Footwear* se produjeron el doble de pares de calzado, es decir, alrededor de 21 billones de pares: el continente Asiático es el principal productor de calzado, con un 87% del total producido a nivel mundial, en este continente se encuentran 6 de los 7 países productores principales de calzado del mundo.

¹⁰ SATRA es una organización de investigación y de pruebas independiente establecida en 1919. Cuenta con instalaciones técnicas en el Reino Unido y China que atienden a clientes en todo el mundo. SATRA se considera una autoridad técnica líder para el calzado y el cuero.

Cuadro 3
Producción de calzado mundial
(millones de pares)

	País	2000	País	2003	País	2010	País	2011	País	2012
1	China	6,442	China	7800	China	12,597	China	12,887	China	13,300
2	India	715	India	780	India	2,060	India	2,209	India	2,194
3	Brasil	580	Brasil	665	Brasil	894	Brasil	819	Brasil	864
4	Indonesia	499	Indonesia	511	Vietnam	760	Vietnam	804	Vietnam	681
5	Italia	390	Vietnam	417	Indonesia	658	Indonesia	700	Indonesia	667
6	Vietnam	303	Italia	303	Paquistán	292	Pakistán	298	Paquistán	358
7	México	285	Tailandia	268	Tailandia	245	Bangladesh	276	Bangladesh	285
8	Tailandia	267	Paquistán	250	México	244	México	253	Turquía	257
9	Paquistán	241	Turquía	218	Italia	203	Tailandia	244	México	244
10	Turquía	219	México	192	Turquía	174	Italia	207	Italia	199

Fuente: Elaboración propia con datos de: Satra 2000 y Year Footwear años 2011, 2012 y 2013.

En el año 2012, China detenta el 1er lugar mundial en la producción de calzado, posición que mantiene desde el año 2000; seguido por la India con una participación de 10% del total producido a nivel internacional, en el tercer sitio se encuentra Brasil con una participación del 4% (tres de los cuatro países que integran el grupo de los BRIC's). La variación porcentual de los principales productores de calzado ha sido importante, pues tan solo China, entre los años 2003 y 2012 tuvo un crecimiento en su producción del 70.5%, nada comparado con la India que tuvo más del doble de crecimiento de China, siendo una variación porcentual de 181.3%, y Brasil que reflejó en esos años un 30% de crecimiento porcentual. Sin embargo el acrecentamiento constante de la India apenas alcanza el 16.5% del volumen total producido por China.

Para el año 2014, la producción mundial de calzado fue de 24.3 billones de pares, con un crecimiento del 8% respecto del año anterior. Gran parte de esta producción se debe al continente asiático que participa en ese año con un 88% del total de la producción, seguido de Sudamérica con un 5%, Europa y África con un 3%, respectivamente, y Norteamérica con un 2%.

La producción del calzado mexicano tuvo variaciones importantes: entre los años 2000 y 2003, México paso de ser el séptimo productor mundial con 283 millones de pares, al décimo con 192 millones, desplazado por Tailandia, Pakistán y Turquía. También es relevante observar el desplazamiento de Italia que pasó del quinto al décimo lugar. Para los años 2010 y 2011, México sube dos puestos con

244 y 253 millones, respectivamente, y rebasar a Italia y a Turquía, y en el año 2012 desciende un puesto, al producir 244 millones de pares, ocupando este espacio por este último país.

3.1.2 Países exportadores

Hoy en día las exportaciones cobran mayor importancia mundial y para las empresas se ha vuelto una condición *sine qua non* para la toma de decisiones: son vistas como una necesidad para su supervivencia, crecimiento y rentabilidad en el largo plazo.

El control de las exportaciones ha sido en gran medida del continente Asiático ya que representa más del 80% del total. Para el año 2011, el precio promedio de sus exportaciones es de 3.87 dólares en promedio, mientras que para el año 2014 ascendió 0.57 dólares para ubicarse en los 4.44 dólares con una variación del 14.7%. El país que redujo en mayor medida su precio de exportación fueron los Países bajos con un 2.7%. El comportamiento de los principales países exportadores cambió, de ser Italia el segundo país exportador en el 2010 paso a ser el tercero para en el año 2014, aunque para esos años ese país incremento sus precios en 12.4%.

El continente asiático es sin duda el principal exportador con el 85% de las ventas mundiales, seguido de Europa con el 11% y África, Norteamérica y Sudamérica tienen en un 1% de participación en el total, cada uno.

Tan solo para el año 2014 el número de pares exportados excede los 16 billones, valuados en aproximadamente 133 billones de dólares, el monto más alto alcanzado a la fecha.

Es pertinente señalar que muchas de las empresas piensan que para poder exportar es necesario tener un precio competitivo, pero en el caso de Italia, Portugal y otros países exportan a un precio elevado en comparación al de otros. En este sentido, se puede observar que las exportaciones de calzado están en función de la calidad, la logística y la identificación del mercado, para así darle una

mayor rentabilidad para quien exporta. Evidentemente, todo esto dependiendo del enfoque que se dé al tipo de calzado.

En síntesis, y siguiendo las cifras de la *World Footwear*, la exportación de calzado ha tenido incrementos en los últimos 4 años, ya que se han obtenido récords de exportación proveniente esencialmente de los países de los BRIC´s y de algunas otras economías asiáticas y latinoamericanas, mientras la economía de los países desarrollados (EUA y Europa Occidental) sigue estancada.

Cuadro 4

Evolución en las exportaciones mundiales de calzado

Millones (de dólares y pares)

	País	Año 2010 (dólares)	País	Año 2011 (dólares)	Precio promedio (dólares)	País	Año 2013 (dólares)	Precio de promedio (dólares)	País	Año 2014 (dólares)	Precio de promedio (dólares)
1	China	33 665	China	39 374	3.87	China	48 1745	4.45	China	53 837	4.44
2	Italia	8 755	Italia	10 376	45.32	Italia	10 722	48.78	Vietnam	12 200	16.09
3	Hong Kong	5 244	Hong Kong	5 317	14.70	Vietnam	10 030	15.44	Italia	11 138	50.92
4	Vietnam	4 224	Vietnam	5 123	16.20	Hong Kong	4 848	15.46	Bélgica	5 566	24.50
5	Bélgica	3 717	Alemania	4 392	22.66	Bélgica	4 688	23.89	Alemania	5 166	22.62
6	Alemania	3 444	Bélgica	4 172	20.16	Alemania	4 446	23.73	Indonesia	4 761	20.88
7	Indonesia	3 002	Indonesia	3 227	15.65	Indonesia	3 755	21.12	Hong Kong	4 014	16.65
8	Países Bajos	2 464	Países Bajos	2 933	20.55	Países Bajos	3 201	20.51	España	3 540	22.03
9	España	2 411	España	2 870	22.04	España	3036	21.70	Países bajos	3 295	19.99
10	Francia	1 970	Francia	2 409	30.18	Francia	2 717	30.78	Francia	3 095	31.74

Fuente: Elaboración propia con datos de Satra 2000 y Year Footwear 2011, 2012 y 2013.

3.1.3 Países consumidores

Como puede apreciarse en el Cuadro 5, para el año 2000, China es el principal consumidor de calzado, con 2,579 millones de pares; seguido de EUA con 1,794 millones, y la India con 664 millones. México poseía el undécimo lugar con 216 millones de pares.

Cuadro 5
Evolución de consumo
(millones de pares)

Posición	País	2000	2003	País	2010	País	2011	País	2012
1	China	2,579	2782	China	2,700	China	2,761	China	3,279
2	EUA	1794	2007	USA	2,335	USA	2,248	India	2,260
3	India	664	714	India	2,034	India	2,202	USA	2,237
4	Japón	558	600	Brasil	780	Brasil.	740	Brasil	787
5	Brasil	426	481	Japón	693	Japón	697	Japón	690
6	Indonesia	303	360	Indonesia	627	Indonesia	526	Indonesia	532
7	Alemania	324	333	R. Unido	504	Alemania	429	R. Unido	459
8	R. Unido	278	332	España	427	Francia	424	Rusia	428
9	Francia	330	323	Francia	415	R. Unido	372	Alemania	389
10	Italia	224	275	Alemania	385	Italia	336	Francia	371
11	México	216	185	-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia con datos de: Satra y CIC 2000; Year Footwear 2011, 2012 y 2013.

En el año 2012, con base en la misma fuente de *World Footwear*, el continente asiático consumió el 50% de la producción mundial, impulsado principalmente por dos países, China e India, este último desplazó a los EUA, que en conjunto consumen 5,539 millones de pares, lo que representa un 29.2% del total mundial. El país que les sigue son los EUA con un 11.8% del total mundial y 2,237 millones de pares.

Entre los años 2000 y 2012 el consumo chino presentó una variación porcentual del 27.1%, el de USA del 24.7%, y el de la India de 240%, la más significativa en comparación con cualquier otro país, desplazando incluso a USA en el último año. Brasil también registró un incremento del 85% en el período lo

que permitió que pasara de ocupar el quinto puesto en el año 2000, al cuarto en el 2012, desplazando incluso a Japón.

En el caso de México, en el año 2000 consumía 216 millones de pares, y ocupaba el décimo primer lugar, mientras que para el año 2013 se localiza en el puesto décimo segundo con un consumo *per-cápita* de 2.7 pares al año.

3.1.4 Países importadores

Como se observa en el Cuadro 6, entre los años 2010 y 2014 el comportamiento de los principales países importadores de calzado registró cambios significativos: lo primero que se observa es que China no aparece como importador; son los EUA el principal importador, seguido de Japón y en 2014 de Alemania, y el papel de Reino Unido oscila entre el tercer y cuarto lugar como importador.

Entre los años 2000 y 2013 la importación de calzado de EUA cayó en 1.96% del total, Japón también presenta un decremento de 3.5%, pero es interesante resaltar que solo algunos países son los que tienen un incremento en las importaciones de calzado en estos años tales países son: Reino Unido con 5.6%, Alemania 7.0%, Francia 1.3% y Países Bajos 3.9% estos son los principales países con efectos negativos en las importaciones de calzado.

Cuadro 6.
Principales países importadores de calzado en el mundo

	Año 2010		Año 2011		Año 2012	Año 2013		Año 2014		
	País	Pares	País	Pares		País	Pares	País	Pares	
1	USA	2 384	USA	2302	USA	2 292	USA	2338	USA	2350
2	Japón	620	Japón	619	Japón	678	Japón	599	Reino Unido	679
3	Reino Unido	553	Alemania	593	Reino Unido	574	Reino Unido	586	Alemania	633
4	Alemania	527	Francia	480	Alemania	540	Alemania	567	Japón	590
5	Hong Kong	484	Reino Unido	455	Francia	435	Francia	465	Francia	509
6	Francia	459	Hong Kong	425	n.d	n.d	Hong Kong	383	Italia	334

7	España	444	Italia	358	n.d	n.d	Rusia	334	Hong Kong	323
8	Italia	356	España	354	n.d	n.d	España	327	Rusia	311
9	Rusia	336	Rusia	256	n.d	n.d	Italia	303	n.d	n.d
10	Países Bajos	243	Países Bajos	245	n.d	n.d	Países Bajos	253	n.d	n.d

Fuente: Elaboración propia con datos de World Footwear 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014.

Concretamente EUA es el principal país importador de calzado con un promedio de 7.1 pares per-cápita.

Para el año 2012 el continente con mayor participación en la importación de calzado fue Europa con un 34%, Asia con un 24.6%, le sigue Norte América con un 24.1%, Sub América 12.2%, África 3.5% y Oceanía con 1.5%; mientras que el continente con el precio de importación más alto es Europa con 12.85 dólares promedio, Norte América con 10.51 dólares y Oceanía con 10.32. El precio más bajo se localiza en Sub América con 2.24 dólares promedio.

3.1.5 Precios promedio de exportación

El precio es un factor importante para el consumo de calzado, sin embargo, no es el único elemento considerado por los consumidores. Como hemos visto, influyen en la adquisición la calidad, el diseño y la mercadotecnia, entre otros factores. El precio es de vital importancia para los compradores, ya que de su nivel dependerá la capacidad para satisfacer esas necesidades y deseos.



Fuente: 1 Elaboración propia con datos de World Footwear 2010,2011, 2012, 2013, 2014 y 2015.

En la industria del calzado a nivel internacional los precios son oscilantes, ya que van desde los 4 dólares aproximadamente, en el caso de China; a los 49 dólares, en el caso de Italia; sin embargo, esta variable se ve involucrada con el diseño, el tipo de producto y sus materiales y otros factores como la capacidad productiva y su organización, el diseño y la mercadotecnia, así como los niveles de rentabilidad esperados por los productores.

En un mercado abierto, el precio es un referente esencial en un mercado de fuerte competencia entre los distintos tipos de productos.

Para el año 2014, se registró que el precio promedio de los principales países exportadores es muy desigual: el más alto lo posee Italia con 50.92 dólares, le sigue Portugal con 31.88 dólares y Francia con 31.74 dólares, que comparado con los precios de China de 4.44 dólares en promedio muestra una

diferencia de 46.48 dólares con respecto al primer país, 27.44 dólares con respecto al segundo y de 27.3 dólares en relación con el tercero. Es una diferencia abismal. Obviamente la calidad del zapato no es la misma y los mercados específicos a donde van dirigidos, tampoco.

Entre los años 2000 y 2014, los precios promedio de calzado tienen una variación del 41.2%: el año en el que se registró el incremento más alto en el precio de exportación es el año 2013 con un precio de 8.3 dólares: a partir del año 2006 se comenzó a observar su crecimiento hasta llegar en el año 2008 a los 7.31 dólares. Entre este año y el 2013 la variación es de 0.99 dólares que refleja en buena medida el estancamiento de la economía mundial de ese período por la crisis financiera de los *subprimes*.

Las repercusiones de la crisis financiera comenzaron a manifestarse de manera extremadamente grave a principios de 2008, pues muchas de las empresas estadounidenses trasladaron la fabricación de sus productos a países extranjeros debido, entre otros factores, a la mano de obra barata, lo que generó un alto porcentaje de desempleo y caída de los ingresos de sus habitantes, a la vez que los aumentos significativos en los precios del petróleo y los alimentos disminuyeron los salarios reales.

En el caso particular de países como México, vinculados fuertemente con la economía norteamericana, tuvo efectos en los niveles de exportación, ya que las importaciones de EUA disminuyeron afectando a sus socios comerciales, pues este país es de los principales importadores de calzado. Este aspecto afectó negativamente a la industria del calzado mexicano: para esos años más del 80% de las exportaciones se dirigen hacia nuestro principal socio comercial. La pobre dinámica económica de EUA y de los países de la Comunidad Económica Europea desestimuló las exportaciones mexicanas de calzado.

En conclusión podemos decir que el comportamiento de la industria del calzado en el mundo lo conducen los países en desarrollo, principalmente del continente Asiático, como China que ha demostrado tener un gran potencial de crecimiento, el volumen de producción de este país arrebató en gran medida a los demás su capacidad de producción, tres de los países que pertenecen a los BRIC'S son los principales productores de calzado.

También se registró que entre los años 2000 y 2012 se duplicó la producción mundial y donde México sigue siendo uno de los principales productores de calzado, aunque su participación ha disminuido en diversas ocasiones y su comportamiento no es el de otros países emergentes, sobre todo los integrantes del grupo de los BRIC'S que van en ritmo ascendente.

3.2. La industria del calzado: México y Guanajuato

3.2.1 Reacción de la industria ante la crisis mundial de 2007 – 2008

En el 2008, la crisis mundial hizo que todos los mercados se vieran afectados de una manera encadenada, y repercutió en los niveles de exportación, al disminuirlos provocando así la contracción en la producción con severos daños en la economía de México y el mundo. En el caso del municipio de León, el calzado no fue la excepción ya que de acuerdo a la información de INEGI en ese año se registró una disminución significativa de las exportaciones.

En los últimos años la industria del calzado ha venido perdiendo presencia en el mercado mundial debido a su pobre reacción a la velocidad de cambio que el mercado le imprime, lo cual involucra la competencia que se requiere y sus elementos soporte como la calidad, el precio y el diseño de los productos. A estos fenómenos habría que añadir que el cúmulo de micro y pequeñas empresas que interactúan en el estado de Guanajuato no cuentan con los alcances de las grandes empresas mundiales, aunque también existen estas empresas se han

quedado estancadas por la pobreza de modelos de negocio, que les funcionaba anteriormente, y que en la actualidad difícilmente tienen cabida por los agresivos rasgos de la globalización.

Para que una reforma al comercio resulte más o menos exitosa depende de muchos factores. En muchos casos, y de distintas formas, la liberalización del comercio constituye en un requisito previo o un complemento a otro tipo de reformas, lo que facilita su éxito. La apertura proporciona importantes cauces de retroalimentación sobre el efecto de las diversas medidas de política en la productividad y el crecimiento. Por ejemplo, la abierta competencia con empresas extranjeras puede poner de manifiesto la existencia de políticas industriales ineficientes. El comercio incrementa *el producto marginal de otras reformas*, en el sentido de que la existencia de una infraestructura más adecuada y una red de teléfonos, carreteras y puertos de mejor calidad se traducen en un mejor desempeño del sector de exportaciones. Además, aunque de manera menos visible, también aumenta la productividad en el caso de los bienes de producción nacional. La liberalización del comercio puede modificar la dinámica de la reforma política, al crear grupos favorables a la aplicación de nuevas reformas.

3.2.2 Producción y ciclo económico del calzado

La industria del calzado ha sido objeto de cambios significativos, sin embargo sigue siendo una actividad económica importante para el estado de Guanajuato, aunque estados como Jalisco y el Estado de México también son significativos productores de este sector. De acuerdo con cifras de INEGI, para el año 2009 la producción nacional de calzado se concentraba principalmente en 8 municipios:

- León, Guanajuato aportó el 57.8% del valor total de la producción
- Guadalajara, Jalisco con 10%
- San Francisco del Rincón, Guanajuato 6.7%
- Purísima del Rincón, Guanajuato 3.9%
- Zapopan, Jalisco 3.1%

- Iztapalapa, Distrito Federal 1.4%
- Toluca, Estado de México 1.3 y
- San Mateo Atenco, Estado de México 1.2%

En estos ocho municipios se concentró el 85.4% de la producción total de calzado del país y, como se puede percibir tres son del estado: de la producción total de estos municipios, el 68.4% se produce en Guanajuato, es decir este estado es el principal productor de calzado a nivel nacional. Por tanto, y sin posibilidad de equívocos, la industria del calzado es un motor económico en el estado de Guanajuato.

Para el año 2014, de acuerdo con cifras de Ciceg, el sector calzado tiene una participación en el PIB Nacional del 11.6%, y el municipio de León es el que posee una mayor participación con el 53.3% en el total nacional; sin embargo, de acuerdo a estas cifras y a las de INEGI (censo económico 2009) la industria del calzado en León registró un ritmo negativo de crecimiento del 4.5% en 2014, con respecto al año anterior.

3.2.2.1 Producción de calzado nacional

Si se observa el Cuadro 6 la participación de la industria del calzado en el PIB total es insignificante y está perdiendo peso en la producción del país: está dejando de tener el peso que tenía en la década de los ochenta.

Cuadro 7
Participación de la Industria del calzado en el PIB total
y manufacturero

Año	% PIB total	% PIB manufacturero
2007	0.11%	0.66%
2008	0.11%	0.64%
2009	0.11%	0.68%
2010	0.11%	0.67%
2011	0.10%	0.63%
2012	0.10%	0.62%
2013	0.10%	0.63%
2014	0.09%	n.d
2015	0.09%	n.d

Fuente: Elaboración propia con datos de Secretaría de Economía Industria del calzado mexicano 2014 y 2015, Ciceg.

Esta tendencia se encuentra relacionada con el comportamiento de la mayoría de las actividades manufactureras, que fueron perdiendo relevancia salvo en sectores estratégicos controlados por las empresas transnacionales como el automotriz y el electrónico. Como se observa la participación del sector calzado en el sector manufacturero disminuye a partir de la crisis del año 2007 hasta alcanzar su peor nivel en 2012 y subir ligeramente en el año 2013.

En el Cuadro 8 se puede observar la evolución en la producción del calzado en México. De acuerdo con estos datos entre 1985 y 1988 se registró un ritmo promedio anual de 2.5%. Un año después, en el año 1989 se tuvo una fuerte caída del 18.4% como resultado de la apertura comercial. El promedio de crecimiento para todo el período de 1985 a 2015 fue apenas del 0.8%, menos de un punto porcentual por año lo cual es grave

Cuadro 8.
Producción nacional de calzado
México 1974-2015

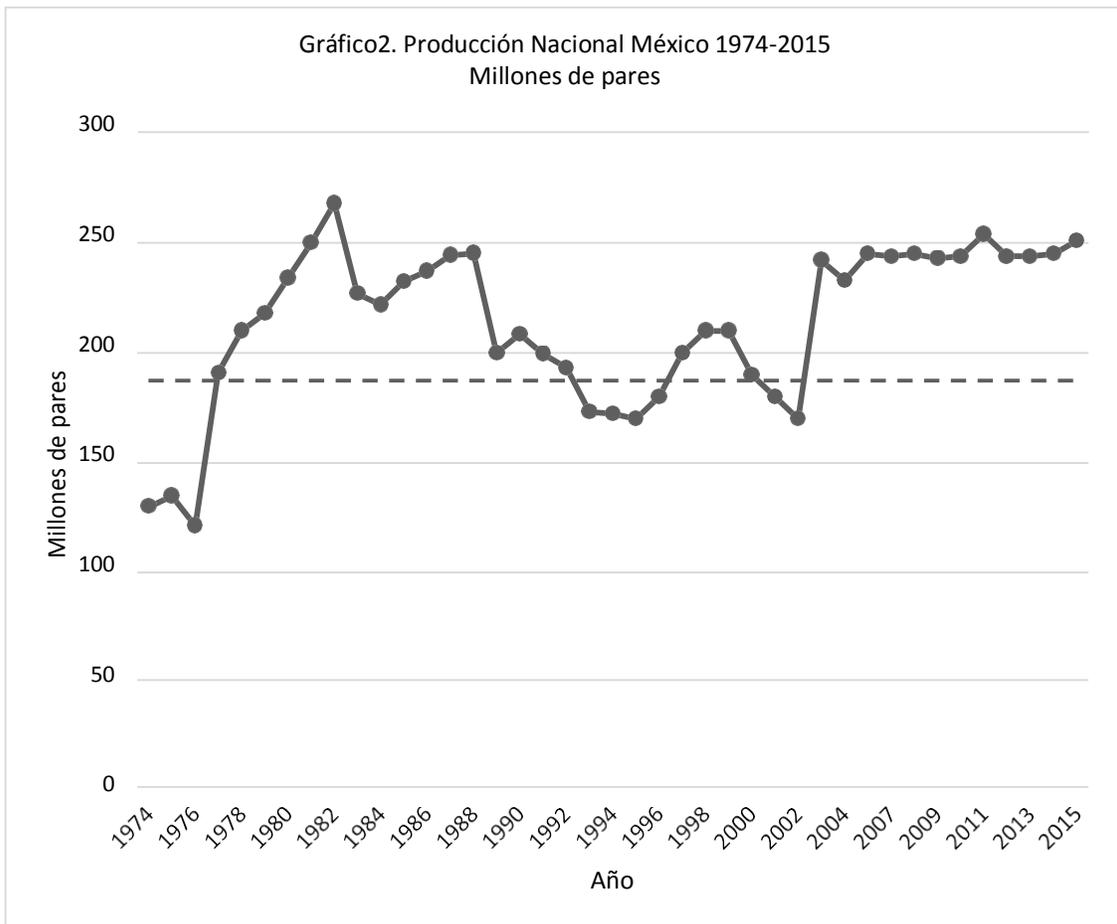
Año	Millones de pares	Variación %
1974	130	n.d
1975	135	3.8
1976	121.5	-10.0
1977	191	57.2
1978	210	9.9
1979	218	3.8
1980	234	7.3
1981	250	6.8
1982	268	7.2
1983	227	-15.3
1984	222	-2.2
1985	232.6	4.8
1986	237.2	2.0
1987	244.4	3.0
1988	245.2	0.3
1989	200	-18.4
1990	208.5	4.3
1991	199.6	-4.3
1992	193.3	-3.2
1993	173.3	-10.3
1994	172.4	-0.5
1995	170	-1.4
1996	180	5.9
1997	200	11.1

1998	210	5.0
1999	210	0.0
2000	190	-9.5
2001	180	-5.3
2002	170	-5.6
2003	242	42.4
2004	233	-3.7
2005	245	5.2
2007	244	-0.4
2008	245	0.4
2009	243	-0.8
2010	244	0.4
2011	254	4.1
2012	244	-3.9
2013	244	0.0
2014	245	0.4
2015	251	2.4

Fuentes: Capacidades competitivas en la industria del calzado en León, Adriana M. 2006; Situación de la industria del calzado en México, *Ciccg*, 2010; Datos del sector calzado en México 2013, *Prospecta*; Industria del calzado mexicano 2014 y 2015, *Ciccg*; Yearbook Footwear 2012 y 2013, World Footwear, e Información del sector, IPLANEG.

Si ampliamos el horizonte del pasado, el crecimiento que tuvo la industria del calzado desde 1974 a 2015 fue de tan solo 2.3 % crecimiento

La producción de calzado muestra un comportamiento cíclico, con momentos de auge significativo en los años 1997, 2003, 2005 y 2011, y momentos de crisis destacada en los años 1989, 1993, 2000 y 2012. Cabe destacar que después del año de 1976 no se tenía una caída tan fuerte de la producción hasta el año 2004.



Fuente: 2 Capacidades competitivas en la industria del calzado en León, Adriana M. 2006, Situación de la industria del calzado en México, Ciceg, 2010. Datos del sector calzado en México 2013, Prospecta, Industria del calzado mexicano 2014 y 2015,

3.2.3 Principales empresas productoras de calzado

Las unidades económicas de la industria del calzado en el estado de Guanajuato, de acuerdo con datos de INEGI, han tenido en 10 años una variación porcentual del 90.2%, mientras que el incremento de la unidades económicas de calzado en México fue del 65%. Para el período 2004 - 2009 el aumento fue de 46.6%, y el de los años 2009 – 2014 el aumento fue del 29.8%.

Cuadro 9.
Unidades económicas en la industria del calzado

Año	Unidades económicas de calzado Gto	Variación %	Unidades económicas de calzado nacional	Variación %
2004	2,061		4,911	
2009	3,021	46.58	7,398	50.6
2014	3,920	29.76	8,104	9.5

Fuente: Elaboración propia con datos de Censos económicos 2004, 2009 y 2014, *Inegi*.

De entre los municipio integrantes de la zona metropolitana de León (ZML) San Francisco del Rincón, Purísima del Rincón, Silao y León, de acuerdo con datos de INEGI se tiene que del 2004 al 2014 el municipio que tuvo un fuerte aumento en sus unidades económicas fue Purísima, ya que crecieron en 367.6%, al pasar de 68 unidades en la fabricación de calzado en 2004, a 318 en 2014; le sigue el municipio de San Francisco del Rincón con un incremento del 148.2%, pasando de 284 unidades en 2004, a 705 unidades de calzado, y para el municipio de León el aumento de las unidades económicas fue de 69.6%.

3.2.3.1 Tipos de empresas productoras

El análisis de número de empresas en un sector puede arrojar importantes datos de su comportamiento, pero si a esto se viene a sumar el tamaño¹¹ de las empresas resulta más aleccionador. El Cuadro 10 permite observar la evolución de las empresas: las micro han venido creciendo, mientras que las pequeñas y medianas disminuyeron, y las grandes se mantienen. Tan sólo en el período del

¹¹ Según INEGI, 2014 los criterios de estratificación de empresas son: micros, de 0 a 10 empleados; pequeñas de 11 a 50, medianas de 51 a 250 y grandes más de 250.

2004 al 2009 el incremento del porcentaje de microempresas fue del 13.8%, y en los diez años fue del 25.9%, nada comparado con el número de las demás unidades económicas.

Cuadro 10.
Tamaño de empresas de calzado Guanajuato
(%) Porcentaje

Año	Micros	Pequeñas	Medianas	Grandes
2004	58	31	9	0
2009	66	25	7	1
2014*	73	21	5	1

Fuente: Elaboración propia con base en datos de INEGI de los Censos Económicos 2004, 2009 y 2014 y de Denuc.

En las pequeñas unidades económicas de calzado, la transición en el período 2004-2014 fue negativa en 32.3% y en las medianas en 44.4%. Las grandes empresas no tenían gran relevancia ¹² de acuerdo a Inegi en el 2004 y para el 2014 si se cuenta con el 1% del total.

Cuadro 11.
Establecimientos de calzado y de la
industria manufacturera

Año	industria de calzado	industria manufacturera	(%)
2007	307	180,387	0.17
2008	302	192,303	0.16
2009	292	206,451	0.14
2010	280	205,943	0.14
2011	273	204,644	0.13
2012	265	205,435	0.13
2013	253	205,586	0.12
2014	237	205,044	0.12

Fuente: INEGI. Encuesta mensual de la industria manufacturera; Calzavance y Ciceg "Situación de la industria del calzado en México."

¹² De acuerdo a Inegi en el 2004 se cuenta con una nula participación de las grandes empresas en las unidades económicas. Cabe hacer mención que Inegi cuenta con la ley de confidencialidad la cual no puede proporcionar cierta información sobre los detalles de las mismas.

3.2.4 Personal ocupado

El personal ocupado es en gran medida un motor económico de desarrollo: el comportamiento de este factor en el Estado de Guanajuato se ha incrementado en mayor medida que en la industria del calzado a nivel nacional: mientras en el estado su incremento fue del orden del 24% entre los años de 2004 y 2009 ; a nivel nacional su ritmo fue 4 puntos porcentuales menor con el 20%, y en el lapso que va del año 2009 al 2014 en el estado de Guanajuato su ritmo de crecimiento fue menor que el nacional: 4% contra 13%, respectivamente. Entonces la crisis y la apertura del sector afectaron más al Estado de Guanajuato que al país en el periodo poscrisis.

Cuadro 12.
Personal ocupado en la industria del calzado en México y Guanajuato

Año	Personal ocupado en Fabricación de Calzado en Guanajuato	Variación %	Personal ocupado en fabricación de calzado Nacional	Variación %	Participación del empleo de Guanajuato en el total nacional
2004	58,603		93,733		62.5
2009	72,659	24	112,727	20	64.5
2014	87,362	20	120,373	7	72.6

Fuente: Elaboración propia con datos de Censos económicos de 2004, 2009 y 2014.

La participación de los empleados en la fabricación de calzado de Guanajuato en el empleo total de este sector a nivel nacional ha venido en aumento al pasar de 62.5% en 2004 a 64.5 en el año 2009 y hasta el 72.6% en el año 2014. Cada vez se encuentra más concentrado el empleo en los tres municipios productores de calzado en el Estado.

Como lo hemos indicado anteriormente, en Guanajuato los municipios con mayor participación en esta industria son León, San Francisco del Rincón y

Purísima del Rincón. El municipio que tuvo una mayor participación en el personal ocupado, ahora el año 2004, fue León con un 82.6%, le sigue San Francisco del Rincón con un 10.7% y al final Purísima con un 4.9%; para el año 2009 el personal ocupado en León baja a un 78.5%, San Francisco sube a 11.60% y Purísima sube a 6.12% en la participación de empleos. Esta tendencia continúa para el año 2014 el municipio de León sigue disminuyendo su participación en el empleo con el 76.5%, mientras que los municipios de San Francisco y Purísima del Rincón la aumentan con 12.2% y 7.86%, respectivamente. El aumento significativo lo tuvo Purísima del Rincón, entre los años de 2004 a 2014 el empleo creció en 139.3%, mientras en San Francisco del Rincón y León fue de 70.6% y 38.10%, respectivamente.

3.2.5 Inversión extranjera directa (IED)

La inversión extranjera directa ha tenido una dinámica muy particular en la economía mexicana. De acuerdo con datos de la Secretaría de Economía la inversión extranjera directa se ha incrementado en el periodo 2008 al 2015 ya que su crecimiento fue del 65.5% cifra que en mayor medida se concentran en el sector industrial, principalmente en el sector manufacturero.

Cuadro 13.
Inversión Extranjera Directa en México
Millones de dólares

Sector	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	18,589.30	11,417.50	17,725.90	19,439.80	12,659.40	35,188.40	22,568.40	28,382.30
Agropecuario	9	7.4	7.4	16.80	61.3	75.5	84.30	38.20
Extractivo	4,248.80	456.6	587	829.90	627.7	2,767.40	2,215.20	370.30
Manufactura	6,160.90	4,831.10	10,585.40	8,572.00	7,045.00	25,962.90	12,869.90	14,205.10
Electricidad y Agua	411.1	5.6	2	-218.80	128.1	207.6	601.10	553.00
Construcción	463.6	455.1	143.4	1,239.50	1,626.90	982.2	872.60	2,073.40
Comercio	1,728.00	1,186.30	2,513.80	1,853.40	2,526.90	1,709.10	1,954.30	2,550.20
Transporte y comunicación	774.3	50.8	88.6	252.90	237.6	727.1	399.50	1,243.20
Servicios Financieros	3,985.50	2,584.90	2,451.60	3,504.20	-2,723.20	-841	5,556.60	2,848.20
Otros servicios	808.1	1,839.70	1,346.70	3,389.9	3,129.1	3,597.6	-1,985.10	4,500.70

Fuente: Elaboración propia con datos de la secretaría de economía

Específicamente en el sector calzado, la IED ha tenido un comportamiento muy irregular. El cuadro 13 permite identificar que en el periodo 2000 a 2004 la inversión extranjera fue creciendo hasta alcanzar los 41.2 millones de dólares, para descender bruscamente en el año siguiente y volver a subir hasta los 50.6 millones en 2007.

A partir de este año se observa una caída en el nivel de inversión que llega a su mínimo en el año 2010. Con 2.8 millones de dólares. En el año siguiente sube, en 2011 desciende para lograr el máximo histórico del período en el año 2013 con 218.7 millones de dólares, para volver a caer en 2014. En todo el período ingresaron al país recursos por esta modalidad por un monto cercano a los 513 millones de dólares.

Cuadro 14.
Inversión Extranjera Directa en la industria del cuero y piel en México

Año	IED (Millones de dólares)
2000	11.6
2001	15.1
2002	21.8
2003	16.0
2004	41.2
2005	4.1
2006	19.4
2007	50.6
2008	33.4
2009	15.1
2010	2.8
2011	41.8
2012	11.1
2013	218.7
2014	-1.0
2015/Ene-Sep.	11.3
<u>Acumulado 2000-2015</u>	<u>512.8</u>

Fuente: Inegi, Banco de Información Económica.

Esta información sobre la IED apenas nos acerca a un análisis de las características de este tipo de inversión en el sector a raíz de la firma del TLCAN y de las medidas de apertura económica. Queda pendiente un estudio más preciso sobre si se trata de IED destinado a la creación de nuevas empresas o a la fusión o adquisición de las existentes. También nos puede brindar una aproximación a una variable central del comportamiento cíclico del sector y de las

exportaciones de calzado: la inversión, pero resulta insuficiente contar solamente con los datos de la IED, sobre todo considerando que la mayoría de las empresas que interactúan en esta actividad son micro, pequeñas y medianas.

En síntesis, de lo indicado en este capítulo se puede concluir que entre los factores que determinan las exportaciones se encuentra:

1. El precio, que es un factor importante para el consumo de calzado, sin embargo, no es el único elemento considerado por los consumidores. Como hemos visto, influyen en la adquisición la calidad, el diseño y la mercadotecnia, entre otros factores.
2. El ritmo de la producción y las exportaciones de la industria del calzado en el mundo lo conducen los países en desarrollo, principalmente del continente Asiático, como China que ha demostrado tener un gran potencial de crecimiento, el volumen de producción de este país arrebató en gran medida a los demás su capacidad de producción, tres de los países que pertenecen a los BRIC'S son los principales productores de calzado.
3. Entre los años 2000 y 2012 se duplicó la producción mundial y donde México sigue siendo uno de los principales productores de calzado, aunque su participación ha disminuido en diversas ocasiones y su comportamiento no es el de otros países emergentes, sobre todo los integrantes del grupo de los BRIC'S que van en ritmo ascendente.
4. La crisis de 2007- 2009 afectó a la actividad del calzado, pero en menor medida que a nivel nacional. Se observa una mayor concentración de la producción en el Estado de Guanajuato (en tres de sus municipios) que en el resto del nivel que alcanza una participación mayor al 70%.

5. El mayor número de empresas en el sector calzado en Guanajuato se encuentra en las micro (picas) y en menor medida en las pequeñas y medianas, mientras que el número de las empresas grandes es marginal. También son la micro y las pymes las que más empleo generan lo que las hace eficientes económicamente.
6. El comportamiento de la IED es interesante sobre todo a raíz de la firma del TLCAN y de las medidas de apertura. El conocimiento del destino de este tipo de inversión será central.
7. El papel de la inversión en las empresas exportadoras de calzado es otro asunto pendiente, ya que se carece de información detallada sobre este importante rubro. Su conocimiento nos puede brindar una aproximación a una variable central del comportamiento cíclico del sector y de las exportaciones de calzado.

**CAPÍTULO 4. . BALANZA COMERCIAL DEL CALZADO,
EXPORTACIONES Y EL PAPEL CLAVE DE LAS
IMPORTACIONES**

Capítulo 4. Balanza comercial del calzado, exportaciones y el papel clave de las importaciones

Resumen

Las exportaciones de calzado se encuentran influidas por su propia dinámica a nivel internacional, por las importaciones, por las políticas de apertura y desregulación aplicadas en la industria y por el papel de la innovación para generar productos altamente competitivos. En este capítulo se hace referencia a la evolución de las exportaciones de calzado, su destino a las principales empresas exportadoras y los tipos de calzado que son colocados en el exterior; además, se analiza uno de los determinantes de las factores determinantes de la producción y de las exportaciones de calzado: las importaciones, así como la balanza comercial de la industria.

4.1 Balanza comercial de calzado

En México en la mayoría de los años se tiene déficit comercial, pues de acuerdo a el cuadro siguiente se puede observar como para casi todos los años la balanza comercial de México se encuentra en déficit menos el año 2012 que se encuentra con un superávit mínimo, bueno pero eso no lo salva de tener un déficit mayor en el 2008.

Cuadro 24.
Balanza comercial de México con el mundo
Valores en miles de dólares

Año	Exportaciones	Importaciones	Comercio total	Balanza Comercial
2007	271,875,307	281,949,042	553,824,349	-10,073,735
2008	291,342,589	308,603,244	599,945,833	-17,260,655
2009	229,703,544	234,384,965	464,088,509	-4,681,421
2010	298,473,141	301,481,812	599,954,953	-3,008,671
2011	349,433,377	350,842,868	700,276,245	-1,409,491
2012	370,769,884	370,751,552	741,521,436	18,332
2013	380,015,047	381,210,166	761,225,213	-1,195,119
2014	397,128,650	399,977,203	797,105,853	-2,848,553
2015 /1	252,390,154	261,491,397	513,881,551	-9,101,243

Fuente: SAT, SE, BANXICO, INEGI. Balanza Comercial de Mercancías de México 1993 - 2015. SNIEG. Información de Interés Nacional

Nota 1: Las estadísticas están sujetas a cambio, en particular las más recientes

Nota 2: Las exportaciones de 1993 a 2001 la atribución de país sigue el criterio de país comprador. A partir de 2002 el criterio utilizado es el de país destino

/1 enero-agosto

La industria del calzado es sin duda una de las industrias que han sufrido bastante después de la entrada al GATT de China, esto claramente se ve reflejado en la balanza comercial pues las importaciones están creciendo exponencialmente a comparación con las exportaciones el ritmo de crecimiento que se están dando principalmente por China es impresionante, pues se puede observar en el siguiente gráfico, como las importaciones y las exportaciones en el año 2003 comenzaron a abrir brecha, manteniéndose en diversos años casi paralelas, pero se puede observar como a los años del 2013 se tuvo un mayor crecimiento de las importaciones a comparación a las exportaciones, pues se puede observar como tienen una tendencia a caer desde el 2014 y 2015.



Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

En esta situación la industria del calzado se ve que va a la baja caso que tiene muchas variables que en gran medida están relacionadas de acuerdo a nuestra hipótesis con la competitividad, innovación y apertura comercial, que en el

siguiente capítulo analizaremos para poder observar que es lo que le está pasando a esta industria en el estado de Guanajuato.

4.2 Exportaciones de calzado: evolución, destino, empresas exportadoras y tipo de calzado

4.2.1 Evolución de las exportaciones

Con el paso de los años se ha logrado tener una importante transformación en la industria del calzado, pues es fácil observar las implicaciones que ha tenido desde la apertura comercial en la cual se vio afectada tanto esta industria como todo el mercado mexicano. Ya que tuvo un cambio rotundo, pues, de ser proteccionista de la industrias nacional prohibiendo la entrada de productos extranjeros y aplicando altos aranceles. Se cambió a un modelo de apertura comercial en donde ahora las empresas mexicanas ya competían a nivel global, abriendo así nuevos campos para la inversión privada, la importación y teniendo tratados de libre comercio, iniciando con el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) donde estaría involucrado Canadá, Estados unidos y México entrando en vigor en 1994, dando así paso a la nueva tendencia de globalización.

México tan solo cuenta con una red de 11 tratados de libre comercio con 46 países, dando paso a un impresionante flujo comercial de importación y exportación. Además de inversión extranjera directa e indirecta.

En primera instancia analizaremos las diferentes vertientes de la exportación tanto en México en el total de bienes y servicios, la exportación manufacturera, la exportación de calzado y para el estado de Guanajuato la exportación manufacturera y la exportación de calzado.

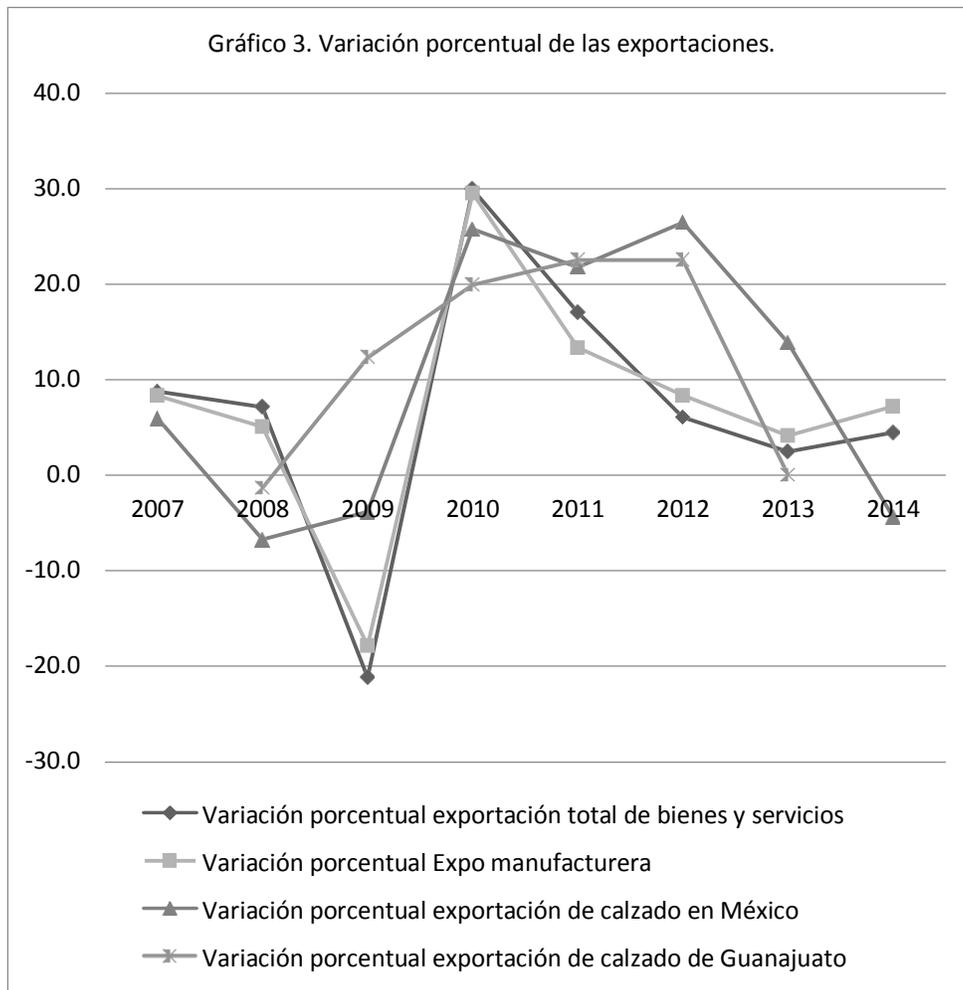
Cuadro 15
Exportaciones totales manufactureras y del calzado
(Millones de dólares)

Año	Exportación total de bienes y servicios	Exportación manufacturera	Exportación de calzado polainas y análogos en México	Exportación de calzado de Guanajuato	Exportación de Guanajuato de la industria manufacturera
2003	164,766.43	140,650.30	318.54	-	-
2004	187,998.55	157,768.21	289.64	-	-
2005	214,232.95	175,195.58	301.45	-	-
2006	249,925.14	202,751.83	321.98	-	-
2007	271,875.30	219,709.40	341.21	275.77	6,425.25
2008	291,342.59	230,881.60	318.24	272.16	6,419.92
2009	229,703.54	189,698.40	306.02	305.71	5,646.48
2010	298,473.14	245,745.30	384.90	366.75	8,275.95
2011	349,433.38	278,617.10	468.78	449.46	9,567.54
2012	370,769.88	301,993.40	592.96	550.77	10,011.90
2013	380,015.05	314,573.40	675.40	551.09	12,004.13
2014	397,128.65	337,288.90	645.86	-	-

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Banco de información Económica y Balanza comercial de mercancías e International Trade Center,

De acuerdo con el cuadro 14 se puede observar que del año 2008 a 2009 tuvo un decremento en las exportaciones totales de bienes y servicios, esto en el periodo de crisis en donde se ve afectada la economía mexicana, teniendo así una variación porcentual de ese año de un 21.2 % a comparación del 2008. Al siguiente año se muestra un crecimiento con una variación porcentual del 29.9% tendiendo así a una estabilidad en las exportaciones, pero cabe resaltar que los siguientes años tienen una menor variación pues para el 2011 se tiene un 17.1%, para el 2012 un 6.1% y el 2013 un 2.5% y el 2014 sube un poco para quedar en un 4.5% con respecto al año anterior, con toda esta información se puede ver de manera más minuciosa lo que le paso a la economía interna, pues al no haber producción, trabajo, y por ende dinero las empresas exportaron menos productos, también por el hecho de que a los países que les vendíamos los productos, no tenían el dinero suficiente, pues estos países también sufrían crisis como

Estados Unidos, pues es el principal socio comercial de México pues en las exportaciones totales de bienes y servicios, representan más de un 70% , esto de cierta forma nos hace dependientes de esta economía pues al haber crisis en Estados Unidos, en México se tendrá una crisis más severa pues se depende muy fuertemente de ellos. Es por eso que muchos economistas hablan de diversificar el mercado, apostando a Países europeos y Latinoamericanos para así tener un crecimiento diversificado.



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Banco de información Económica y Balanza comercial de mercancías e International Trade Center.

En cuanto a las exportaciones manufactureras la variación que ha tenido de 2003 a 2014 es significativo pues en esos años se tiene un total de un 7.1%, como es notable para el año de 2009 tuvo una caída del 17.8% para el siguiente año recuperarse teniendo un crecimiento de un 29.5% y después tener un crecimiento casi constante y para el 2013 cayó un poco teniendo un 4.2% porcentual, pero ahora en comparación del año 2003 al 2014 se tuvo un tasa de crecimiento del 139.8% en las exportaciones manufactureras, esto nos hacer tener una clara visión de cómo México se está convirtiendo en un país manufacturero.

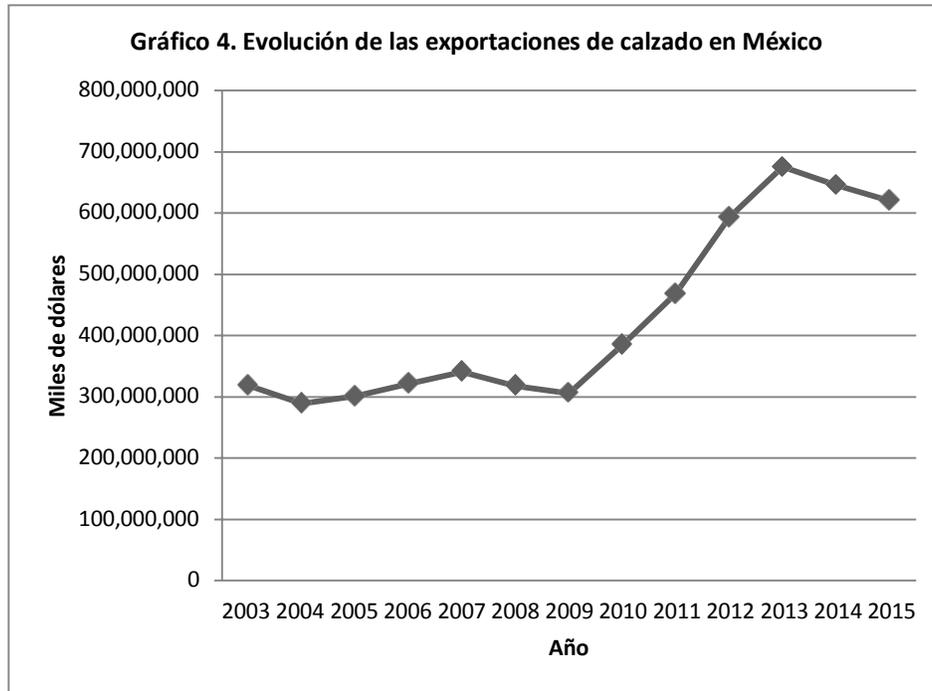
De acuerdo con la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG) los principales socios comerciales en el mercado de exportación de calzado se encuentra en los Estados Unidos con un valor de 494 millones de dólares como producto de la colocación de 21.2 millones de pares con un participación del 81% en el total; le sigue Colombia con un valor de 3.9 millones de dólares y 0.8 millones de pares con el 3% de participación; Guatemala con 6 millones de dólares y una exportación de 0.6 millones de pares de calzado con una participación del 2%; Japón con un valor de 14 millones de dólares y una producción de 0.4 millones de pares con una participación de 1%, y finalmente Panamá con un valor de 14.9 millones de dólares, 0.4 en millones de pares y una participación del 1%. De donde principalmente se tiene la exportación de calzado cuero con un 43.98 % después de caucho y plástico con un 32.78% y un 11.63 % impermeable, así como un 8.8 % de textil y un 2.81% en otros.

Entre 2000 y 2007 la producción mundial de calzado creció 23%, confirmando el dominio asiático que pasó de un 71% de la cuota mundial de mercado a un 84%, posicionándose China como el principal productor de calzado a nivel mundial (8,800 millones de pares en 2005).

Y para el 2007 el principal destino de las exportaciones mexicanas es Estados Unidos, que normalmente recibe más del 90% del producto de exportación mexicano.

Durante 2008 se exportaron 16 211,382 pares de zapato, con valor de 451.03 millones de dólares que representaron el 6.26% de las exportaciones del Estado.

En México, las exportaciones han crecido sustancialmente ya que en lo que va de 1993-2009 han aumentado de 52 mil millones a casi 230 mil millones de dólares, mientras que las importaciones se han incrementado de 5 mil millones de dólares a 234 mil millones, de acuerdo con cifras de secretaria de México.



Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI.

Si bien es cierto es que México es un país manufacturero pues de acuerdo a datos de INEGI la participación en la exportación manufacturera con respecto a la exportación total de bienes y servicios para el año 2007 fue del 80.81% en comparación con el año 2014 se tiene que es de 84.93% esto da un ligero crecimiento.

4.2.2 Destino de las exportaciones

En la tabla 15 se puede mostrar los principales países de exportación de calzado de México, en donde antes ya se había comentado Estados Unidos de América es el principal país de exportación pues en el 2007 representaba un 79% del total de exportación pasando al 2014 a un 83%, teniendo un crecimiento del 173% del 2003 al 2015, también es interesante analizar el significativo cambio que tiene para algunos países como es el caso de Panamá, mientras que en el 2007 se exportaba el 14%, para el 2014 tan solo se exporto un 1% del total

exportado, esto es sin duda un cambio significativo que no es benéfico para nuestro país pero es interesante analizar que desde el 2015 se aprobó el tratado de libre comercio entre estos dos países, esperando tener un mejor comportamiento en las exportaciones de este rubro. Los mercados sin duda son cambiantes, como lo hemos mencionado anteriormente, pero en el porcentaje total de exportación lo acapara en mayor medida Estados Unidos, aunque cabe resaltar que se han diversificado las exportaciones aunque sigan creciendo las de Estados Unidos, pues en la mayoría de los principales países de exportación se tuvo el doble de crecimiento del año.

Los casos de Estados Unidos y Vietnam son emblemáticos: hasta 2001 el comercio intraindustria de México con Estados Unidos alcanzó niveles cercanos al 0.3 y, desde entonces, cayó hasta un 0.123 resultado de la drástica disminución de las exportaciones estadounidenses a México; en el caso del comercio con Vietnam, México no exporta a Vietnam y Vietnam es el segundo exportador de productos de calzado a México. Como resultado, en ambos casos el grado de integración es ínfimo (Dussel, 2016)

También es de interés resaltar que

Es importante destacar que hasta 2016 China y Vietnam son los importadores uno y dos de Estados Unidos, en tanto México figura como el quinto importador de relevancia, superado por Italia (lugar 3) e Indonesia (lugar 4). A 2015 China abastece en promedio más del 50 % de las importaciones de calzado de Estados Unidos, en cada una de las seis partidas que integran al capítulo 64

Para el año 2015 el segundo país a donde se exporta más calzado es a Guatemala, con un total del 2235367 en el 2003 a 13, 375,701 en el 2015 teniendo un crecimiento de 598% con respecto a estos años, esto es de gran relevancia, pues los productores de calzado Nacional y Estatal, están apostando

de alguna u otra manera a la variación de mercados meta, ocupando así un nuevo nicho de mercado.

Al tercer país que más se exporta es a Canadá teniendo un crecimiento constante exportando 362% más del 2003 al 2015 esto es un fuerte desarrollo, que ha generado un gran cambio, pero sin duda alguna al país en donde más se ha mostrado un cambio significativo es en Japón teniendo un gran progreso en las exportaciones, pues paso de 426883 a 10611494 millones de dólares del 2003 al 2015 con un aumento del 2486% del total exportado en esos años, esto es en gran manera representativo pues se muestra como la diversificación de mercados está siendo cada vez más relevante.

El quinto país a donde más se le exporta calzado es a República Dominicana en donde tuvo un incremento en las exportaciones del 386% del total con respecto al año 2003 con 2015, pero del año 2007 al 2015 creció un 941% entonces esto quiere decir que el auge se dio más en este periodo. El Sexto país a donde más se exporta calzado es a Países bajos el comportamiento que se muestra con este país también ha crecido a un ritmo acelerado, ya que se muestra un crecimiento del 5056% en los años 2003 al 2015.

México cuenta con un acuerdo para la promoción y la protección recíproca de las inversiones entrando en vigor en el año 1999, dando paso a una nueva apertura de los mercados. Cabe resaltar que este es el tercer país con más inversión en México a nivel mundial. El séptimo país a donde más se exporta calzado es a Colombia con un ritmo de crecimiento del 2627% del 2003 al 2015.

Este es el efecto que se da principalmente en estos países, en donde la mayoría tuvo un fuerte crecimiento.

Cuadro 16
 . Exportaciones de calzado a 50 principales países
 Miles de dólares

Año	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	318,543,035	289,644,771	301,456,125	321,988,857	341,212,024	318,246,525	306,028,148	384,902,021	468,782,806	592,959,141	675,398,115	645,855,040	620,589,448
1 Estados Unidos de América	296,520,050	271,192,442	263,974,212	288,278,303	262,594,271	271,098,005	259,731,447	324,175,576	380,247,399	495,820,535	556,802,906	522,724,313	515,438,488
2 Japón	426,883	433,702	4,564,134	4,252,455	5,186,876	7,552,958	7,235,890	11,592,495	11,200,239	14,899,964	14,405,826	12,552,707	10,611,494
3 Colombia	286,498	384,532	403,348	261,377	337,299	767,283	544,990	1,449,173	2,706,918	4,156,924	7,995,635	10,381,911	7,526,891
4 Países Bajos	163,228	194,848	122,814	125,212	859,885	1,016,138	1,068,678	1,641,209	2,499,506	5,368,100	10,702,153	9,932,316	8,252,516
5 Guatemala	2,235,367	1,274,705	999,989	1,183,954	1,994,157	3,375,687	2,655,146	4,039,898	5,953,387	5,959,578	6,853,019	9,065,561	13,375,701
6 Canadá	3,037,134	3,004,343	3,127,064	4,345,982	3,684,090	3,979,045	4,580,786	6,330,540	9,220,945	10,855,246	13,748,092	8,951,048	11,021,206
7 República Dominicana	2,141,930	1,391,401	2,559,795	4,223,837	879,486	1,837,764	1,593,864	4,886,569	5,011,201	1,088,390	4,070,854	7,419,801	8,277,281
8 Uruguay	0	0	0	0	0	9,834	4,677	90,740	207,439	653,689	1,609,194	5,314,265	1,637,351
9 Francia	552,387	578,506	1,547,365	1,143,469	1,867,970	2,071,578	2,921,167	4,613,365	7,665,720	9,635,713	8,246,082	4,858,789	2,837,305
10 Cuba	1,540,602	1,126,737	3,324,517	2,421,365	2,328,055	3,403,255	3,119,244	1,812,732	4,128,485	4,282,459	3,784,487	4,586,351	2,142,962
11 El Salvador	633,108	675,733	896,693	1,031,268	936,734	1,276,444	896,006	1,869,978	2,569,586	2,456,486	3,475,361	4,448,912	4,231,095
12 Bélgica	4,256	209,970	28,920	11,160	48,707	258,107	220,289	79,516	67,789	133,647	137,199	4,425,667	85,315
13 Italia	1,706,916	1,443,017	2,255,238	3,622,037	4,069,914	3,083,111	1,376,053	2,613,572	6,202,409	5,800,453	8,160,820	4,127,310	2,190,821
14 Hong Kong	93,207	194,406	598,844	178,797	207,304	403,306	595,874	1,206,062	2,997,914	2,439,637	3,139,518	3,534,784	2,577,211
15 Panamá	637,134	215,072	67,911	539,337	46,299,512	1,865,369	4,159,762	938,840	2,463,456	3,350,212	4,041,006	3,419,339	3,769,721
16 Corea del Sur	17,310	0	36,804	905	11,540	118,198	104,130	63,138	740,572	272,044	35,987	3,284,594	3,246,311
17 Costa Rica	950,832	987,488	1,236,752	1,634,847	1,886,511	2,558,460	2,798,615	2,893,984	3,449,063	2,661,806	3,003,244	3,038,379	4,241,693
18 Chile	156,959	149,945	201,878	160,963	163,812	568,059	204,034	335,624	665,437	347,937	2,282,138	2,851,665	3,513,566
19 Reino Unido	186,496	1,167,485	324,642	273,326	190,576	535,502	977,328	612,716	1,020,378	1,760,466	3,156,902	2,826,877	1,967,080
20 Brasil	9,166	100	3,537	57,970	313,776	181,510	1,445,959	3,664,182	5,583,119	8,153,410	3,094,573	1,865,550	1,446,527
21 Suiza	8,312	8,795	33,474	55,559	24,409	850,567	732,579	309,834	445,030	461,644	2,025,007	1,762,493	877,901
22 Sudáfrica	791	0	4,068	1,425	3,690	7,453	54,081	7,373	109,446	309,657	192,750	1,650,816	213,298
23 Venezuela	414,938	346,144	1,320,318	2,298,373	2,915,829	4,412,259	1,604,475	704,882	2,379,722	2,448,696	1,513,259	1,480,617	892,938

24	Puerto Rico	4,326,106	1,735,335	2,028,395	393,798	269,114	718,166	1,031,137	1,870,541	2,014,130	1,669,588	1,347,348	1,275,291	791,965
25	Alemania	1,245,288	872,297	6,061,561	2,133,518	970,999	1,645,764	1,342,633	1,283,353	1,396,633	1,491,131	2,482,640	982,434	570,806
26	España	373,692	1,163,176	1,341,453	1,497,644	1,058,547	1,650,180	1,829,152	2,499,707	3,453,763	866,129	854,887	932,573	1,288,015
27	Honduras	179,051	80,422	117,174	137,416	164,396	245,141	392,584	618,367	806,327	452,649	612,750	926,300	861,422
28	Israel	0	0	9,898	1,803	38,477	257,513	555,131	269,451	377,326	653,017	920,193	890,677	477,537
29	Taiwán	2,817	0	781	118,596	250,020	16,092	29,848	41,415	38,121	795,405	716,150	786,072	552,052
30	Bolivia	1,372	19,304	17,790	14,979	51,104	22,616	174	11,419	31,661	86,258	507,987	664,274	609,179
31	Austria	9,728	1,500	3,659	0	10,373	0	42,835	90,226	82,621	92,900	16,660	488,017	80,622
32	Paraguay	0	0	0	0	0	0	0	3,977	67,049	37,471	221,170	478,932	464,423
33	Emiratos Árabes Unidos	0	29,266	131,557	156,331	199,578	56,269	225,401	9,449	77,342	154,008	472,693	468,049	461,704
34	Perú	70,635	81,801	138,780	217,375	178,570	679,133	454,782	287,410	308,176	473,680	648,383	405,915	888,261
35	Nicaragua	224,756	98,214	197,720	184,600	187,443	163,998	187,903	235,010	309,472	341,187	264,793	391,132	540,133
36	Ecuador	52,634	52,466	125,110	73,044	34,035	49,865	236,033	303,601	554,716	155,695	172,029	361,193	351,127
37	Australia	243	4,120	4,617	3,292	25,052	130,571	118,551	264,149	489,287	618,800	449,524	314,733	379,026
38	Grecia	43,221	26,823	221,763	36,037	8,546	12,527	2,810	164,433	314,840	220,857	141,482	265,351	14,072
39	República Checa	0	0	0	80	6,282	0	0	0	0	0	40	222,216	572,237
40	Nueva Zelandia	0	0	8,052	135	0	0	0	25,529	48	21,712	150,068	210,612	114,593
41	Finlandia	0	0	0	9,293	15,959	11,215	0	3,106	2,176	10,364	276,604	145,900	0
42	Tailandia	3,767	0	4,562	1,885	0	0	848	0	0	0	0	140,949	110
43	China	14,506	15,536	642,037	0	49,662	25,273	24,638	13,764	72,947	293,459	308,659	123,423	302,328
44	India	18,004	400	9,053	96	4,836	709	147	108,598	126,525	93,021	111,017	114,025	63,400
45	Singapur	0	25,331	1,677,293	486,098	0	10,046	15,711	15,233	6	646	8,375	104,353	2,502
46	Malasia	4	15,240	0	0	0	0	0	0	6	115	0	78,745	73
47	Países no identificados	16,415	0	0	49,734	368,823	408,637	414,519	234,517	213,835	427,212	59,193	75,963	70,494
48	Suecia (Reino de)	18,432	113,772	147,597	64,022	121,720	184,345	35,569	50,422	63,886	30,283	46,856	62,409	1,500
49	Haití	0	5,801	0	0	14,507	0	132,609	1,095	537	2,368	1,019	56,437	102,297
50	Belice	40	57	41	0	0	2,414	4,984	2,337	12,385	35,828	25,652	53,303	43,042
	Otros	218820	324539	934915	307160	379578	726,159	325,075	562,914	433,831	618,665	2,105,931	331,697	611,856

Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

Cuadro 17.
 PIB, Importación y precios de calzado
 Dólares

Año	PIB EUA (datos en billones de dólares)*	PIB México*	Exportación manufacturera** (millones de dólares)	Importación calzado, polainas y análogos de México**(millones de dólares)	Precio promedio de exportación mundial***
2000	10,2848	683,648 mil millones	144,748	191	5.75
2001	10,6218	724,7036 mil millones	140,767	271	5.82
2002	10,9775	741,5595 mil millones	141,659	338	5.98
2003	11,5107	713,2843 mil millones	140,650	400	5.96
2004	12,2749	770,2676 mil millones	157,768	391	5.97
2005	13,0937	866,3465 mil millones	175,196	419	5.99
2006	13,8559	966,8705 mil millones	202,752	481	6.20
2007	14,4776	1,0435	219,709	475	6.49
2008	14,7186	1,1013	230,882	603	7.31
2009	14,4187	0894,94 mil millones	189,698	502	6.89
2010	14,9644	1,0511	245,745	641	6.71
2011	15,5179	1,1712	278,617	768	7.39
2012	16,1632	1,1867	301,993	872	8.00
2013	16,7681	1,2622	314,573	914	8.30
2014	17,419	1,2827	337,289	1,010	8.12

Fuente: *Banco mundial 2016,

**Banco de Información económica, INEGI.

***World Footwear 2015, World Footwear 2011. Dynamics of international Trade.

Nota***: los precios de 2002, 2003, 2005-2007, 2009, 2012 y 2013 fueron estimados.

México para el año 2010 de acuerdo a datos de World Footwear 2011 exportó 329 millones de dólares lo que representó en el ranking mundial el puesto no. 27 y en ranking de cantidad representó el no. 31 con un precio promedio de 16.77 dólares.

La evolución que se muestra en la tabla 17 de la exportación en millones de pares es relevante, pues se puede observar que diversos años se han tenido diversas caídas en la exportación, principalmente en el año 2001 con un caída del 23.09%, siguiéndole el año 2008 con -16.78%, luego el 2004 con -16.67% y el 2002 con 14.07%.

Tabla 18
Evolución de exportación en México
Millones de pares de calzado

Año	Millones de pares	Variación %
2000	16.63	
2001	12.79	-23.09
2002	10.99	-14.07
2003	11.4	3.73
2004	9.5	-16.67
2005	10.17	7.05
2006	10.15	-0.20
2007	15.14	49.16
2008	12.6	-16.78
2009	15.07	19.60
2010	18.74	24.35
2011	21.91	16.92
2012	24.03	9.68
2013	26.07	8.49
2014	26.62	2.11
2015	27.5	3.31

fuelle: Industria del calzado Mexicano 2014 y 2015, Ciceg.COFOCE, con datos de la Administración General de Aduanas y Estadísticas Nacionales de comercio exterior del calzado, Ciceg y Cofoce 2005-2006

Las exportaciones de calzado en millones de pares del 2000 al 2015 tiene un promedio de 16.8 millones de pares, en donde se crecimiento en esos años fue del 65.4%, dato que es importante pues ahora muchas de las empresas se están dando cuenta la importancia que se tiene al exportar, abriéndose así a nuevos mercados, aunque para ser sinceros este aumento de las exportaciones no es nada comparado con el de países en desarrollo pues su crecimiento es más palpable. ¿Hemos de apostar a las economías extranjeras o solo quedarnos con nuestro mercado interno? Es una pregunta que es importante para México pues ahora en nuestro propio mercado estamos siendo desplazados por economías emergentes principalmente por las BRIC´S que han incrementado su mercado en México, pero no solo en México sino en gran parte del mundo. Esto es algo verdaderamente abrumador pues, México tendrá que enfocar sus productos a diferentes nichos de mercado, diferenciándose y no haciendo en masas como

estos países. Este es un verdadero reto para nuestro país, debido a que no se cuenta con muchas de las variables que se requieren para poder ser un mejor exportador.

4.2.3 Principales empresas exportadoras

Para el año de 2014 existen 5 principales empresas que exportaron más de 250,000 pares, dentro de ellas se encuentran Crocs, Vaqueras, Calzado Sandak, Calzado Duramil de México y Distribuidora Flexi, De acuerdo a Sapica 2014 cerca de 100 empresas son las principales exportadoras pues van desde 1.000 pares a 250.000 mil pares para ese año.

4.2.4 Tipo de calzado de exportación

El tipo de calzado de exportación de México es en gran medida de piel, aunque ha sido variable pues tan solo del 2010 al 2013 se creció un 6% y del 2013 al 2015 se tiene un decremento del 7%, pasando así a tomar mayor importancia el de tipo impermeable y textil, pues de acuerdo al cuadro 19 se tuvo un incremento del 4% y 5% respectivamente del 2010 al 2015, y el de tipo sintético tiene para el 2010 un 42% para después caer 9% tres años después para seguirse manteniendo constante.

Tabla 19.
Porcentaje de tipo de calzado en Exportación

Tipo de calzado de exportación	2015	2014	2013*	2010**
Piel	37	39	44	38
Sintético	33	33	33	42
Impermeable	13	13	12	9
Textil	12	10	9	7
Otros	4	4	3	4

Fuente: Industria del calzado Mexicano 2014 y 2015, *Cicég*.

* Footwear Yearbook 2013

**Footwear Yearbook 2010

El tipo de calzado de exportación ha ido cambiando

4.3 Importaciones de calzado y análogos

El comportamiento de las importaciones del total de bienes y servicios, de la industria manufacturera y del calzado tienen el mismo comportamiento principalmente para el 2009, pues las tres tienen caídas importantes tan solo la importación total de bienes y servicios tuvo una variación porcentual de 24%, la manufacturera de 21% y la de calzado de 16.8% para el año siguiente tener un crecimiento casi paralelo entre la importación manufacturera y la de calzado con un 27.2 y 27.6 respectivamente, sin embargo el valor que representa la importación manufacturera en la del total de bienes y servicios es fuerte pues para el año 2007 y 2009 represento un 87.2% del total y para el año 2014 dependió del 86.2%, cayendo para el 2011 en su nivel más bajo llegando a un 83.6% de la representación, sin duda alguna México es un país manufacturero.

En cambio el comportamiento de representa la importación de calzado polainas y análogos en México en la importación total de bienes y servicios de acuerdo a el cuadro 20 va en aumento pues del año 2007-2014 el crecimiento promedio que se tuvo fue del 0.22%, pues para el 2007 su presencia significaba el 0.19% pasando al 2014 con un 0.25%, de manera que la importación de calzado polainas y análogos en México va en aumento esto en gran medida de China, pues de acuerdo a datos de SIAVI como se ve en la tabla 21, para el año 2003 Vietnam era el principal país que importaba calzado a México pues representaba el 15% del total y China el 10%, pero para el año 2013 China desfasa a Vietnam, pues ahora ocupa el 35% y 30% respectivamente y de acuerdo a estos datos también se tiene que para el 2015 China representa el 42%.

Las importaciones en general han tenido un comportamiento creciente del 2007 a 2014, pues en las importaciones totales de bienes y servicios creció tan

un 29.5%, y para el año 2009 tuvo la caída más fuerte con un 24%, dejando claro lo como afecto a todas las economías esta crisis.

Cuadro 20.
Total de importaciones manufactureras y de calzado
(Millones de dólares)

Año	Importación total de bienes y servicios	Importación manufacturera	Importación de calzado polainas y análogos en México
2007	281,949	245,908	524
2008	308,603	259,235	603
2009	234,385	204,500	502
2010	301,482	260,222	641
2011	350,843	293,347	768
2012	370,752	314,769	872
2013	381,210	326,619	914
2014	399,977	344,831	1,010

Fuente: Elaboración propia con datos de Subsecretaría de Comercio Exterior. INEGI, Banco de Información Económica (BIE).

4.3.1 Evolución de las importaciones

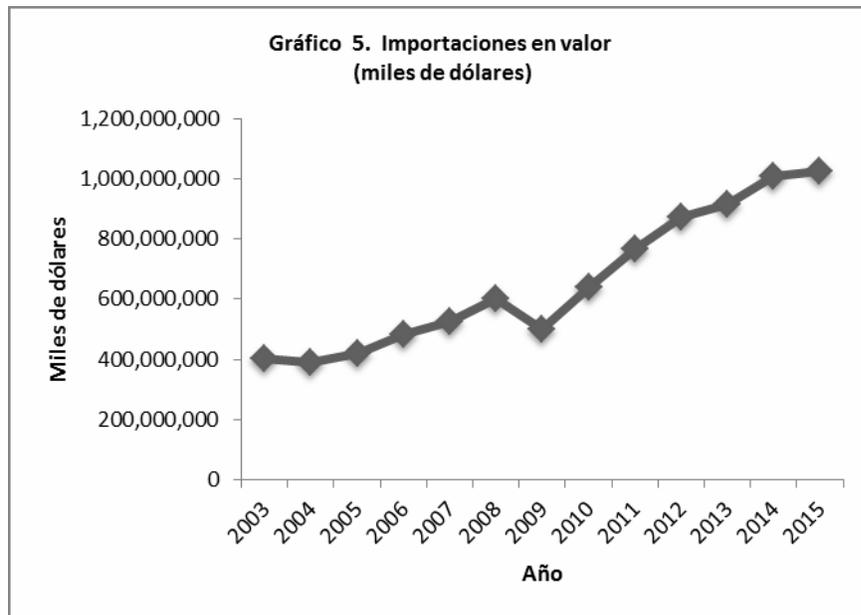
El proceso que ha pasado con el comportamiento de las importaciones de calzado ha sido cambiante, pues Vietnam de ser en el año 2003 el principal exportador de calzado a México al 2015 como el segundo, tan solo para el 2003 Vietnam exportaba más que China teniendo un 15% y 10% respectivamente del total exportado. Años posteriores el cambio que tuvieron estos dos países fueron interesantes, pues para el año 2015 la representación total de las importaciones de calzado fueron de China con un 42% y de Vietnam del 29% del total, esto es muy relevante pues además de que incrementaron los millones de dólares en importación, también incremento el número de porcentaje del total de China.

Cuadro 21.
Principales 30 países importadores a México

Año	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	400,464,768	391,261,385	418,789,529	481,268,650	524,308,807	602,984,322	501,809,332	640,531,887	768,375,598	871,500,245	913,634,046	1,009,531,996	1,026,907,507
1 China	39,257,771	34,054,552	41,568,369	55,147,930	65,534,422	84,885,646	72,911,870	105,982,611	143,627,277	245,351,561	323,234,238	398,531,856	432,096,794
2 Vietnam	61,247,595	89,526,536	137,917,287	170,899,032	175,000,482	211,233,069	198,209,451	250,875,439	267,974,183	281,149,157	273,601,155	285,225,453	293,296,694
3 Indonesia	25,678,459	30,818,264	26,708,132	31,118,007	48,444,255	56,092,400	56,222,168	91,922,534	121,592,713	134,328,222	111,546,869	106,215,361	85,888,767
4 Italia	29,552,255	23,163,289	24,404,293	29,047,952	36,246,946	45,432,689	33,106,246	39,205,876	51,143,240	46,554,352	54,269,097	57,247,245	61,279,184
5 España	46,755,022	34,791,386	27,922,970	34,533,764	39,681,485	44,437,738	31,107,147	33,874,060	45,393,878	43,142,229	46,342,819	54,135,273	43,601,627
6 Estados Unidos de América	45,476,277	31,739,560	22,967,219	29,855,207	30,558,266	35,395,041	30,382,003	34,028,751	29,075,946	42,061,116	39,033,104	35,316,442	33,905,060
7 Brasil	69,480,657	77,375,655	71,771,775	55,592,546	44,435,838	41,213,990	22,113,782	19,964,338	18,096,859	15,949,081	12,887,649	14,586,904	11,216,075
8 India	988,186	924,369	2,373,876	2,631,482	2,862,615	4,620,959	5,084,588	11,501,049	13,769,680	9,837,226	7,522,737	10,811,713	14,286,738
9 Camboya	24,802	0	0	131,992	210,978	1,015,875	1,519,277	3,404,333	7,637,694	7,801,231	7,613,540	9,164,381	13,250,277
11 Portugal	1,916,980	2,065,271	2,929,161	3,568,047	3,970,579	4,864,709	3,866,459	3,438,205	3,859,632	4,147,394	5,651,393	6,895,605	6,044,570
12 Tailandia	9,845,541	10,494,829	8,738,520	13,144,306	18,650,024	17,000,622	16,336,860	14,728,142	14,612,654	5,244,272	4,545,896	5,208,882	6,563,483
13 Bangladesh	85,463	115,471	1,220	100	344,594	581,602	390,737	1,087,823	4,614,543	3,613,443	1,719,192	4,095,158	4,900,363
14 Rumania	510,189	334,298	309,492	222,237	515,877	1,164,081	641,852	1,059,684	2,425,913	2,685,594	2,590,792	2,914,970	1,760,650
15 Guatemala	512,315	770,579	1,120,506	1,372,973	1,388,837	1,438,264	1,182,508	2,021,409	2,261,072	2,457,547	2,777,097	2,779,715	3,126,293
16 Alemania	332,325	391,058	429,823	453,714	827,659	806,377	688,286	1,035,055	1,263,558	1,466,472	2,005,992	2,011,003	2,274,370
17 Colombia	3,852,685	5,289,015	6,265,710	4,265,624	2,964,665	3,129,402	3,539,235	2,585,120	4,797,852	2,891,909	2,786,646	1,754,273	1,692,567
18 Taiwán	20,413,208	16,442,356	15,837,328	20,230,500	20,221,112	10,265,813	5,766,085	3,771,844	2,983,684	2,374,000	1,831,111	1,413,048	1,496,064
19 Perú	0	118	1,287,396	1,381,131	623,627	939,044	1,320,889	1,715,476	1,786,899	1,064,750	1,563,455	1,342,239	1,582,317
20 Bosnia	0	0	45,335	146,201	42,615	92,846	378,635	272,958	1,735,330	522,897	665,071	1,068,774	1,212,774
21 El Salvador	286,779	510,219	623,130	766,112	814,392	1,216,019	888,310	1,238,371	1,058,096	1,160,393	1,075,664	1,005,555	24,691
22 Canadá	198,136	148,620	685,875	346,643	705,174	1,916,347	290,343	260,661	160,551	364,298	1,009,907	931,337	826,078
23 Malasia	17,870,456	12,760,187	9,213,956	8,971,277	9,003,722	9,797,710	6,749,764	8,775,119	15,541,411	7,062,469	2,661,633	825,764	101,574
24 República Dominicana	59,017	30,831	434,772	247,958	420,852	461,727	216,211	1,115,645	3,820,077	2,599,563	883,619	659,178	1,859,636
25 Moldavia	0	0	3,979	31,455	0	1,349	853	27,136	11,296	218	208,031	656,620	67,608
26 Francia	564,473	302,138	525,150	558,441	975,894	1,163,714	857,533	849,096	769,978	879,112	765,724	626,548	425,021
27 Reino Unido	144,411	55,133	696,838	795,954	84,610	62,058	107,723	174,515	219,158	377,512	437,393	610,866	655,775
28 Hong Kong	1,723,396	1,008,185	906,740	655,762	535,841	423,956	536,545	404,979	1,188,894	956,992	960,468	531,724	258,149
29 Marruecos	239,576	401,943	360,847	569,927	529,519	341,815	385,292	356,213	1,015,585	614,495	506,904	494,313	327,121
30 Corea del Sur	13,520,438	7,717,693	4,394,695	2,555,570	1,091,072	1,847,818	951,856	486,420	461,700	598,265	626,663	480,514	467,304
31 Suiza	62,020	78,337	118,298	134,670	299,056	353,297	309,510	463,388	340,424	302,733	212,792	330,149	311,883

Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

La evolución de las importaciones de calzado a México se ha doblado en miles de dólares en menos de 10 años, del 2003 al 2015 se tuvo una caída importante en el año de 2009, esto por la crisis económica, pero años después se tuvo una recuperación exponencial. Así como se muestra en el gráfico 5 en donde se puede observar el constante crecimiento que se está teniendo en la industria del calzado.



Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI.

Pero también es importante resaltar que no solo es así, sino que además desde el año 2003 al 2015 se incrementaron 626,442,739 millones de dólares esto nos da un crecimiento del 2003 al 2015 de 156%, este es un dato sin duda importante, pues a comparación a las exportaciones estas nos arrebatan ya que las exportaciones tuvieron un crecimiento del 302,046,413 millones de dólares, esto es más del doble de las importaciones, siendo que en el año 2003 se importaban 81,921,733 millones más que las exportaciones, pero para el 2015 ya nos arrebatan con 406,318,059 millones de dólares de diferencia, esto es sin duda un dato que nos deja en gran medida sorprendidos por el gran cambio

que se dio es los últimos años donde se puede ver el mundo tan globalizado en el cual está envuelto México y al cual se tiene que enfrentar de cualquier manera, aunque también es importante resaltar que además de toda esta diferencia que se cuenta no está involucrada la mercancía que entra de manera ilegal a México o que se hace por medio de la triangulación u otras formas de ingresarla, aunque este tema lo tocaremos en el capítulo 5 .

4.3.2 Principales empresas importadoras

Como mencionamos anteriormente las principales empresas que tiene el control del mercado mundial del calzado son las transnacionales que aparecen en la tabla 18, El líder de las compañías importadoras de calzado lo lleva Nike que es Estadounidense, esta empresa nunca ha tenido una estructura productiva propia, esta depende principalmente de sus centros de producción repartida en 43 países aproximadamente, la mayoría de su producción lo tiene en países se concentran en Vietnam, China e indonesia, la empresa de calzado Andrea es la segunda importadora de calzado de México esta es Guanajuatense y se dedica a la venta por catálogo de calzado y ahora lencería, esta empresa importa principalmente calzado de marcas reconocidas que están en la tabla 18, tales como Converse, Adidas, Nike, Puma, Marvel, Disney y demás.

Cuadro 22.
Principales empresas importadoras de calzado en México

Líder importador	Empresa	Pares de zapatos
1	Nike de México S, de R.L. de C.V	2140791
2	Fábricas de calzado Andrea S.A de C.V.	1714023
3	Grupo Converse de México S.A de C.V.	1567204
4	Adidas Industriales S.A de C.V.	790897
5	Puma de México Sport S.A de C.V.	507836

Fuente: Dánae Ávila y Fabián González, con datos de aduanas

La empresa que ocupa el tercer puesto es converse es una empresa Estadounidense, que esta subsidiada principalmente por Nike el tipo de diseño es una marca juvenil principalmente que es de gusto para muchos por su

diversidad de estilos tanto para jóvenes y niños principalmente. La siguiente empresa es Adidas esta es una multinacional que ha ido acaparando más mercado en los últimos años, pero que sin embargo no tiene gran relevancia en comparación a la gran multinacional Nike, la siguiente empresa es Puma, como paréntesis es interesante resaltar como tres de las principales empresas importadoras de calzado a México son Adidas, Nike y Puma estas empresas dominan el mercado de futbol pues es casi el 50% de la participación que se tiene en la liga de futbol mexicano. Esto es interesante, pues 6 de cada 10 mexicanos son aficionados al futbol de acuerdo con información de Encuestas de Futbol Soccer en México, este es un posible factor para poder determinar el consumo de estas marcas trasnacionales que tienen un gran poder en México, que sin duda no solo es en nuestro país, sino en el mundo entero, pues son imponentes al tener gran presencia y que además su marketing es muy bueno pues acaparan gran mercado.

4.3.3 Tipo de calzado de importación

En la tabla se puede observar como México compra más calzado sintético, pues en lo que va del 2010 al 2013 se incrementó un 4% también el tipo de calzado textil tuvo una pequeña dilatación con un 2%, mientras que en otros tipo de calzado disminuyo, tal es el caso de la Piel y el impermeable con un 4% y 1% respectivamente.

Tabla 23
Tipo de calzado en importación
Porcentaje (%)

Tipo de calzado de importación	Piel	Sintético	Impermeable	Textil	Otros
2013	14	46	3	34	4
2012	15	47	3	31	4
2011	18	43	3	31	5
2010	18	42	4	32	4

Fuente: World Footwear 2013, 2012, 2011. Industria del calzado, Ciceg.

El tipo de calzado que tiene mayor tasa de importación y va creciendo es sin duda por el incremento de las importaciones de calzado de China, pues es el principal país que importa este tipo de calzado.

A modo de conclusión de este capítulo en relación a las importaciones de calzado como factor de las exportaciones podemos decir lo siguiente:

1. Las exportaciones totales de bienes y servicios de México han tenido un crecimiento del 2003 al 2014 de un 58.5% y las exportaciones son a nuestro principal socio comercial Estados Unidos que representan más un 70% a este país.
2. Dentro de las exportaciones totales de bienes y servicios se encuentra la industria manufacturera que tiene una fuerte representación pues en promedio del 2003 al 2014 su representación promedio fue del 82% manteniéndose casi constante y tuvo un crecimiento para esos años del 139.8%, dejando claro que México es un país manufacturero.
3. El principal destino de las exportaciones de calzado de México es a Estados Unidos pero del 2007 a 2014 se tuvo un crecimiento del 4% más de exportación a ese país.
4. Las exportaciones de calzado en millones de pares del 2000 al 2015 tiene un promedio de 16.8 millones de pares.
5. La mayoría de calzado de exportación es de tipo piel, teniendo hasta el 2015 una representación del 37%. Menor que años anteriores.
6. El crecimiento de las importaciones totales de bienes y servicio ha incrementado un 29.51 %
7. El comportamiento que han tenido las importaciones de calzado desde el 2003 al 2015 han sido cambiantes pues de ser Vietnam el principal importador de calzado a México en el 2003 con una representación del 15% y China del 10%, paso a ser en el 2015 China el primer proveedor de calzado con un 42% y Vietnam un 29% del total importado para ese año.
8. Dentro de las principales empresas que se dedican a importar calzado son

empresas multinacionales tales como: Nike, Adidas, Puma, Converse. Que compiten entre sí mismas y principalmente importan calzado de tipo sintético y textil que es elaborado en los países como Vietnam, China e Indonesia que son de los principales productores de calzado mundial, esto está estrechamente relacionado con estas grandes marcas que tiene sus principales maquiladoras en estos países.

CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE CALZADO Y SUS DETERMINANTES: POLÍTICAS DE DESREGULACIÓN, LA INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD

Capítulo 5. Análisis de las exportaciones de calzado y sus determinantes: políticas de desregulación, la innovación y la competitividad

Resumen

En este capítulo se tratará de comprobar la hipótesis de que los determinantes del comportamiento cíclico de las exportaciones de calzado se deben, entre otros factores, a la limitada innovación de esta industria, la falta de competitividad tanto micro, como macroeconómica y a la política económica (apertura y desregulación) aplicada en el sector manufacturero con incidencias precisas en la actividad del calzado.

5.1 ¿Una actividad con innovación?

La innovación es un proceso que requiere retroalimentación de las distintas unidades y áreas productivas de una empresa, en donde cada una de ellas contribuye en diversos grados de innovación complementándose, de hecho, “La innovación constituye la materialización de las capacidades competitivas de las empresas” (Martínez, 2006).

No todas las innovaciones están apoyadas en la misma estructura y nivel de capacidades competitivas: existen diversos modos de innovación, unos están estrechamente relacionados con la historia de la empresa, otros con el ambiente social en la que se desarrolla, dando paso así a su capacidad de instituir y negociar lo que se sabe.

También la capacidad de innovación está estrechamente relacionada con la potencialización eficiente de las diversas competencias: cada sector tiene su propio potencial de innovar dependiendo del tipo de papel que desempeñe. En el caso de la industria del calzado tiene que ver con el diseño, el tiempo y la moda.

La innovación es una esfera importante de las economías mundiales donde todas están involucradas: De acuerdo a la IMCO,¹³ en el año 2001 México

¹³ El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) es un centro de investigación aplicada independiente, apartidista y sin fines de lucro que estudia fenómenos económicos y sociales que afectan la competitividad en el contexto de una economía abierta y globalizada.

ocupaba el puesto 25 en materia de innovación, mientras que diez años después perdió cuatro lugares para ubicarse en el lugar 29, 4 posiciones menos que hablan de los problemas estructurales a nivel microeconómico de esta actividad industrial, y macroeconómicos, donde el contexto de la economía no apoya su integración, ni mucho menos el desarrollo de la innovación.

Además, el mejor país situado en esta materia es Corea del Sur que, como veremos adelante, en el desarrollo de las empresas tienen un relevante lugar las políticas públicas dirigidas a la inversión en ciencia y tecnología cuyo efecto directo se da en la innovación; mientras que nuestro país tiene muy bajos grados de innovación tecnológica en la industria manufacturera (Iglesias, 2014).

En este contexto, es muy importante que las empresas se encuentren atentas a los cambios tecnológicos y de innovación, sin encerrarse en sus propios procesos y en la búsqueda de la estrecha relación, tanto con las universidades, como con centros de apoyo de esta industria.

En muchas ocasiones, las empresas no están dispuestas a que se les brinde el apoyo proveniente de diversos organismos, como es el caso de CICEG, CONCITEC, CICUR y demás cuerpos empresariales o institucionales en Guanajuato, en el momento de establecer mejores relaciones con estos órganos se pueden tener mejores prácticas y pueden dar paso a la innovación.

La industria del calzado en muchas ocasiones no ha sido posible concretar la importante vinculación entre empresa, universidad y gobierno. Como se comentó en el marco teórico de esta investigación se ataca en gran medida a esta industria al señalarse que todo está estrechamente relacionado en materia de innovación con la simple copia de los diseños.

Una de las nuevas tecnologías que está acaparando la vista de muchos industriales es la biotecnología y la nanotecnología que ya aplican algunas de las grandes empresas trasnacionales: con ello logra un mayor confort y

especialización del tipo de calzado para los consumidores, lo que da paso a innovaciones trascendentales que están cambiando las características y funcionamiento de la industria mundial del calzado y que incide de manera relevante en la industria de Guanajuato.

Estas ciencias y otras son esenciales para el desarrollo e impulso de los procesos de innovación; sin embargo es importante tener presente que la mayoría de las empresas que actúan en el sector son micro y medianas que son las más necesitadas de esta disciplina, pero sin embargo no cuentan con el financiamiento necesario para poder lograr un mayor impacto de los beneficios de la innovación, a diferencia de las empresas transnacionales en donde su competitividad queda muy por arriba.

Es por eso que las políticas públicas también deben apoyar a las mipymes por medio de acceso al financiamiento, y de otros mecanismos como la coordinación de la capacitación y el apoyo en el comercio exterior ya que muchas de estas empresas para poder crecer tienen que pedir un préstamo por cuenta propia o por medio de proveedores para poder hacerlo. La mancuera entre gobierno-empresa es determinante del quehacer futuro de la industria del calzado y en general de la manufactura, y que además se vincule con la universidad para buscar fórmulas que permitan, desde la investigación, fortalecer diversos procesos de esta industria.

No obstante, la realidad de la política económica va en sentido contrario, el recorte presupuestal que se está planteando para el año 2017 es cercano al 25% del presupuesto otorgado a ciencia y tecnología con respecto al año anterior. Esto no es nuevo: la tendencia de los últimos años nos habla de una disminución de los recursos en términos reales; mientras las potencias mundiales saben que este es uno de los sectores fundamentales de la economía y le apuestan a su desarrollo. México debería cambiar radicalmente su enfoque de austeridad para pagar la deuda pública y promover más el gasto para

sectores estratégicos como lo son el desenvolvimiento equilibrado de las empresas nacionales para apoyar el mercado tanto externo, como interno.

5.2 Competitividad de la industria del calzado

La competitividad en la industria del calzado es diversa: por un lado encontramos a un gran número de productores micro, pequeños y medianos que proveen a empresas oligopólicas (compradoras de esos productos) para ponerles marca y dirigirlos a la exportación o a un mercado interno cautivo. En este sentido, muchas de las grandes empresas dependen de las micro y pequeñas empresas al maquilarles algunas partes del calzado. Además de que las cadenas de producción de esta industria se tienen que especializar y tener calidad en sus productos para elevar su competitividad.

Desde esta perspectiva, no se puede comparar una gran empresa con una pyme, pero sin embargo es necesario tener una mayor competitividad ya que juegan un papel importante en la economía, en razón a que son eficientes económicamente por su enorme papel en el empleo (cerca al 70% del total en el sector).

Las empresas grandes cuentan con un proceso productivo semi-automatizado, donde producen miles de pares de zapatos al día; mantienen una mayor vinculación con las instituciones de apoyo existentes y cuentan con algún departamento que promueve las innovaciones (Martínez, 2016). El resto de las empresas está compuesto por pequeñas y medianas (Pymes) y microempresas que en el caso de Guanajuato son la mayoría que tienen como principal fuente de innovación las revistas y ferias como Sapica, de donde copian los modelos de exhibición presentadas en ellas; sus procesos productivos son mecanizados o incluso artesanales; producen en menores cantidades, en comparación con las grandes; mantienen una débil vinculación con las instituciones; carecen de técnicas en materia de comercialización, planificación, diseño, investigación y

desarrollo, y son muy pocas las que cuentan con pruebas de laboratorio, y sus sistemas de administración son de tipo familiar.

Todo esto constituye una gran limitante para su consistente inclusión en el proceso de globalización y en su capacidad de respuesta a las exigencias actuales de competitividad. La pérdida de competitividad de la industria del calzado nacional está estrechamente relacionada con la manera como se llevan a cabo los encadenamientos productivos tanto a nivel de las materias primas, como de la organización de las empresas. Varias son los factores que han venido incidiendo en la tendencia descendente de la competitividad de las empresas:

- La falta de diseños propios, ya que muchas de las empresas se conforman en copiar los diseños a las empresas líderes.
- La calidad de los insumos, principalmente del cuero, no es de la calidad requerida para poder exportar productos a países exigentes como los europeos. Esta es una de las razones de las fuertes importaciones de cuero de diferentes países, como es el caso de la empresa líder nacional Flexi, que importa su principal materia prima principalmente de Estados Unidos, España y Brasil. Desde el suministro de la materia prima se pierde competitividad por lo que se tienen que efectuar medidas que busquen tener un producto de calidad mediante materias primas mexicanas, para así tener una cadena productiva más fuerte. En este sentido el reto sería mayúsculo para impulsar la crianza de ganado bovino de calidad para el sector, pero buscando la rentabilidad para ese sector.
- Muchas de las empresas de calzado en Guanajuato son de tipo familiar, las cuales no permiten la máxima eficiencia por los vicios institucionales en su administración y organización.
- También es importante resaltar que la mano de obra en esta industria del

calzado es artesanal, lo que incide directamente en los niveles de producción nacional. De esta manera, las escalas productivas son muy inferiores a los de otros países principalmente y el nivel de calificación de su mano de obra en varias ocasiones es una determinante.

- Otro factor que hace que los productos extranjeros sean más baratos porque sus gobiernos brindan a sus empresarios exención de impuestos que permiten el crecimiento sostenido del país, caso que no se da en México por diversas situaciones que no permiten tener también una competitividad de la industria. Además aplican restricciones a la importación de manera selectiva para impulsar el desarrollo de su industria.
- La competitividad en esta industria también se ve afectada por otros países pues mientras en México el número de empleados promedio es de 17, en China es de 325 empleados y de Vietnam de 640 empleados por empresa, esto nos deja muy en claro el tamaño y la concentración de los mercados: cuentan con mercados importantes de calzado y con potencial para la exportación de sus productos.
- Uno de los aspectos que juega un rol medular es la relación existente entre las empresas de los diversos sectores de actividad económica y las universidades, es en estos lugares donde se pueden crear *nuevas formas de hacer* crecer a la empresa como es el caso del sistema dual en el cual se involucren los alumnos en las empresas, a la vez que estas contribuyan en la formación en la propia escuela y con base en estas sinergias elevar competitividad. Esta es una oportunidad para los futuros profesionistas de cara a las altas expectativas que demanda la globalización que cada vez es más difícil con la entrada de nuevos tratados a nivel mundial, como es el caso de los BRIC's, la Comisión Económica Europea, el TLCAN, el posible acuerdo Transpacífico (TPP).

La competitividad está relacionada con muchos aspectos que pueden incentivarla, o retrasarla como es el caso del financiamiento, ya que las empresas deben de invertir en ciencia y tecnología para poder crecer, pero hasta el momento se puede observar que no existe un programa específico que apoye a la competitividad ni de fomento a la inversión, en comparación con los recibidos por la industria automotriz que se está dando en el estado de Guanajuato: se otorgan fuertes subvenciones. De estos apoyos no se debería dejar de lado a la industria del calzado, como sabemos es una fuerte cadena de generación de empleos de la cual dependen muchas familias.

La competitividad y la globalización son dos paradigmas del mismo fenómeno. Hoy día ha sido cuestionada esta última por los insignificantes niveles de crecimiento de la economía mundial, lo cual incluye al ritmo de crecimiento de las principales potencias. Esta situación está llevando a varios gobiernos a cuestionar la total apertura, o a reducirla en algunos sector clave a la competencia internacional. Como contraparte, se empieza a vislumbrar como una tendencia de política económica y comercial global el cuidado de los mercados internos que representa un espacio de atención esencial que requiere fortalecerse y, de ser posible, protegerse para poder suministrar productos de calidad a la población y a bajo costo.

Como las importaciones son mayores que el producto interno bruto manufacturero, se observa un proceso de *desindustrialización*. De esta manera, sin tener una economía interna sólida, no se podrá contar con ventajas competitivas con los demás países. A nivel meso económico, es interesante observar las limitantes de las empresas, esencialmente del calzado, para poder desarrollar estrategias interempresariales comunes, desde las alianzas para competir internacionalmente, en un contexto donde por muchos años fueron extraordinariamente protegidas.

En el nivel microeconómico resalta la importancia de la falta de organización intraempresa, la falta de diseño de productos y la nula estrategia de mercadotecnia para posicionar los productos de la mayoría de las empresas micro, pequeñas y medianas empresas. Si a estos elementos se añade la absoluta inexistencia de inversión en materia de investigación y desarrollo el panorama para las empresas guanajuatenses de calzado se torna muy complicado.

5.3 Políticas de apertura y desregulación económica

Las políticas públicas de fomento a la apertura comercial, la inversión extranjera y a la desregulación iniciaron, con una revisión apretada, en los años ochenta con la privatización de la banca nacional y el ingreso de México al GATT, continuaron en los noventa con la firma del TLCAN y las diversas reformas a las leyes y reglamentos que regulaban a los organismos financieros y se profundizaron en los últimos años con la privatización de CFE y de PEMEX. Esto ha dado paso a un mercado muy abierto: hasta el momento se cuentan con doce tratados de libre comercio y de atracción de inversión extranjera directa (IED) con 46 países. De igual forma es importante considerar la forma en cómo se relacionan las cadenas productivas empresariales en cualquier tipo de industria, como forma de articulación de esas políticas industriales.

Durante las últimas tres décadas el crecimiento del PIB apenas alcanzó el 2% en promedio anual, sin hablar de los problemas que inciden en los salarios y el empleo.

De acuerdo con los pactos que se iniciaron en la administración gubernamental de Enrique Peña Nieto, se tiene como un factor principal la apertura del país expresada en el libre comercio, la movilidad de capitales y la integración productiva en diversas líneas de acción. Esto queda plasmado en el

PND 2012-2018,¹⁴ a continuación se podrán observar los puntos que se pretenden realizar en este período: propiciar el libre tránsito de bienes, servicios, capitales y personas; impulsar iniciativas con países andinos en desarrollo y convencidos del libre comercio, como un generador del crecimiento, la inversión, la innovación y el desarrollo tecnológico; profundizar la apertura comercial con el objetivo de impulsar el comercio transfronterizo de servicios; brindar certidumbre jurídica a los inversionistas; eliminar la incongruencia arancelaria, corregir su dispersión y simplificar la tarifa, a manera de instrumento de política industrial, cuidando el impacto en las cadenas productivas y participar activamente en los foros y organismos internacionales, a fin de reducir barreras arancelarias y no arancelarias al comercio de bienes y servicios.

Otro grupo de medidas establecidas en el PND son aumentar el fomento de políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas; impulsar la profundización de las relaciones comerciales con nuestros socios comerciales; difundir las condiciones de México en el exterior para atraer mayores niveles de inversión extranjera; promover la calidad de bienes y servicios en el exterior para fomentar exportaciones, e impulsar mecanismos que favorezcan la internacionalización de empresas mexicanas.

Es interesante observar todo este tipo de acciones que se pretenden realizar, pero es también importante tener en cuenta que para una sólida apertura del comercio se tiene que tener un grupo de medidas orientadas hacia el mercado interno, como lo comentan varios autores clásicos, sobre todo las de la economía política clásica.

En algunos países, que están teniendo un gran crecimiento como Corea del Sur y China, se puede testificar la estrecha relación de las empresas con el gobierno, donde este es estricto en sus políticas públicas y su mercado, pues no solo se protegen de manera sigilosa la entrada de mercancías, sino que

¹⁴ PND. Plan Nacional de Desarrollo 2012-2018.

además apoyan la comercialización de los productos Chinos y promueven la creación de empleo a gran escala.

En el caso de México, las instituciones responsables vinculadas con el sector productivo en el mejor de los casos ofrecen “instrumentos horizontales” que afectan a la economía por igual, en donde se da una mínima priorización estratégica de cadenas de valor particulares en territorios específicos y sin capacidad institucional de implementar programas de esta índole (Dussel Peters,2016). En este sentido el rumbo que se marca no está en cierta medida, bien organizado, ya que con la entrada del nuevo Tratado Transpacífico se ha marcado ahora y se perfila para el futuro un nuevo rumbo para esta industria del calzado.

En el TPP están involucrados doce economías con el área del pacifico tales como: Estados Unidos, Japón, Vietnam, China, México, Brunei, Canadá, Chile, Malasia, Nueva Zelanda, Perú y Singapur que pretenden tomar medidas arancelarias y no arancelarias que en gran medida afectaran a la industria del calzado.

Los países asiáticos tendrán una gran ventaja en comparación con las demás economías, ya que Canadá y México posee muy pocos tratados con los otros diez países, es por tener en cuenta que en el caso específico de México necesitara realizar una reestructuración política que oriente su crecimiento también hacia el mercado interno para fortalecerlo, pues ahora ya no se contara con altas tasas de arancel a países principalmente asiáticos en donde en primera instancia se verá afectada la economía mexicana y por ende la industria del calzado y en especial el del calzado de tipo cuero que es el principal producto. Es por eso que se debe fomentar e incentivar diversas estrategias para la competitividad en donde este estrechamente relacionado con el financiamiento, innovación tecnológica, proveeduría, marketing, enlaces con los clientes, regulaciones fiscales y aduanales así como el fortalecimiento de instituciones especializadas en esta industria.

5.3.1 Cuotas compensatorias y contrabando

A lo largo de los años una de las industrias que más se ha visto desfavorecida por el contrabando sin duda ha sido la industria del calzado entre algunas otras que están de alguna u otra forma relacionadas con esta como lo es la industria confección-textil, que principalmente está involucrada con países principalmente asiáticos que introducen a nuestro país de manera ilegal mercancías de este tipo que afectan a la economía mexicana, ya que muchos de estos productos son de un precio inferior al de nosotros (dumping), desplazándonos de nuestro mercado interno. Es por eso que en esta investigación es muy importante el tema del contrabando porque no se han tomado las medidas necesarias para poder enfrentar este tema tan delicado, para así poder erradicarlo de tal manera que se pague lo que se tiene que pagar al gobierno por medio de los impuestos en la entrada de mercancías del extranjero.

De acuerdo a Lomelí (2008) se dice que una de las principales razones por las que se pidieron cuotas compensatorias es que en países como China, Vietnam, indonesia y Malasia tienen condiciones laborales limitadas y esto incentiva a la competitividad de las empresas en precios reducidos. Y con esto, también se ha observado como a México han entrado un sinnúmero de zapatos de contrabando. Por medio de tres mecanismos:

1. Por medio de un contrabando técnico, que se refiere a introducir al país mercancías (calzado con aranceles elevados) reportando otro tipo de producto (que no paga aranceles), lo cual es posible ya que sólo se revisa el 3 o 4% de la carga.
2. Triangulación de la producción, lo cual quiere decir que se introduce mercancía que se produce en un país, por medio de otro país. Lo cual es muy común observar en el caso de China y Vietnam, debido a que este último no cobra cuotas compensatorias, sino solamente el arancel de NMF (Nación Mayormente Favorecida) de 30%. Otro país que permite esa práctica de China son los Estados Unidos ya que la mercancía entra

como procedente de ese país, sin pagar impuestos dados los beneficios de TLCAN.

3. Operación hormiga, lo cual se refiere a que diariamente entran al país zapatos que no pagan impuestos, por medio de ir y venir de carretillas que llenan un camión. Esto se refiere a que cuando se tienen productos que vienen principalmente de Estados Unidos.

Esto es interesante, pues muchas de las importaciones que se tienen de calzado son en gran medida por China y que no se tiene un buen control de lo que entra al país.

Un alto grado de importaciones son ilegales el gobierno creo la Comisión Mixta de Seguimiento de Combate al contrabando, en donde se tiene como objetivo detener estas mercancías. De acuerdo Adriana Martínez en un estudio realizado por ella se hizo una encuesta para ver que paso luego de haber puesto en vigor al TLCAN en donde enfrentaron los siguientes problemas:

- Falta de apoyos públicos (28%)
- Falta de personal calificado (18%)
- Regulaciones ambientales (18%)
- Burocracia pública (18%)
- Dificultades para obtener los niveles de productividad (18%)

Esto fue lo que diversos empresarios dijeron en un estudio que realizo la autora en donde dicen los empresarios principalmente que no cuentan con el apoyo público, caso que ha de verse, pues antes de la apertura comercial el gobierno tenía muy protegido su economía y con esta apertura muchos de los empresarios sintieron un desapego del gobierno, pues no solo tiene la culpa el gobierno sino que los empresarios por igual al también depender en gran medida del gobierno.

Entonces el contrabando es de carácter ilegal y su crecimiento ha sido agudo, pues no solo ha dañado a la industria del calzado sino a diversos sectores productivos del país, y las estrategias y acciones que han instrumentado las autoridades para combatirlo no han sido capaces de poder

contrarrestarlas. El contrabando afecta la captación de ingresos fiscales del gobierno y acapara mercado por los bajos costos, dañando así a los productores de calzado nacional, fomentando también el comercio informal, dando paso a que las empresas cierren y por ende se pierdan trabajos teniendo un efecto domino para atrás y para adelante.

Uno de los factores que influyen en las prácticas de contrabando de calzado en nuestro país son las restricciones que tienen las autoridades para iniciar algún procedimiento administrativo o judicial en contra de algún importador que demuestre que el certificado es falso o tiene alteraciones y para demostrar que es así tendrían que ir al país de origen.

En el año 2014 se han implementado medidas que buscan regular la importación y exportación de mercancías en específico para el calzado, y en concreto para trasladar el período de desgravación acordado para el total de la economía (a partir del 1 de enero de 2015 el arancel máximo se reduciría a 20 %, siendo que en la actualidad es de hasta un 30 %) hasta el 31 de enero de 2019, y la segunda la constituye una serie de medidas comerciales –cuotas compensatorias, medidas de defensa comercial (antidumping) y en general la imposición del máximo del arancel permitido como Nación Más Favorecida (NMF) a los respectivos países, así como un programa implementado por la CIECG para capacitar a inspectores en nueve aduanas por las que ingresan, desde el 2014, las importaciones de calzado.

Asimismo, estas medidas buscan regular y controlar las importaciones de calzado En nueve aduanas, a fin de que éstas sólo puedan realizarse por empresas inscritas en un padrón de sectores específicos regulados por el Sistema de Administración Tributaria (SAT) y que estén al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Hasta antes del 2014 no existían medidas de remedio comercial que permitan hacer frente a la problemática de importaciones masivas informales e ilegales.

A modo de conclusión es posible señalar:

- Cada sector tiene su propia capacidad de innovar dependiendo del tipo de papel que desempeñen en la industria. En el caso de la industria del calzado el proceso tiene que ver con el diseño, el tiempo de elaboración y entrega, y la moda.
- Para incentivar la innovación es necesario el cambio de políticas públicas y en especial a las de inversión en ciencia y tecnología, ya que en este país es muy baja, en comparación con países desarrollados y otros de desarrollo intermedio.
- Las empresas de calzado en Guanajuato tienen muy poca relación con Universidades y cuentan con nimios apoyos, o se carece de un impacto claro de las organizaciones o instituciones que puedan brindarlos, a pesar de su existencia.
- El desarrollo de las nuevas ciencias como la biotecnología o la nanotecnología están marcando el rumbo de esta industria, dentro de la que se presentan fuertes tendencias a la mayor *especialización* y *personalización* del calzado procesos que seguramente continuarán dirigiendo las empresas transnacionales, y que además invierten en un alto grado en innovación.
- En Guanajuato solo las grandes empresas cuentan con un proceso productivo semi-automatizado, mantienen una mayor vinculación con las instituciones y además tiene un departamento que fomenta la innovación, pero sólo representan el 2% del total de los negocios en la industria del calzado en el estado de Guanajuato. Las demás empresas tienen como principal innovación las revistas, ferias, e internet en donde copian los modelos de exhibición, mantienen una débil vinculación con las instituciones de apoyo, carecen de técnicas de comercialización así como de planificación, investigación, desarrollo y financiamiento.

- La materia prima esencial en la producción de calzado en Guanajuato es el cuero, pero este no tiene la calidad requerida para abastecer mercados internacionales y en algunos casos nacionales, es por eso que grandes empresas importan cueros de otros países para poder cubrir su demanda y calidad.
- El financiamiento en la industria del calzado es mínimo, de incrementarse podría permitir la inversión en ciencia y tecnología, que tiene efectos directos en la innovación y la competitividad. Los recursos de apoyo deben mejorar lo cual implica impulsar los programas del CONACYT, así como de las universidades públicas y orientarlas a favor del desarrollo económico.
- Las políticas de apertura se iniciaron con el ingreso de México al GATT en los años ochenta y continuaron con el TLCAN en los noventa. Hasta el momento México cuenta con doce tratados de libre comercio y de atracción de inversión extranjera directa con 46 países.
- La administración de Enrique Peña Nieto inició con lineamientos que incentivan la creación de más acuerdos en donde se pretende dar paso a una economía más abierta propiciando el libre tránsito de bienes, servicios, capitales y personas, dejando en claro que esta es la mejor forma de incentivar el crecimiento económico del país, pero para esto es necesario tener una economía interna sólida. Las reformas aplicadas hasta ahora no han beneficiado en una mayor medida a la economía mexicana, ni ha tenido efectos contundentes en los niveles de empleo y pobreza.
- Con el inicio de los tratados se dio a la par el contrabando, pues muchos de los países extranjeros tenían aranceles altos y para exentarse de estos, los ingresaban a México de manera ilegal, principalmente mediante de tres formas: contrabando técnico, triangulación de la producción, operación hormiga. La mayoría de las importaciones ilegales son de países asiáticos como China y Vietnam, en donde se dan principalmente

por los altos aranceles que se tienen, pero la entrada de mercancías ilegales de estos países es masiva, y es interesante resaltar esto ya que México no cuenta con medidas en las que se controle la entrada de mercancías ilegales.

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

Capítulo 6. Conclusiones

Resumen

En este capítulo se hace referencia a las conclusiones de esta tesis que nos servirán para sintetizar el comportamiento de la industria del calzado y los factores que influyen las exportaciones de calzado, todo está en parte relacionado con los capítulos vistos anteriormente, empezando con el primer capítulo que a continuación se relatara.

En la industria del calzado mundial se ha tenido un incremento en la producción y consumo de calzado y gran parte de este desarrollo lo ha tenido China en donde demuestra un gran potencial y liderazgo en esta industria. En muchas ocasiones se cree que el precio es el factor más importante para el consumo de calzado, sin embargo, no es el único elemento considerado por los consumidores. Como hemos visto, influyen en la adquisición también la calidad, el diseño y la mercadotecnia, entre otros factores, en los cuales países como Italia, España, Portugal y otros nos ponen el ejemplo de como la calidad, el diseño y la innovación son integrantes que no influyen en gran medida con el precio de la competencia.

El ritmo de la producción y las exportaciones de la industria del calzado en el mundo lo conducen los países en desarrollo, principalmente del continente Asiático, el volumen de producción de estos países arrebatada en gran medida a los demás su capacidad de producción.

Tres de los países que pertenecen a los BRIC'S son los principales productores de calzado. Es además importante resaltar como se ha duplicado la producción mundial en tan solo 12 años pasando de 10 a 20 billones de pares de calzado y donde México sigue siendo uno de los principales productores.

Es así también como al formar una economía mundial tan globalizada se tiene también un efecto de encadenamiento en donde la crisis que le

afecte a un país puede afectarle en cierta forma a otro si de este depende en algún sector y tal es el caso de México y de esta industria ya que el principal socio comercial de México es Estados Unidos y se afectaron en gran medida las exportaciones de este país, es por eso que la crisis que se inició por Estados Unidos de América de 2007- 2009 afectó claramente a la industria del calzado, y principalmente al estado de Guanajuato, pues son tres municipios que concentran la mayor producción a nivel nacional con un 70% del total nacional, aunque también cabe resaltar que si le afecto a esta industria, pero en menor medida que a la actividad nacional. El comportamiento que muestra la industria del calzado en el tamaño de las empresas es que del año 2004 al 2014 han crecido más las microempresas que cualquier otra ya que su ritmo de crecimiento ha sido del 15% mientras que las pequeñas disminuyeron 10% las medianas disminuyeron 4% y las grandes crecieron un 1%, y es así como las micro(picas) y las mipymes son uno de los motores potenciales de empleo en este sector y que eso incentiva a que sean importantes en la economía de Guanajuato.

Como comentamos anteriormente el principal socio comercial de México es Estados Unidos y que en los últimos años se sigue teniendo una mayor relación con ellos, pues del total de las exportaciones de bienes y servicios del 2003 al 2014 se tuvo un incremento del 58.5% y que en gran medida la mayoría de las exportaciones son en por el sub-sector como la industria manufacturera que para esos años tuvo un crecimiento del 139.8% dejando claro cómo ha crecido la industria manufacturera en este país y de su estrecha relación con el país vecino del norte. También el comportamiento que muestra la industria del calzado para esos años es de un crecimiento del 4%, este crecimiento es bajo a comparación con el incremento que están teniendo otros países dentro de los cuales estamos perdiendo competitividad como lo son los BRIC'S principalmente por Vietnam y China, pues su presencia en el mercado Americano es

fuerte y que sin embargo seguimos teniendo un mayor vínculo con este país y que en gran medida será importante seguirle vendiendo calzado, pues más de un 70% de exportación de calzado se hace a este país y que además nos conviene que este solida su economía para así proporcionar un efecto positivo en los diversos sectores con los que México tiene con este país. Dentro del comportamiento que se tiene en esta industria La mayoría de calzado de exportación es de tipo piel, teniendo hasta el 2015 una representación del 37%. Menor que años anteriores. El tipo de calzado que más ha mostrado tener presencia es el de Piel, aunque del 2010 al 2015 cayo un poco y el de sintético de igual forma fue desplazada, dejando claro cómo se incrementó el porcentaje del impermeable y textil, esto es algo que nos deja con la incertidumbre de saber sobre el rumbo que tomara esta industria o del comportamiento del mercado al cual se está dirigiendo. Así como las exportaciones que se han tenido son importantes también las importaciones han crecido

El crecimiento de las importaciones totales de bienes y servicio ha incrementado un 29.51 %

El comportamiento que han tenido las importaciones de calzado desde el 2003 al 2015 han sido cambiantes pues de ser Vietnam el principal importador de calzado a México en el 2003 con una representación del 15% y China del 10%, paso a ser en el 2015 China el primer proveedor de calzado con un 42% y Vietnam un 29% del total importado para ese año. Dentro de las principales empresas que se dedican a importar calzado son empresas multinacionales tales como: Nike, Adidas, Puma, Converse. Que compiten entre sí mismas y principalmente importan calzado de tipo sintético y textil que es elaborado en los países como Vietnam, China e Indonesia que son de los principales productores de calzado mundial, esto está estrechamente relacionado con estas grandes marcas que tiene sus principales maquiladoras en estos países.

El desarrollo que ha tenido México en la industrial del comercio internacional se comenzó de manera formal con el inicio del GATT(Acuerdo General de Aranceles y Comercio), aquí se iniciaría la competencia internacional para el año de 1985 con el presidente Miguel de la Madrid, y nueve años después entra en vigor el TLCAN que dio inicio con Salinas de Gortari que promovió esta alianza comercial que ha desplazado grandes cantidades de productos, bienes y servicios entre estos 3 países(Canadá, Estados Unidos y México). Y con el paso de los años se ha incrementado el número de tratados y alianzas con otros países. Y ahora en el sexenio de Enrique Peña Nieto se han propuesto un mayor número de tratados comerciales para la mejora de la economía del país dando paso a que los comerciantes mexicanos tengan oportunidad de expandir sus productos, pero no sólo es para los mexicanos sino que además para el libre tránsito de las empresas multinacionales, pues hasta el momento se cuentan con doce tratados de libre comercio con 46 países y de atracción de inversión extranjera directa y aún se están en revisión algunos otros tratados y acuerdos. Con la apertura comercial también se inició el contrabando, ya que las economías hasta ese entonces tenían aranceles altos y los veían como una forma de exentarse de ellos, este efecto no ha ayudado al país en su desarrollo sino al contrario, pues muchas de las ocasiones en las cuales se ha ingresado mercancía de contrabando tienen procedencia del continente Asiático y al momento de su ingreso tienen un costo en muchas ocasiones muy por debajo del interno y esto ha propiciado a que se desplace el mismo consumo interno de calzado mexicano. El volumen de sus importaciones de contrabando han sido bastante altas en las que es importante sostener una medida en las aduanas que apoye al control de esta, pues a diario se comercializan millones de dólares en estas de manera ilegal.

Otras de las conclusiones a las que hemos llegado es que para

poder tener una economía más sólida se necesita incentivar diversos factores como la innovación y la competitividad, para lo cual es necesario el cambio de políticas públicas que se adhieran a la situación en la que se desarrolla la economía mexicana y es especial la industria del calzado, en donde cada sector tiene su propia capacidad de innovar de acuerdo al entorno en el cual se desarrolle, en donde la industria del calzado está estrechamente relacionada con la moda, diseño, tiempo y logística en donde le permitirá por medio de la innovación en sus procesos productivos una mayor competitividad, no es solo decir que con innovar se puede incrementar la competitividad, pero este podría ser un fuerte factor que permita el cambio en este segmento de mercado que esta tan competido. Y retomando lo señalado a las políticas públicas es urgente para México un cambio en estas, pues la inversión en ciencia y tecnología propicia al desarrollo de las economías en donde se ve el claro ejemplo en países desarrollados que le apuestan una gran inversión a este sector y que en México de igual manera se debe estimular este. En el estado de Guanajuato la industria del calzado es muy importante ya que muchos empleados dependen de este importante sector, pero a lo largo del tiempo se han tenido muchos rezagos que no han beneficiado la industria y al mismo tiempo a las universidades y al gobierno, pues la relación que se tiene entre estas es poca, y que sin duda alguna no permite un mayor crecimiento tanto en ciencia como en tecnología y nuevas formas de innovación y de que además se pueda brindar un apoyo reciproco. En el caso de la industria del calzado el desarrollo en innovación se está marcando fuertemente por una mayor especialización y personalización en donde las grandes multinacionales están marcando el rumbo en cuanto a innovación ya que se están relacionando con otras ciencias que incentivan estas como la nanotecnología y biotecnología.

En el caso de Guanajuato solo las grandes empresas cuentan con

un proceso productivo semi-automatizado, mantienen una mayor vinculación con las instituciones que dan apoyo y además tiene un departamento que fomenta a la innovación, pero esto es solo en las grandes empresas que representan un 2% aproximadamente del total de empresas de calzado del estado de Guanajuato. Las demás empresa tienen como principal innovación las revistas, ferias, internet en donde copian los modelos de exhibición, están mantienen una débil vinculación con las instituciones de apoyo, carecen de técnicas de comercialización así como en la planificación, investigación, desarrollo y financiamiento que en muchas ocasiones se han visto restringidas por estos medios pues son de menor tamaño y en muchas ocasiones no se tiene o se invierte en este tipo de actividades.

La materia prima que es esencial en la producción de calzado en Guanajuato es el cuero, pero este no tiene la calidad requerida por mercados internacionales y en algunos casos nacionales, es por eso que grandes empresas importan cueros de otros países para poder cubrir su demanda y calidad, esto es de alguna manera grave pues la calidad en este sector importante en la cual ayuda a su desarrollo de expandirse a nivel internacional, ya que países europeos compiten a un alto grado de calidad a la cual en el caso de México si se quiere crear nichos de mercado en este sector tendrán que mejorarlo, y no solo es con este continente sino que además con nuestro principal socio comercial Estados Unidos ya que con los nuevos tratados que se pretenden hacer los aranceles que tienen este país con países asiáticos disminuirá en donde ahora México además de competir a nivel nacional con estos países también tiene que competir con el principal socio comercial en donde es urgente una restructura y nueva creación de nichos de mercado en donde se especialice esta industria del calzado que da de comer a muchos mexicanos y principalmente a Guanajuatenses.

CAPÍTULO 7. BIBLIOGRAFÍA

Capítulo 7. Bibliografía

- ÁGUILA, E. D. L. P. H. (2005) Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro Factores determinantes del éxito exportador. El papel de la estrategia exportadora en las empresas de economía social. pp (3183-3196).
- _____ (2015). Retos y perspectivas de la industria mexicana del calzado ante la apertura comercial. El impacto de la competencia con China. *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, 14(40).
- ABRAMOVITZ, M. (1986). "Catching Up, Forging Ahead, and Falling Behind". *Journal of Economic History*, 46:2, pp. 385-406.
- AGUIRRE, Mario Gómez; CABRERA, Ivonne Dalila Gómez. (2013) correlación de la producción cíclica manufacturera de México y EUA comprobada con el análisis espectral. *Revista Nicolaita de Estudios Económicos*, 2013, vol. 1, no 1, p. 51-75.
- AGUIRRE, Mayerlin (2011), Factores Culturales que facilitan la internacionalización para las PYMES de calzado de Bogotá.
- ALFARO, Ramón (2007) Estrategias para competir internacionalmente. FES Aragón, UNAM
- ALONSO, J. A. y DONOSO, V. (1998): Competir en el exterior. La empresa española y los mercados internacionales, Editorial ICEX, Madrid.
- ALPER, C. E. (2002). "Business Cycles, Excess Volatility and Capital Flows: Evidence from Mexico and Turkey", *Russian and East European Finance and Trade*, 38(4), pp. 22-54.
- ALVAREZ, Roberto (2002). *Determinantes del Desempeño Exportador de las Firms Chilenas: Evidencia en la Industria Manufacturera*. Documento de Trabajo No. 186 Abril, Departamento de Economía Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Chile.

- ARJONA, L. E., & Unger, K. (1996). Competitividad internacional y desarrollo tecnológico: la industria manufacturera mexicana frente a la apertura comercial. *Economía Mexicana NUEVA ÉPOCA*, (2), 187-220.
- AVEDAÑO, Karen & Peña, Cristhian (2004), Estudios de factibilidad y propuestas de plan de exportación de calzado de cuero elaborado en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, para el mercado Venezolano.
- BAYOUMI, T., & Eichengreen, B. (1992). *Shocking aspects of European monetary unification* (No. w3949). National Bureau of Economic Research.
- BENAVIDES, D. R., Santiago, V. L., & Ortiz, E. (2015). ¿Sincronizaron México y Estados Unidos sus ciclos económicos con el TLCAN? *Contaduría y Administración*, 60, 195-229.
- BERG, Andrew & Krueg, Anne (2002). Dar vela al comercio. Finanzas y Desarrollo. Visitado el 19 de enero de 2016.
- BOBADILLA, Vanessa del Pilar Castillo; ZAPATA, Martha Isabel Bojórquez; BRITO, Antonio Emmanuel Pérez. (2013). La mercadotecnia, factor clave para la competitividad organizacional. *Gestión & Sociedad*, vol. 6, no 1, p. 15-30.
- CALLEJA, R. N. (1986). El oficio de zapatero: antecedentes y tendencias. *Nueva Antropología. Revista de Ciencias Sociales*, (29), 29-48.
- CASILLAS, & Moncada (1968) Periodo 1975-1976: Crisis en la industria zapatera, Universidad Iberoamericana, tesis.
- CHIQUIAR, D y Ramos, Francia (2007). La Ventaja Comparativa y el Desempeño de las Exportaciones Manufactureras Mexicanas en el Periodo 1996-2005.
- CIRIEC-España, (2008) Factores determinantes del éxito exportador. El papel de la estrategia exportadora en las cooperativas agrarias. Pp (39-64) Universidad de Castilla- La Mancha.
- CORNWALL, J (1977) Modern Capitalism. Its Growth and Transformation. Martin Robertson, London.

- DUSSEL, Enrique (2016) Efectos del TPP en la cadena de valor del calzado en México; La industria del calzado en Vietnam.
- FERRER, Aldo. (1999) Comercio Exterior, Vol. 49, Núm. 6, México, BANCOMEXT, pp. 527-536
- FRANKEL, Jeffrey A.; ROSE, Andrew K. (1998). The endogeneity of the optimum currency area criteria. *The Economic Journal*, vol. 108, no 449, p. 1009-1025.
- GOMULKA, S. (1971) Inventive Activity, Diffusion and Stages of Economic Growth. Skrifter fra Aarhus universitets okono miske institut nr. 24, Aarhus
- GONZÁLEZ, Ana (2015). Los desafíos de la industria manufacturera mexicana. Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Congreso online sobre desafíos de las Empresas del siglo XXI. Pp. 118-134.
- GUZMÁN, A., & Toledo, A. (2005). Competitividad manufacturera en México y China en el mercado estadounidense. *Economía, UNAM*
- HERRERA Izaguirre, Lope Díaz, Badillo Santes y Escobedo Carreón: "El comercio internacional de México: antes y después del TLCAN" en Observatorio de la Economía Latinoamericana, N° 169, 2012. Texto completo en <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2012/>
- HYMER, S. H. (1976). *The international operations of national firms: A study of direct foreign investment* (Vol. 14, pp. 139-155). Cambridge, MA: MIT press.
- IGLESIAS, Esther (1988), La industria del cuero y del calzado en México. Instituto de investigaciones económicas, UNAM.
- IGLESIAS, Esther (2014), "La industria del calzado en México a veinte años del TLCAN" *TLCAN 20 Años. ¿Celebración, Desencanto o Replanteamiento?*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
- JIMÉNEZ, Enrique, (2012). Proyecto para la creación de la unidad federal de control y monitoreo de calzado de importación. Fes Aragón, UNAM.

- JIMÉNEZ, Irene (2007) Factores determinantes del comportamiento exportador de las PYMES de Aguascalientes.
- KENEN, P. B. (1969). The Theory of Optimal Currency Areas: an eclectic view, w: Monetary Problems of the International Economy, red. A. Swoboda, RA Mundell, Chicago.
- KINDLEBERGER C.P.(1969):“American Business Abroad”, The International Executive 11
- KRUGMAN, P., & Venables, A. (1993). *Integration, specialization, and the adjustment* (No. w4559). National Bureau of Economic Research.
- MADDISON, (1982) Phases of Capitalist Development. Oxford University Press, New York
- MARTÍNEZ, A. (2009). El sistema sectorial de innovación del calzado: el caso Guanajuato. *Daniel Villavicencio y Pedro Luis López de Alba, coordinadores, Sistemas de innovación en México: regiones, redes y sectores, México, Plaza y Valdés Editores.*
- MARTINEZ, Adriana (2006). Capacidades competitivas en la industria del calzado en León: dos trayectorias de aprendizaje tecnológico, pp: 96.
- MEJÍA, P., Gutiérrez E. y Pérez, J. (2006). “Los claroscuros de la sincronización internacional de los ciclos económicos: evidencia sobre la manufactura de México”, *Ciencia Ergo Sum*. Vol. 13, Núm. 2, pp. 133-142
- MONCADA, Luz & Casillas, Martha (1978), “Periodo 1975-1976: Crisis en la industria zapatera” Universidad Iberoamericana León.
- ORTEGA, Alfonso (Coord.)(2007), Nuevas estrategias de internacionalización del calzado alicantino en el mercado Europeo
- ORTIZ, A. & Martínez, A. (2000). Factores de competitividad, situación nacional y cadena productiva de la industria del calzado en León, Guanajuato. *Economía, Sociedad y Territorio*, II (7) 533-568.
- PEGUEROS, Gabriela (2001). Los efectos de la apertura comercial en el sector calzado y sus perspectivas hacia el siglo XXI. Universidad Nacional Autónoma de México.

- PORTER, Michael (1987), *Estrategia Competitiva*, México: Editorial Cecsca.
- _____ (1987-b), *Ventaja Competitiva*. México: Editorial Cecsca.
- Posner, M., (1961) International Trade & Technical Change - Oxford Economic Papers, Vol.13, Iss. 3; pg. 323, 19 pgs.
- QUINTANA, A., & Soto, R. Tratado de Libre Comercio de América del Norte y desindustrialización en México. *Ola Financiera*, 7(19).
- RABELLOTTI, Roberta (2003). How globalization affects Italian industrial districts: The case of Brenta. In Hubert Schmitz (Ed), Local Enterprises in the Global Economy: Issues of Governance and Upgrading.
- REYES, Pablo; Alva, Elías; Silva, Claudia (2006) La sincronización de los ciclos económicos de México y Estados Unidos. *Investigación Económica*, p. 15-45.
- RIALP, A. (1999). Los Enfoques Micro-organizacionales de la Internacionalización de la Empresa: Una Revisión y Síntesis de la Literatura. *ICE: Revista de Economía*, (781), 117-128.
- ROMERO, J. (2009). Evolución de la relación de largo plazo entre las economías de México y EUA, 1950-2008. *Análisis Económico*, 24(57), 169.
- ROMO Saavedra, M, & Ceballos Ochoa, J (1984). *Exportación De Calzado Mexicano A Los Estados Unidos Y La Identificación De Un Mercado Potencial*, n.p.: TESIUNAM
- ROSSANO, Eusebio (2001). Los determinantes del resultado exportador: Un análisis comparativo entre empresas españolas e italianas.
- SECRETARIA DE ECONOMÍA (2010) Intercambio comercial de Guanajuato con la Unión Europea.
- TODARO, Michael & Smith, Stephen (2012). Economic Development, 11th Edition, Pearson Education Limited, Addison-Wesley.

- TORRES, Alberto; Vela, Oscar (2002). Integración Comercial y Sincronización entre los Ciclos Económicos de México y los Estados Unidos. *Banco de México, Documento de Investigación*, no 2002-06.
- VARGAS SÁNCHEZ, A. (2002): «De la participación a la gestión de conocimiento y del capital », CIRIEC-España núm. 40, pp. 123-140.
- VÉLEZ Elorza, M.L.; Álvarez-Dardet Espejo, M.C.; Araujo Pinzón, P.; Sánchez Vázquez, J.M.; (2010). Internacionalización y control inter-organizativo: revisión teórica y propuestas de investigación. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, Enero-Abril, 165-180.
- VILLARREAL Segoviano, F. J. (2012). Logística Integral: Una alternativa para crear valor y ventajas competitivas en las pequeñas y medianas empresas (pymes) del Sector Calzado. *Nova scientia*, 4(8), 165-202.
- WORLD FOOTWEAR YEARBOOK (2010). El mercado Mundial de calzado.
- _____ (2012). El mercado Mundial de calzado.
- _____ (2013). El mercado Mundial de calzado.
- _____ (2014). El mercado Mundial de calzado.
- _____ (2015). El mercado Mundial de calzado

Referencias de internet

- CICEG (2013). *Datos del sector calzado en México 2013*.

Disponible en: http://www.ciceg.org/pdf/sector_datos.pdf. [[Ultimo acceso 20 de noviembre de 2014].

- DUANA, Dánae & González, Fabián, (2014). Desempeño comercial de la industria del calzado en México. Citado por última vez 02/05/2016 <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n5/e4.html>.
- INEGI (2009). *Industria del calzado*. [ONLINE] Disponible en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M_Ind_calzado.pdf. [Ultimo acceso 20 noviembre de 2014].
- IPLANEG (2007). *Información del Sector Calzado*. [ONLINE] Disponible en: <http://iplaneg.guanajuato.gob.mx/informacion-del-sector>. [Ultimo acceso 21 de noviembre de 2014].
- Recuperado de <http://www.248.redalyc.org/articulo.oa?id=11100706>
- SAPICA (2014). *Directorio de Exportadores*. [ONLINE] Disponible en: <http://www.sapica.com/directorio-de-exportadores.pdf>. [Ultimo acceso 10 Octubre de 2014].
- Secretaria de Economía (2013). *Industria del calzado*. [ONLINE] Disponible en: http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/informacionSectorial/calzado_170114.pdf. [Ultimo acceso 1 de diciembre de 2014].
- World Integrated Trade Solution de <http://wits.worldbank.org/es/Product-Analysis-visualization.html>, Último acceso el 21 de Abril de 2016.
- World Footwear 2015. citado ultima vez 26 de Abril de 2016 https://issuu.com/joanavazteixeira/docs/20150727_snapshot_2015
- TY - JOURTI - Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial (2007) Revista Omnia, vol. 13 núm.2 pp. 158-184 Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208>
- Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/sector-calzado-preve-incremento-de-en-su-produccion.html> citado el 25 de mayo de 2016
- Disponible en :<http://www.gestiopolis.com/perspectivas-de-la-industria-del-calzado-en-mexico/> citado el 25 de mayo de 2016

ANEXOS

Anexos

Producción, establecimientos empleados y volumen de exportación
Sector calzado
1941 – 1990

Año	Producción (millones de pares)	Variación anual %	Establecimientos	Empleados	Exportación (millones de pares)	Variación Anual %
1941			1315	19940		
1951	10.8		1525	22000		
1955	10.9		1575	22000		
1960	60.0			5380		
1965	60.0		2784-			
1970	60.0		2496	12477		
1971	115.0					
1972	120.0					
1973	125.0					
1974	130.0				2.5	
1975	135.0		11834-1920	13246	5.2	
1976	121.5				4.5	
1977	191.0				4.3	
1978	210.0				3.6	
1979	218.0				7.2	
1980	234.0				8.7	
1981	250.0					
1982	268.0					
1983	227.0					
1984	222.0					
1985	232.0					
1986	237.0		1754			
1987	244.0		1574		7.8	
1988	245.0		.		9.5	
1989	200.0				10.0	
1990	208.5		1704	40159		

Fuente: CIATEG, 1981. CANAICAL, *CONCALZADO*, 1990. Cámara Nacional de Comercio e Industria, *Directorio General de León*, 1940, 1951, 1955 y 1974 – 1075, León Guanajuato.

Balanza comercial de México con el mundo				
Valores en miles de dólares				
Año	Exportaciones	Importaciones	Comercio total	Balanza Comercial
1993	51,885,972	65,366,543	117,252,515	-13,480,571
1994	60,882,193	79,345,894	140,228,087	-18,463,701
1995	79,541,546	72,453,059	151,994,605	7,088,487
1996	95,999,737	89,468,759	185,468,496	6,530,978
1997	110,431,493	109,808,191	220,239,684	623,302
1998	117,539,288	125,373,054	242,912,342	-7,833,766
1999	136,361,810	141,974,759	278,336,569	-5,612,949
2000	166,120,730	174,457,815	340,578,545	-8,337,085
2001	158,779,727	168,396,428	327,176,155	-9,616,701
2002	161,045,973	168,678,884	329,724,857	-7,632,911
2003	164,766,429	170,545,840	335,312,269	-5,779,411
2004	187,998,548	196,809,645	384,808,193	-8,811,097
2005	214,232,949	221,819,518	436,052,467	-7,586,569
2006	249,925,134	256,058,346	505,983,480	-6,133,212
2007	271,875,307	281,949,042	553,824,349	-10,073,735
2008	291,342,589	308,603,244	599,945,833	-17,260,655
2009	229,703,544	234,384,965	464,088,509	-4,681,421
2010	298,473,141	301,481,812	599,954,953	-3,008,671
2011	349,433,377	350,842,868	700,276,245	-1,409,491
2012	370,769,884	370,751,552	741,521,436	18,332
2013	380,015,047	381,210,166	761,225,213	-1,195,119
2014	397,128,650	399,977,203	797,105,853	-2,848,553
2015 /1	252,390,154	261,491,397	513,881,551	-9,101,243

Valor Fuente: SAT, SE, BANXICO, INEGI. Balanza Comercial de Mercancías de México 1993 - 2015. SNIEG. Información de Interés Nacional.