



Casa abierta al tiempo

U. A. M. IZTAPALAPA BIBLIOTECA

129217

**UNIVERSIDAD AUTONOMA
METROPOLITANA**

IZTAPALAPA

✓ CSH

✓ LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA
INDUSTRIA DEL VESTIDO
ANTE EL TLC ✓

✓ TESINA QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION FINANCIERA
PRESENTAN

✓ FLORES CANO JOSE LUIS
GONZALEZ ESQUIVEL JOSUE
MARTINEZ HERNANDEZ SAMUEL
RIVERA MARTINEZ JUAN MANUEL
RUIZ CARAPIA ARTEMIO

ASESOR:
LIC. RAUL CORNEJO LOPEZ

1992

L.17.0cf94 LMc

129217

AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES

A MI MADRE:

SARA CANO VAQUER

POR SU AMOR, POR SU CARIÑO, POR SU CONFIANZA
POR SU APOYO ECONOMICO, POR DARMER LA OPORTUNIDAD
DE HACER UNA CARRERA PROFESIONAL, Y A QUIEN LE
ESTOY ETERNAMENTE AGRADECIDO.

MIL GRACIAS

A MI PADRE:

JOSE MARIA FLORES CANTU

A QUIEN LE DEDICO TODO EL ESFUERZO QUE HE REALIZADO
EN MI CARRERA PROFESIONAL, A TI QUE PADRE QUE EN PAZ
DESCANSES...UN RECUERDO DE AMOR Y CARIÑO.

GRACIAS

A MIS AMIGOS

POR BRINDARME SU AMISTAD, SU APOYO Y COMPRESION
EN TODO MOMENTO, POR LOS RATOS DE ALEGRIA QUE
PASE CON ELLOS, POR HABER INTEGRADO ESTE EQUIPO
DE TRABAJO QUE HA HECHO POSIBLE LA REALIZACION
DE LA PRESENTE TESIS.

GRACIAS

AL PROFESOR RAUL CONEJO

A TODOS NUESTROS PROFESORES

A TODOS MIS HERMANOS

GRACIAS

JOSÉ LUIS

A MIS PADRES

POR EL APOYO TANTO MORAL COMO ECONOMICO, ASI COMO
POR SU PACIENCIA Y SACRIFICIO

GRACIAS

A MIS HERMANOS

POR LOS RATOS DE ALEGRIA Y MOMENTOS FELICES QUE NEMOS
PASADO Y QUE GRACIAS A ELLO E PODIDO SOPORTAR LA PRESION
Y LA DISCIPLINA QUE EXIGE EL CONCLUIR UNA LICENCIATURA.

GRACIAS

A MIS COMPAÑEROS

POR SU AMISTAD Y POR EL APOYO QUE ME BRINDARON EN LOS
MOMENTOS DIFICILES DE LA CARRERA.

GRACIAS

A NUESTROS PROFESORES

QUENES POR SUS CONOCIMIENTOS Y SUS ENSEANZAS
NOS HAN LOGRADO FORJAR COMO PERSONAS
Y COMO PROFESIONISTAS

GRACIAS

UN AGRADECIMINETO ESPECIAL PARA EL DOCTOR RAUL CORNEJO LOPEZ
QUEN CON SU VALIOSA ASESORIA Y COLABORACION NOS PERMITIO LA
REALIZACION DE ESTE PROYECTO.

JOSUÉ

A MIS PADRES

GRACIAS POR SU APOYO EN MI FORMACION PROFESIONAL
Y QUE CON ORGULLO LLEVO LOS APELLIDOS
MARTINEZ HERNANDEZ.

A MIS HERMANOS

POR SU COMPRESION Y APOYO PARA
TERMINAR MI CARRERA

A MIS COMPAÑEROS

A MIS COMPANEROS DE LA UAMI Y A USTEDES CON
QUENES REALICE ESTE TRABAJO, YA QUE LOGRAMOS
CONJUNTAR UN BUEN EQUIPO DE TRABAJO Y COMPAÑERISMO

A TODOS USTEDES GRACIAS

SAMUEL

JUAN MANUEL

GRACIAS A TODOS

A MIS HERMANOS
POR SU COLABORACION Y COMPRESION QUE DURANTE LA TRAYECTORIA
DE MI CARRERA SUPIERON DEMOSTRARME Y SOBRE TODO A UNA PERSONA
QUE ME DEMOSTRO SU AMOR Y AYUDA AL FINAL DE MIS ESTUDIOS.

GRACIAS

A MIS PADRES
POR BRINDARME SU APOYO MORAL Y ECONOMICO EN LA REALIZACION
DE UNOS DE MIS MAS GRANDES SUEÑOS. LA TERMINACION DE MI
CARRERA.

A MIS PADRES

PATROCINIO RUIZ H.

JUANA CARAPIA H.

CON AMOR Y RESPETO POR SU TOTAL APOYO
Y CONFIANZA DEPOSITADA EN MI, Y POR
SU AMISTAD Y COMPRESION OTORGADA EN
TODOS LOS MOMENTOS DE MI VIDA

A MI TIA

MA. ALBERTA CARAPIA H.

QUEN ME HA BRINDADO SU APOYO Y COMPRESION,
POR SU GRAN ESFUERZO INCONDICIONAL Y ETERNA
CONFIANZA; TODO MI RESPETO Y AMOR

A TODOS MIS HERMANOS QUE CON SU AMISTAD Y APOYO ME HAN
APOYADO EN TODO MOMENTO PARA TERMINAR MI CARRERA PROFESIONAL

AL PROFESOR: RAUL CORNEJO
POR SU VALIOSA COOPERACION EN LA REALIZACION DE
LA PRESENTE INVESTIGACION.

A MIS AMIGOS QUE DE ALGUNA FORMA HICIERON POSIBLE LA
REALIZACION DE ESTE TRABAJO.

ARTEMJO

INDICE

INTRODUCCION.....	1-2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3-6
OBJETIVOS.....	7
HIPOTESIS.....	8-9
I. MARCO TEORICO	
Antecedentes del Tratado de Libre Comercio.....	10-15
Qué es el Tratado de Libre Comercio.....	15-25
II. LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN MEXICO	
Definición.....	27
Características.....	27-33
Importancia.....	33-35
Ventajas.....	36
III. LA INDUSTRIA DEL VESTIDO ANTE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO	
Antecedentes.....	37-50
Componentes y estructura.....	50-60
Exportación e importaciones de la.....	
Industria del Vestido.....	60-65
Instrumentos de apoyo a la actividad exportadora ..	66-73
Importancia de las exportaciones.....	74
Procedimientos de exportación e importación.....	75-79
IV. INVESTIGACION REALIZADA SOBRE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO	
Metodología	
Visión global del proceso de investigación.....	80
Objeto de la investigación.....	80-81
Determinación de tamaño de la muestra.....	81-84

Presentación de resultados	
Graficas.....	85-117
CONCLUSIONES	
Comprobación de hipótesis.....	118-128
RECOMENDACIONES.....	128-131
Citas bibliograficas.....	132
BIBLIOGRAFIA.....	132-135
ANEXOS.....	137-144

INTRODUCCION

El interés sobre el tema de nuestra investigación nació por la importancia que tiene para México la apertura comercial que se dará con EUA y Canadá, en particular en el ramo de la industria del vestido, ya que este sector es una fuente generadora de una gran cantidad de empleos, se destaca además por ser una industria que no contamina, y que ocupa espacios no muy grandes, perteneciendo también al grupo de actividades con menores requerimientos de inversión, teniendo así mismo un lugar importante en el producto interno bruto del país. Siendo lo anterior algunos de los motivos que nos llevaron a analizar la congruencia existente entre los objetivos planeados y lo realmente alcanzado por la industria del vestido.

El presente trabajo se divide en cuatro partes, en la primera el principal aspecto que abordamos es el relacionado al Tratado de Libre Comercio (TLC), del cual hacemos una descripción de sus antecedentes, su significado, su importancia en el comercio exterior mexicano, su importancia en la política comercial, el por qué el Tratado de Libre Comercio con EUA y Canadá, así cómo de las acciones del sector privado mexicano, posibles repercusiones y el impacto que puedan tener en la política económica de México y específicamente en los efectos de la micro, pequeña y mediana empresa de la industria del vestido.

En la segunda parte presentamos una visión general de lo que es la micro, pequeña y mediana empresa en México, definiendo cada una de ellas y describiendo sus características principales, determinando así la importancia

INTRODUCCION

que representa en la economía de México y la ventaja que ofrecen este tipo de empresas.

En el tercer punto a tratar se plantea una breve descripción histórica de la industria del vestido, donde se analizan , desde la etapa precolombina hasta la época actual, así mismo describimos sus componentes y estructura, la importancia de la industria del vestido, las medidas que la Cámara de la Industria del Vestido de México estan tomando para responder al reto del tratado con EUA y Canadá. También se expresa la situación de las exportaciones e importaciones de dicha industria. Otro punto a tratar de este mismo aspecto son los instrumentos de apoyo a la actividad exportadora, así como sus procedimientos de exportación e importación.

Por último se muestra la metodología que se llevó a cabo en la investigación, dandose una breve explicación de lo que es el proceso de la investigación, el objeto de la investigación y cómo se determina el tamaño de la muestra y finalmente cómo se llevó a cabo la investigación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

ANTECEDENTES

Debido al modelo de industrialización adoptado en décadas anteriores, tanto la industria textil -la más antigua del País- como la de la confección, son las que mayores atrasos tecnológicos presentan. El largo período de proteccionismo que disfrutó la industria mexicana evitó la modernización de la planta nacional y particularmente, la industria del vestido, se marginó la producción en pequeños talleres de costura.

De esta forma la integración de México al GATT y la apresurada apertura del mercado tomaron por sorpresa a los empresarios del vestido y mostraron la ineficiencia de varios de los procesos de producción del ramo; los precios de los productos nacionales quedaron fuera de competencia en el mercado interno.

El futuro se adelantó; la anunciada apertura comercial llegó más pronto de lo que se esperaba tomando en muchos casos por sorpresa a los industriales de la confección.

El 4 de diciembre de 1987 el gobierno aceleró todos los procesos de apertura comercial, en un intento por mantener deprimidos los precios y así controlar la inflación, en los inicios del Pacto de Solidaridad Económica (PSE).

De un plumazo los aranceles para la importación de ropa descendieron de 30 a 20%, un nivel que ni siquiera los países desarrollados se han atrevido a mantener, previendo la agresiva exportación de los países de Oriente.

Los resultados no se hicieron esperar: de septiembre de 1987

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

al mes de septiembre de 1988, las importaciones legales de ropa crecieron 300%. La opinión general era que la apertura había sido demasiado precipitada por lo que no se había dado oportunidad a la industria para modernizarse y eficientizarse. Pedro Castro Martínez, investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) expone "Nosotros pasamos de un sistema de economía protegida a una apertura comercial indiscriminada" (4)

Con la apertura arreció la competencia ilegal o irregular, México fue blanco de saldos provenientes de los "cuatro Tigres" -Taiwan, Singapur, Corea del Sur, Hong Kong-, a precios extraordinariamente bajos.

Además, se reforzó la modalidad de la compra de ropa norteamericana de segunda mano. Esta importada por kilo y luego vendida con increíbles ganancias en los numerosos tianguis de la ciudad, un comercio semisubterráneo que ha golpeado duramente a la industria formal del vestido.

Durante el año de 1988 un número considerable de empresas del ramo de la industria del vestido se vieron en la necesidad de suspender sus actividades. Según datos de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV), 509 empresas salieron del mercado, contra 133 que comenzaron a funcionar.

De 12,714 empresas que constituían la planta industrial de la confección, en 1988, sólo quedan para 1990 8,000 empresas que dan empleo directo a 450,000 personas.

En el año de 1990, la industria nacional del vestido vió como se redujo su mercado, las ventas de éste ramo

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

disminuyeron en un 14% mientras que las importaciones llegaron a dominar 40% de las prendas de confección que se adquieren en México. Nada más en los grandes almacenes, según la CNIV, 80% de la ropa que ellos venden es de importación. En otras cadenas comerciales comprende 50% , mientras que en tiendas más económicas no pasa del 20%.

El gran riesgo, es que México pueda convertirse, al recibir mercancía de baja calidad o defectuosa, en basurero de otros países.

Ya que los consumidores al no tener los ingresos suficientes han dejado de adquirir prendas de vestir, lo que ha llevado a una reducción de las ventas de las empresas del ramo.

Por otra parte muchas empresas grandes y pequeñas si se han preparado para la apertura comercial y la importación no les preocupa. Por ejemplo el grupo Manchester, es una empresa muy competitiva a nivel mundial tanto en precio como en calidad.

Otras empresas por ejemplo, se verán beneficiadas ante la apertura comercial, ya que tendrán expectativas de nuevos mercados y posiblemente la entrada de materia prima a más bajo costo y con ello serán más competitivas para exportar.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

DEFINICION DEL PROBLEMA.

Por lo anterior nos damos cuenta que la industria del vestido se enfrenta a un serio problema, el competidores extranjeros -Estados Unidos y países asiáticos principalmente-. Este desplazamiento se debe a los siguientes factores:

- * Falta de una adecuada planeación
- * Atraso tecnológico y altos costos de producción
- * Bajo poder adquisitivo del consumidor
- * Falta de recursos financieros para modernizarse y poder competir
- * Falta de diseños propios
- * Preferencia de los consumidores para la ropa extranjera.

Así, se identificará que la variable dependiente es el desplazamiento, la cual se ve afectada por los factores antes citados (son nuestras variables independientes).

Por lo tanto el interés se centrará en tratar de explicar la relación que existe entre las variables independientes y la variable dependiente.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar en que medida la micro, pequeña y mediana empresa en el ramo de la industria del vestido nacional se han visto desplazadas por sus competidores extranjeros ante la apertura comercial.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

* Determinar en que grado está afectando la baja del poder adquisitivo a la industria mexicana del vestido y cual ha sido la influencia de los precios de la ropa extranjera en la preferencia de los consumidores del mercado nacional.

* Identificar que tan determinante es la calidad y los diseños de las prendas de vestir extranjeras en el gusto de los consumidores nacionales.

* Determinar que tan aceptados son los productos de la industria del vestido tanto nacional como extranjera por los consumidores del país.

* Determinar que tan factible es que las empresas dedicadas al ramo del vestido que no exportaban, ahora con la apertura comercial lo puedan hacer.

* Analizar en que medida la entrada ilegal de prendas de vestir afectan a la industria del vestido.

HIPOTESIS

(1) * La industria del vestido esta siendo desplazada dentro del mercado nacional, por sus competidores extranjeros.

Nula : * La industria del vestido no está siendo desplazada dentro del mercado nacional, por sus competidores extranjeros.

(2) * México puede convertirse, al recibir mercancía de baja calidad o defectuosa, en basurero de otros países.

Nula: * México no se convertirá, al recibir mercancías de baja calidad o defectuosa, en basurero de otros países.

(3) * La apertura comercial, beneficiará a la Industria del Vestido Nacional, ya que tendrá nuevos mercados y la entrada de materia prima a más bajo costo.

Nula: * La apertura comercial, no beneficiará a la industria del vestido nacional, ya que sus mercados se cerraran y la entrada de materia prima será a un costo elevado.

(4) * La baja del poder adquisitivo, provoca que el consumidor prefiera las prendas de vestir importadas por su bajo precio.

Nula: * La baja del poder adquisitivo, no es factor fundamental para que se prefieran las prendas de vestir importadas sobre las nacionales por su bajo precio.

(5) * El diseño, influye determinadamente en la preferencia del consumidor para adquirir la ropa extranjera y no la nacional.

Nula: * El diseño, no influye en la preferencia del consumidor para adquirir la ropa extranjera y no la nacional.

HIPOTESIS

(6) * La falta de modernización de la planta industrial, provoca la elevación de costos de la industria del vestido y por tanto, no puede competir con sus rivales extranjeros.

Nula: * La falta de modernización de la planta industrial, no provoca la elevación de costos de la industria del vestido y por tanto, si está en posibilidades de competir con sus rivales extranjeros.

(7) * La falta de publicidad y promoción adecuada de los productos de la industria nacional del vestido, provoca que el consumidor no logre identificarse con estos productos.

Nula: * La efectiva publicidad y promoción de los productos de la industria nacional del vestido provoca que el consumidor si logre identificarse con estos productos.

(8) * El desarrollo y modernización de la industria del vestido depende de un adecuado financiamiento.

Nula: * El desarrollo y modernización de la industria del vestido, no depende del financiamiento otorgado a la industria.

(9) * La moda es determinante para que los consumidores prefieran ciertas prendas de vestir.

Nula: * La moda no es determinante para que los consumidores prefieran ciertas prendas de vestir.

(10) * Los actuales procesos organizativos de las empresas, están basados en forma empírica, por lo cual sus actividades no son llevadas eficientemente en el aspecto interno y mucho menos en externo; ya que la mayoría de las decisiones estan influenciadas por los factores de tipo personal.

Nula: * Los actuales procesos organizativos de las empresas, están basados en la teoría de la organización, por lo cual sus actividades son llevadas a cabo eficientemente en el aspecto interno y externo.

TRATADO DE LIBRE COMERCIO

ANTECEDENTES

En 1979 un estudio de K. Hill (una proposición para un mercado común: Canadá, México, EUA) señala los beneficios de una integración regional, donde EUA garantiza las compras de energéticos mexicanos y canadienses, estabilizando así los precios. Además de que compraría los productos agrícolas y manufacturados de México, eliminar algunas barreras migratorias y garantizar la seguridad militar del área.

Años después, Daniel Bell lo describía así "El próximo siglo la cuenca del pacífico será centro del poderío económico encabezado por naciones como China, Japón, la URSS, las naciones del sudeste asiático y por supuesto los Estados Unidos... Para esa época un nuevo sistema monetario internacional se habrá establecido y el concepto de Nación - Estado probablemente habrá desaparecido...la naturaleza misma de los asuntos económicos estructurales puede dar lugar a un movimiento hacia las economías continentales como nuevas unidades de comercio y administración ...considerese al continente norteamericano: Canadá tiene los recursos (madera, energía, metales), los EUA la capacidad tecnológica y los recursos educacionales y México la mano de obra para tal, estructura nueva. Dar al área un tratamiento de región económica común no resolvería todos los problemas, claro está; pero es un comienzo" (2)

Al principio de la administración Reagan, el presidente norteamericano expresó a sus homólogos mexicanos y canadienses, López Portillo y Trudeau respectivamente, la posibilidad de esa integración. Sin embargo, no es sino a la

MARCO TEORICO

llegada del partido conservador en Canadá y del presidente Miguel de la Madrid en México, que se dan algunos avances. En México una medida que dió la posibilidad integracionista, una base más sólida, fue la firma de entendimiento entre E.U.A. y México sobre subsidios e impuestos compensatorios. Luego se ampliaría con el ingreso en el GATT, pero sobre todo con la firma del entendimiento entre el gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el gobierno de los Estados Unidos de América relativo al marco de principios y procedimientos de consulta sobre relaciones de comercio e inversión, que contienen dos partes fundamentales: La que se refiere a los principios y la que se refiere a los mecanismos de consulta.

En la primera parte, los Estados Unidos de América reconocen de México que:

- Es un país en desarrollo (con los derechos que otorga el GATT al respecto).
- Los ingresos de México por sus exportaciones son esencialmente para el pago de la deuda externa, por lo que evitará restricciones que lo perjudiquen.
- Se aplicará la "cláusula de la nación más favorecida"
- Será positiva y complementaria la inversión norteamericana.
- El comercio y la cooperación fronteriza tendrán papel esencial.

Pero Estados Unidos de América cuida de poner en importancia esencial en los principios que se otorgue la protección y observancia adecuada a los derechos de propiedad intelectual, respecto al mecanismo de consulta se indica que:

En cualquier momento un país puede solicitar consulta en lo relativo al comercio e inversión.

MARCO TEORICO

En caso de controversia se podrá llevar el asunto al GATT.

Se realizarán consultas anuales a nivel gubernamental sobre comercio e inversión.

De inmediato se empezarán consultas sobre textiles, agrícolas y siderurgicos, así como de inversión extranjera, transferencia tecnológica, propiedad intelectual, productos electrónicos y los servicios. Más adelante habrá consultas, sobre productos como cemento, acero, calzado, petroquímicos básicos y autopartes. Como se ve, este marco de entendimiento "aparecerá como guía para un eventual acuerdo o acuerdos internacionales. Pedro Castro al respecto dice:

"Frente al camino de la integración económica con Estados Unidos de América las otras posibilidades quedan virtualmente descartadas ... El avance hacia un área de libre comercio es un propósito indeclinable tanto en Washington como en México. Existe una intención adicional para Estados Unidos de América, México puede jugar un papel en la competencia entre los grandes bloques económicos/comerciales al situarse en un proceso tipo vértice de gansos voladores, en el que el país tecnológicamente líder en una región (en este caso E.U.A.) establece la rectoría e integración con sus socios, siendo el desarrollo resultante de las ventajas competitivas de todo el bloque y no uno sólo de los países... Ante esta situación, ¿Qué posibilidades tiene México en materia comercial frente a los E.U.A. para los siguientes años? "(9)

Probablemente lo mismo que ha ocurrido a lo largo de casi todo el siglo, es decir, una relación de dependencia económica casi absoluta, con la variante que haya impreso no la conciliación del acuerdo bilateral, sino la estrategia del grupo político gobernante en los Estados Unidos de América

EL COMERCIO EXTERIOR MEXICANO

El comercio exterior mexicano se ha realizado esencialmente (de manera dependiente dirían los economistas) con los E.U.A. Alrededor del 60% de las exportaciones e importaciones de México se dan precisamente con los Estados Unidos de América, y aunque el saldo comercial casi siempre ha sido ventajoso para México, por estrecho margen parece que el destino de México en lo económico está ligado al norteamericano de manera casi indisoluble, con la reflexión básica de los E.U.A. es el país más poderoso del continente lo que de facto es una posición de absoluta desventaja para México en lo económico, comercial y consecuentemente en lo político.

Al analizar el desarrollo comercial de México en los últimos 30 años, podemos ver que, aunque los productos que ha exportado han sido variables, a los norteamericanos no les preocupa mayormente.

Mientras México fue un país exportador de productos agrícolas, los E.U.A. se beneficiaron de ello cuando fue casi monoexportador igualmente; y lo mismo ocurre ahora como un país manufacturero. En el rubro de manufactura México ha crecido 100% en los últimos cuatro años siendo la industria automotriz la que ha crecido a un ritmo vertiginoso, las exportaciones de partes y componentes y de unidades completas se ha elevado en forma notoria.

Otro rubro que ha alcanzado un notabilísimo incremento y que le sigue en el área de manufacturas, al de automóviles y partes, es la llamada eufemista industria maquiladora. Se trata de la instalación de plantas de diversas ramas mediante

el acuerdo que permite la importación temporal de productos semiterminados a México y su posterior reexportación a E.U.A. pagando sólo derechos por valor agregado.

POLITICA COMERCIAL DE MEXICO

En época reciente, en la posguerra, México ha establecido tres formulas en su modus operandi comercial, frente a su propio desarrollo y a las transacciones con las naciones.

Entre 1950 y 1970, la época dorada del desarrollo mexicano llamado "el milagro mexicano" en la que se implanto la teoría de un desarrollo estabilizador cuya realización fue dada en gran parte a los técnicos economistas, produjo para el país la idea base de su política comercial: la sustitución de importaciones idea reafirmada por la CEPAL que tenía como dogma el proteccionismo en aras de un crecimiento industrial interno.

La siguiente formula de comercio de México se vió envuelta en una larga transición entre 1970 y 1986, lapso durante el cual se empezó a abrir mercados con otros países y establecer fórmulas a un comercio regional.

La tercera época apenas aparece en 1986 y es difícil conocer cuales podran ser los caminos, por lo pronto México ingreso en el GATT, se acerca a los organismos regionales como la Comunidad Económica Europea, y sin embargo, mantiene como principal cliente y proveedor a E.U.A. mediante tratados bilaterales, aunque una eventual integración económica tradicional pudiera provocar una fórmula diferente.

Por último en el sexenio de 1982-1988 la tendencia tuvo que revertirse, pues la baja en los precios internacionales del crudo así lo provocó; empezando la era del auge exportador manufacturero: básicamente automotor.

Actualmente en este sexenio el futuro de la política comercial aún resulta incierto ante una real apertura comercial con los Estados Unidos de América y Canadá.

QUE ES EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

¿QUE ES UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO?

Un tratado de Libre Comercio lo firman dos o más países con la finalidad de facilitar su comercio. Esto significa que dichos países convienen en reducir paulatinamente, hasta su eliminación total, los impuestos a la importación conocidos también como aranceles, y se comprometen a quitar cualquier obstáculo al comercio, llámese permiso previo u otras barreras no arancelarias.

Permiso previo es la autorización que otorga el gobierno federal para la importación de los artículos que así lo requieran

Barreras no arancelarias son las medidas restrictivas que aplica un país, distintas al arancel, como: licencias o permisos previos; embargos; medidas fitosanitarias; cuotas o contingentes de exportación (como ejemplo están las cuotas que aplica Estados Unidos de América a las ventas de textiles y acero).

¿POR QUE UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO?

México tiene firmados convenios comerciales con muchos países de América Latina en los que se conceden reducciones arancelarias. Es decir, México otorga a otro país una disminución en el impuesto que cobra a sus importaciones de determinados productos y, en reciprocidad obtiene que esa nación reduzca también su impuesto a la importación en otros artículos.

Ahora bien, las tendencias económicas del mundo en los últimos años se han vuelto proteccionistas; es decir, que por todo el globo se están levantando barreras al comercio; por lo que algunos países, utilizando la experiencia europea, han formado bloques económicos o establecido convenios regionales que les han permitido liberar, entre ellos, su comercio y exportar sus productos sin obstáculos.

Esto ha sucedido en Europa, Sudamérica y las naciones de la Cuenca del Pacífico. Nuestro país no puede ser ajeno a estas tendencias por lo que ha buscado insertarse en el bloque norteamericano con el fin de incrementar sus relaciones comerciales.

¿POR QUE CON ESTADOS UNIDOS DE AMERICA?

La respuesta es muy simple, ya que México se desenvuelve en seis foros bien definidos.

-El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comerciales(GATT)

-La Cuenca del Pacífico;

-América Latina (con quien hacemos el 4% de nuestros intercambios);

MARCO TEORICO

-La Comunidad Económica Europea (CEE) (con quienes realizamos el 13%);

-Estados Unidos de América, que representa el 67% de nuestro comercio con el exterior, y

-Canadá que es nuestro quinto comprador y cuarto vendedor.

La importancia de nuestras relaciones comerciales con Estados Unidos de América no es un fenómeno nuevo, el comercio bilateral ha ocupado un lugar preponderante desde, por lo menos, finales de siglo pasado.

En 1890, el 69% de nuestras exportaciones ya se destinan al mercado estadounidense y de él provenía poco más de la mitad de nuestras compras externas (56%). En 1990 el 71% de nuestra ventas al exterior y el 65% de las importaciones se realizan con EUA.

Esto significa que si realmente deseamos hacer una ampliación lógica e importante de nuestro mercado, por su magnitud Estados Unidos de América es el proyecto más viable y de respuesta más inmediata.

El hecho de que nuestro comercio internacional con Estados Unidos de América represente las dos partes del total, es un motivo suficientemente fuerte, pero además, México tiene una privilegiada posición geográfica, ya que cuenta con costas para los dos océanos más importantes del globo, está cerca de las rutas más utilizadas por los países desarrollados y, lo que es más importante, tiene 3000 kilómetros de frontera con el mercado más grande del mundo.

¿POR QUE CON CANADA?

El Tratado Trilateral también incluye a Canadá porque dicho país a su vez tiene un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos de América que entró en vigor el 1o. de enero de 1989, por lo que si Estados Unidos de América conviene algo con México, Canadá está involucrado en ello.

Por otra parte, Canadá se interesa por firmar un acuerdo con México por las ventajas que ello le representaría y por ser un cliente y proveedor importante nuestro, ya que ocupa el quinto lugar en las exportaciones mexicanas y el cuarto en importaciones.

Además, la población conjunta y el producto interno bruto (PIB) del bloque norteamericano es superior al de la Comunidad Económica Europea, ya que México, EUA y Canadá cuentan con 356 millones de habitantes, y 5,032 billones de dólares frente a 323 y 4,190, respectivamente, de la Comunidad Económica Europea.

ACCIONES DEL SECTOR PRIVADO MEXICANO PARA LA FIRMA DE UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO

El sector privado, por medio del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), en julio de 1990 formó la Coordinadora de Organizaciones Empresariales de Comercio Exterior (CECE), formada por las áreas especializadas de comercio exterior de los siguientes organismos:

-Confederación Nacional de Cámaras de Comercio (CONCANACO); Confederación de Cámaras Industriales de la República Mexicana (CONCAMIN); Confederación Patronal de la

MARCO TEORICO

República Mexicana (COPARMEX); Asociación Mexicana de Instituciones de Seguro (AMIS); Consejo Mexicano de Hombres de Negocio (CMHN); Consejo Nacional Agropecuario (CNA); Cámara de Comercio de la Ciudad de México (CANACO/MEXICO); Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA); Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales (CEMAI); Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM); Consejo Nacional de Comercio Exterior (CONACEX); Cámara de Comercio México-Estados Unidos y Capítulo Mexicano de la Cámara de Comercio Internacional.

GRUPO NEGOCIADOR DEL TLC Dentro de la COECE, se formó el grupo de apoyo para la negociación del Tratado de Libre Comercio, en el cual participan todos los organismos mencionados; en dicho grupo existen seis áreas perfectamente bien definidas que son: la de Comercio y Servicios; Industrial; Agropecuaria; Seguros; Servicios Financieros, y Organizaciones de Comercio Exterior. Cada uno de estos sectores tiene un coordinador experto en el tema, cuya principal labor es organizar grupos de trabajo en cada una de las áreas, que permitan el diseño de la estrategia de negociación.

PREMISAS DE NEGOCIACION.

Los factores considerados en la negociación del TLC son los siguientes:

-QUE SE PUEDE NEGOCIAR: Aquellos sectores que sean competitivos. Principalmente donde se esté exportando.

-QUE NO SE DEBE NEGOCIAR: Aquellos sectores en los cuales la competitividad sea muy baja y que su modernización requiera más tiempo y fuertes cantidades de capital. Así

MARCO TEORICO

mismo productos o sectores que se consideren estratégicos o de gran sensibilidad económica.

-QUE ELEMENTOS DE NEGOCIACION SE TIENEN: En primer lugar las medidas de política comercial adoptadas, ya que la apertura al exterior fue unilateral; la capacidad de producir a costos menores que Estados Unidos de América y Canadá y el caudal de materias primas y energéticos con que cuenta el país.

REQUISITOS PARA EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

También se esta analizando qué se requiere modificar internamente para enfrentar el TLC una vez firmado; es decir, los prerrequisitos que el sector privado le deberá solicitar a la autoridad para enfrentar, cuando menos en igualdad de circunstancias, a la competencia internacional; estos elementos pueden ser los siguientes:

-MODERNIZACION ADUANERA: Entendido esto como el hecho de dotar a las aduanas de almacenes refrigerados; de equipo más eficiente para manejo de contenedores; ampliación en el horario de recepción y entrega de documentos y mercancías, etc.

-MODERNIZACION DE TRANSPORTE AEREO, TERRESTRE Y MARITIMO: Elevar sustancialmente la eficiencia de las instalaciones aeroportuarias y particularmente, mejorar radicalmente el equipo con que cuenta el transporte terrestre y marítimo.

-DESREGULACION Y SIMPLIFICACION: Esto significa eliminar todos los requisitos en el comercio exterior que no sean

MARCO TEORICO

extrictamente necesarios y que los pocos que queden sean manejados en forma ágil y oportuna.

-ESTIMULOS AL COMERCIO EXTERIOR: Si se desea fomentar en forma real y efectiva el comercio exterior, se deberán utilizar los estímulos al mismo como una manera de hacer atractivo el comercio internacional. Es decir, en la medida que se logre el comercio exterior sea un buen negocio, en esa medida se podrá incrementar.

REPERCUSSIONES DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

El sector privado debe prever la competencia que también puede significar el que los empresarios de otros países vengan a instalarse en el territorio mexicano para producir, con insumos mexicanos y extranjeros, artículos para exportarlos libres de impuestos al mercado americano y evidentemente para que también esos productos se vendan en el mercado mexicano.

Las repercusiones que tendrá en nuestro país el Tratado de Libre Comercio dependerá de la manera que se haga la negociación. Por lo cual los negociadores oficiales deben incluir en el Acuerdo elementos como: Reconocimiento al grado de asimetría de México con relación a sus vecinos del norte; mecanismos de solución de controversias; reglas de origen; sistema de salvaguardias, etc.

-GRADO DE ASIMETRIA. Es la dferencia económica entre los tres países, la cual debe permitir ha México que sus concesiones sean otorgadas en un tiempo considerablemente más largo que las que reciba de EUA. y Canadá. Lo anterior supone que para la reducción y eliminación de aranceles, Estados

MARCO TEORICO

Unidos de América y Canadá deberán llegar a la tasa cero más rápidamente que nuestro país y que en la eliminación de las barreras no arancelarias, México tenga la oportunidad de eliminarlas gradualmente , mientras que los países nortños lo hagan más aceleradamente.

-MACANISMOS DE SOLUCION DE CONTROVERSIAS. Disposiciones mediante las cuales en el momento en que alguno de los países no cumpla con lo acordado o imponga obstáculos al comercio exterior, se recurre a un organismo creado para tal efecto, cuyo dictamen tiene que ser acatado por los gobiernos involucrados. esto permitirá a nuestro país defender su derecho ante las potencias del norte.

-REGLAS DE ORIGEN DE LA MERCANCIA. Fijan los requisitos de contenido nacional de componentes para que un artículo sea considerado como producto en el país de que se trate.

-SALVAGUARDIAS. Es el derecho que tienen los países de aplicar una restricción a las importaciones de otra nación, siempre y cuando se demuestre que éstas están perjudicando a la industria nacional.

IMPACTO EN LA POLITICA ECONOMICA DE MEXICO.

Así, se habla de un ventajoso convenio por parte del vecino del norte, con su consecuente pérdida de la soberanía, sesión de autonomía en el diseño de política económica y lo que es más en las decisiones de orden político: sindicalismo, población, indocumentados, narcotráfico y procesos electorales entre otros aspectos; ante esta situación México tendrá que ceder de manera obligada parte de sus pricipios frente a las presiones de un grupo importante que ven el

MARCO TEORICO

acuerdo comercial como un simple instrumento de negociación de temas para ellos más relevantes.

Por otra parte no es menos importante considerar que México, con más de 80 millones de habitantes, no sólo se convierte en el mercado cercano y alterno para los Estados Unidos de América y Canadá, sino en un socio con un potencial productivo nada despreciable. A últimas fechas nos hemos convertido en un país maquilador dinámico de América Latina, con una mano de obra sumamente barata, un tipo de cambio cuyo deslizamiento favorece a los empresarios del ramo y una relativa estabilidad lograda tras la concertación del Pacto de Solidaridad que crea confianza y seguridad a los inversionistas extranjeros. El problema que se cierne sobre la economía es la posible desaparición de un gran número de empresas nacionales grandes y pequeñas, aquellas que sean incapaces de adaptarse a los niveles de productividad y eficiencia que un acuerdo de esta naturaleza impondrá. De hecho, esta competencia previsible será mayor en los sectores como el automotriz, textil, petroquímica y maquinaria.

Finalmente, cabe destacar que la política gubernamental ya ha puesto en práctica acciones con o sin acuerdo, que han redituado resultados positivos cumpliendo con los requisitos mínimos para su formalización:

-Se ha reducido el nivel arancelario hasta porcentajes similares a los de las economías industrializadas.

-Se eliminaron casi totalmente las barreras no arancelarias.

-Se ha evitado la devaluación brusca de la moneda.

-Se ha acelerado el proceso privatizador de empresas paraestatales.

MARCO TEORICO

-Los subsidios a la producción han caído verticalmente.

-Se han flexibilizado las trabas a la inversión extranjera en casi todas las ramas.

INVERSION EXTRANJERA

Finalmente, los retos a encarar duramente las negociaciones, serán relacionadas con la inversión extranjera.

Independientemente de la competencia a la que se puede enfrentar el empresario mexicano con la llegada a nuestro país de inversionistas extranjeros, al verse incrementadas las corrientes de inversión que aumentarán las oportunidades de trabajo, incentivarán la eficiencia productiva y comercial y habrá una elevación en el nivel de capacidad productiva de los trabajadores, influyendo todo ello en el mayor ingreso y desarrollo de la economía. (4)

LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN MEXICO

DEFINICION

La empresa es el primer factor dinámico de la economía de un país y constituyen a la vez un medio de distribución que influye directamente en la vida privada de sus habitantes. Es la influencia económica social que justifica la transformación actual, más o menos rápida a que tienden las naciones, según el caracter y eficiencia de sus organizaciones.

CARACTERISTICAS DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

De acuerdo con la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial se fijan los siguientes parámetros para la clasificación de las empresas:

LAS MICROINDUSTRIAS Se considera Microindustria a las empresas que ocupen hasta 15 personas y el valor de sus ventas netas no rebasen los \$594'000,000 ó de 110 veces el salario mínimo general, elevado al año, correspondiente al Area Geográfica 'A'.

INDUSTRIAS PEQUEÑAS Se considera industrias Pequeñas, a las empresas que ocupen hasta 100 personas y el valor de sus ventas no rebase la cantidad de \$5'950.7 millones al año o 1,115 veces el salario mínimo general al año correspondiente al Area Geográfica 'A'.

LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN MEXICO

INDUSTRIAS MEDIANAS

Se considera Industria Mediana, a las empresas que ocupen hasta 250 personas y el valor de sus ventas netas no rebase \$2645.6 millones ó 2,010 veces el salario mínimo general elevado al año, del Area Geográfica 'A'(5)

La microindustria se caracteriza por requerimientos mínimos de inversión en obras de infraestructura; utilización de procesos productivos intensivos en mano de obra, elevado el índice de empleo por capital invertido, utilización generalizada de maquinarias e insumos de procedencia nacional y flexibilidad operativa para incorporar rápidamente cambios tecnológicos de producción, plazos reducidos entre la decisión de inversión y la utilización plena de la capacidad productiva y la participación directa de los propietarios en dicha actividad.

Dentro de las características importantes de la micro y pequeña empresa que podemos mencionar son las siguientes:

*El tamaño de la empresa se basa en el programa de producción que el industrial lleve a cabo.

*Los medios financieros para obtener financiamiento industrial, son escasos proviniendo del ahorro generado dentro de la empresa.

*Su maquinaria y equipo de producción son simples, debido al tamaño de las empresas y a sus escasos recursos financieros.

*Las materias primas que utilizan son en su mayoría de origen nacional y de fácil acceso.

*Emplean sistemas de producción de cierta especialización en fabricación de sus productos.

*Este subsector es flexible, pues puede responder a los cambios que se producen en el mercado.

*Su estructura productiva le permite satisfacer la producción bajo pedido.

*Debido a su capacidad generadora de empleos y por el número de establecimientos contribuye a la distribución del ingreso.

*Contribuyen a la integración del desarrollo industrial de zonas que cuentan con suficientes recursos naturales, humanos y con un mercado atractivo para sus productos.

*Agrupa a la mayoría de las empresas industriales del país.

*Las empresas macro y pequeñas son en su mayoría constituidas por capital nacional.

*Su grado de dependencia externa es mínimo, pues aprovecha maquinaria y equipos producidos en el país.

*Destinan su producción a mercados de naturaleza local y regional y muy pocos mercados extranjeros.

*Flexibilidad para hacer cambios productivos.

*Diversificación de bienes producidos.

*En sus actividades predomina el circulante, el cual representa aproximadamente el 51.2% del total de sus recursos.

*El renglon más importante lo forman los inventarios, pues llegan a representar la cuarta parte del activo total.

*Los recursos tanto económicos como financieros por lo general son aportados por los propietarios de la empresa.

Por lo que se refiere a la productividad, la microindustria se caracteriza por sus rendimientos. Esto se deriva de su escasa y obsoleta tecnología, deseconomías de escala y frecuente utilización de modelos de producción

129217

diseñados para otro tipo de establecimientos. Todo lo anterior es un impedimento para que acuda al mercado en condiciones de competir.

La industria pequeña y mediana ocurren a todas las ramas industriales con un aporte importante a la producción de bienes de consumo duraderos y no duraderos y a ciertas ramas del sector de bienes intermedios de capital.

Estas industrias se caracterizan por algunos factores que subyugan su importancia estratégica en el desarrollo del país como son: su flexibilidad operativa su capacidad de adaptación a nuevas tecnologías, su facilidad para aprovechar materias primas locales y promover el desarrollo regional, el ser una instancia para la formación de empresarios, así como para la canalización del ahorro familiar y del excedente regional; tener menos dependencia del exterior, el ser un elemento de equilibrio en los mercados al alentar la competencia y constituir una alternativa para el desarrollo de empresas del sector social.

Por otro lado, la micro, pequeña y mediana industria juegan un papel destacado en la economía de los países desarrollados y subdesarrollados como es el caso de México. Este segmento industrial ha adquirido dentro de la economía nacional un lugar importante, porque representan la mayoría de las empresas manufactureras por el empleo industrial que genera y por el valor de contribución al producto interno bruto.

Ahora, estas empresas no sólo son importantes únicamente desde el punto de vista económico, sino también social; ya que incorpora al proceso productivo grandes contingentes de mano de obra (sobre todo en las actividades en las que pueden alcanzar niveles satisfactorios de eficiencia a cambio de una inversión de capital).

También si se brindan las condiciones necesarias puede ser una vía de industrialización de las regiones más atrasadas del país, y un factor de descentralización industrial, en la medida en que fomenta todo tipo de empresas, y no sólo agroindustriales que coadyuvan a la absorción de la fuerza de trabajo que es desplazada del campo.

Así, el sector de la industria micro, pequeña y mediana del país, representa una parte importantísima en el desarrollo y crecimiento de México por ser demandantes y proveedores de insumos nacionales, son en buena medida uno de los ejes motores de actividad fabril en su conjunto y soporte de crecimiento interno. Es necesario apoyarlos a través de recursos financieros, gestión administrativa y tecnología efectiva que les permita modernizar su industria, capacitarse y ser más eficientes en todos los ámbitos.

Precisamente por ello, Nacional Financiera (principal agente de fomento industrial del país) junto con el apoyo del Banco Mundial, considera necesario y oportuno establecer el Programa de Apoyo Integral a la pequeña y mediana industria, cuyo objetivo central es fortalecer y canalizar en forma integrada a través de los fondos de fomento y proyectos de

inversión y asistencia técnica, los apoyos que se brindan a la industria pequeña y mediana del país, en congruencia con los lineamientos de política económica señalados por el ejecutivo federal.⁶

IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA PEQUEÑA Y MEDIANA EN MEXICO

La pequeña y mediana industria es considerada por el Estado como un pivote de la Economía Nacional, ya que es un sector que capta una gran cantidad de mano de obra no calificada que en cierto sentido ayuda a mantener un equilibrio social.⁷

Las barreras creadas por el Estado para las importaciones con el fin de proteger el mercado nacional y evitar la salida de capitales, así como la falta de divisas para la compra de materias primas y maquinaria del extranjero, han afectado en gran manera a la pequeña y mediana industria.

Aunque la pequeña industria utiliza en promedio un 62% de maquinaria de fabricación nacional y sólo un 38% es de componentes extranjeros, la mediana industria se encuentra más afectada, ya que casi un 66% de su maquinaria utilizada es de origen extranjero y, sólo el 34% es de origen nacional. Esto parece lógico si se considera que la pequeñas industrias tienen procesos más sencillos.⁸

El sector de la micro, pequeña y mediana industria se perfila como un importante generador de divisas una vez

que entre en vigor el Tratado de Libre Comercio entre E. U. A. , y México, pero siempre y cuando se hagan realidad los apoyos financieros y de los gobiernos estatales anunciados en el programa de Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana 1991-1994.

Si estos apoyos dentro de una estrategia de industrialización que se lleva a cabo en el país operan a la perfección, es muy probable que este subsector genere un poco más de 2500 millones de dólares del nivel actual, es decir 15% de las exportaciones no petroleras.

Cabe también resaltar que la creación de micros y pequeñas infraestructuras productivas por parte de diversos agentes económicos se hace a través de necesidades empíricas, sin el mínimo conocimiento de lo que representa un proyecto de inversión.

Se puede decir que el grado de industrialización con el que actualmente cuenta México ha sido posible, en gran medida, gracias al desarrollo y crecimiento del subsector pequeño y mediano, no sólo por su participación en el empleo manufacturero sino fundamentalmente por su efecto detonador en el crecimiento industrial.

La pequeña y mediana industria, integrada por los estratos micro, pequeña y mediana, representan un subsector de gran importancia en el aparato productivo nacional.

Las empresas de este subsector tienen presencia en todas las ramas industriales, preponderantemente en las clases

manufactureras de los bienes de consumo duraderos y no duraderos, y en menor medida, en algunas ramas de bienes intermedios y de capital.⁹

La micro y pequeña empresa dadas sus características, tienen la capacidad de contribuir significativamente al desarrollo del país, generando ocupaciones productivas y de servicios en los estratos de la población donde es más urgente. Este tipo de empresas ofrecen también oportunidades de empleo femenino y para la juventud.

Entre los aspectos que se pueden destacar para el aprovechamiento de la micro, pequeña y en cierta medida de la mediana, como un instrumento de políticas de desarrollo, son las siguientes:

a) Poseen una mayor capacidad relativa para generar empleos por unidad de inversión.

b) Fortalece el sector privado promoviendo capacidades empresariales y de gestión productiva.

c) Forma y capacita en servicios a jóvenes, hombres y mujeres que se incorporan a la fuerza de trabajo, a través del aprendizaje en planta.

d) Por su flexibilidad tecnológica y adaptación a las variaciones del mercado, es fuente de insumos utilizados para la grande y mediana empresa y, viceversa, utiliza insumos locales y tecnologías intermedias, susceptibles de ser generadas localmente, contribuyendo consecuentemente al ahorro de divisas.

VENTAJAS QUE OFRECE LA MICRO Y PEQUEÑA INDUSTRIA

La micro y pequeña industria es una instancia para la formación de empresarios, así como para la canalización del ahorro familiar excedentes generales a nivel regional; tiene una enorme flexibilidad operativa y capacidad de adaptación de nuevas tecnologías; aprovecha materias primas nacionales, promoviendo el desarrollo regional; es apta para integrarse en procesos productivos de grandes unidades; requiere de un menor tiempo de maduración en sus proyectos, mano de obra abundante. Permite desarrollar una mayor iniciativa y capacidad para la toma de decisiones.

La mayoría de estas empresas se han creado por iniciativa y creatividad propia, pero con escasos recursos; además como característica principal es que sus líderes son gente agresiva y con espíritu empresarial y sobre todo con cierta visión estratégica.

LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN MEXICO

ANTECEDENTES

La industria del vestido es una rama de la actividad textil, junto con la fabricación de hilos e hilazas a partir de fibras naturales y artificiales y con la producción de telas. Para efectos de nuestra investigación nos interesa analizar a la industria del vestido entendiendo por ésta a la dedicada exclusivamente a la confección de prendas de vestir y al ensamble de telas para la elaboración de los productos (ropa); la industria textil es un abastecedor de insumos de la industria del vestido y que se encuentran íntimamente relacionadas, presentan características casi idénticas en muchas etapas de su evolución histórica industrial.

ETAPA PRECOLOMBINA

La industria del vestido tiene raíces precolombinas. Los indígenas confeccionaban prendas tejidas para abrigarse y vestirse hechos con fibras de algodón, henequén y maguey. Entre muchas otras prendas podemos encontrar: mantas, faldas, taparrabos, túnicas, corpiños, etc., que adornaban con oro, plata, piedras preciosas o con pieles de animales. Además, teñían las telas de colores con algunos productos naturales que más tarde se emplearían en todo el mundo.

Podemos encontrar que la producción en esta etapa histórica tuvo como base o principio fundamental, satisfacer las necesidades de autoconsumo y sólo en una pequeña escala

se realizaban trabajos con un fin comercial, que no es otro que el del trueque con el poseedor de otro artículo que el primer productor no elabora.¹⁰

ETAPA COLONIAL

En la etapa virreynal, los españoles traen ganado ovino a México y fomentan la producción de prendas de lana y algodón, pero este desarrollo es muy limitado ya que la ideología española dista de tener una perspectiva o carácter capitalista-industrial y se avoca mayormente a la explotación del sector agrominero, por lo que la inversión en la industria del vestido en esta etapa sólo pretende satisfacer en alguna medida las necesidades internas. Desde aquí se comienza a tener una perspectiva clara del atraso al que se confinan las industrias nacionales con respecto a los países capitalistas desarrollados, por carecer, entre otras cosas, de un grupo empresarial que invierta sus capitales en áreas claves de nuestra economía.¹¹

PERIODO INDEPENDIENTE

En la época independiente se intentaron crear las bases de un desarrollo que permitiese mejorar las condiciones político-económico y sociales del país, siendo a mediados del siglo pasado cuando se logró simentar una verdadera industria textil y del vestido con una evolución más, o menos constante.

En el período comprendido entre 1882-1880, se estableció el Banco del Avío, para fomentar a la industria nacional. Entre los proyectos que se impulsaron destacan los referentes

a la producción de tejidos de algodón, otros para tejido y confección de prendas de lana. Y uno más para la cría de gusanos de seda y elaboración de prendas de esta fibra.¹²

PERIODO PORFIRISTA

Durante el período de 1881-1910, el gobierno porfirista propició la inversión extranjera con lo que se fomentó la expansión industrial en ramas como: ferrocarriles, construcción, siderurgia y otras. Pero la más novedosa fue la introducción de la energía eléctrica de la que entre 1887 y 1910 se instalaron 63 plantas de producción y se formaron 100 compañías.

En 1889 esta nueva forma de energía se empleaba ya en la industria textil. Al término del porfiriato en el país habían ya 145 plantas textiles: 41 en Puebla, 14 en Veracruz, 12 en el Distrito Federal, y otras de menor dimensión en diversos Estados de la República. Considerando la relación tan estrecha existente de la industria textil con la industria de la confección del vestido, se piensa que por lo menos existían una cantidad triple en establecimientos de este último tipo.

Es de esta forma de desarrollo industrial impulsado por el empleo de la energía eléctrica, que para principios de este siglo existían ya varias empresas en la rama del vestido con las características siguientes: Mediana dimensión de producción y comercialización; utilización de mano de obra femenina en forma indiscriminada (jornadas de trabajo agotadoras, remuneraciones escasas, poca seguridad en el empleo, etc.). En cuanto a su organización administrativa,

estas empresas se caracterizan por tener un mayor gasto en cuanto a activos fijos, costos de producción y un importante financiamiento externo como rasgo fundamental del desarrollo del sector textil en general.¹⁹

PERIODO POST-REVOLUCIONARIO.

De 1937-1939 la planta industrial creció globalmente a un ritmo del 8% anual. La devaluación de 1938 y las restricciones de abastecimiento del exterior, provocado por la Segunda Guerra Mundial, aceleraron el proceso de sustitución de importaciones, provocando tanto en la industria del vestido como en otras ramas de la industria nacional un fomento en sus exportaciones.

En la década de 1940 se inicia la participación del estado de la industria y a partir de entonces, el Gobierno Mexicano avanza gradualmente en esa línea y en la política de proteccionismo, basándose en cuatro objetivos primordiales:

I.- Sustentar el desarrollo del mercado interno, protegiendo a industrias claves de la economía nacional de las fluctuaciones de los mercados internacionales.

II.- Buscar el equilibrio de los saldos negativos de la balanza de pagos.

III.- Incrementar los ingresos fiscales.

IV.- Sustituir importaciones.

Ese era el modelo de industrialización seguido por los países de alto desarrollo. Esta estrategia permitió por un tiempo, un crecimiento del aparato productivo en condiciones favorables, pero sin solidez y estabilidad que le da la competencia del mercado internacional a la estructura

industrial de cualquier país desarrollado.

El caso de la industria del vestido, es uno más en el que se adoptan modelos externos de desarrollo que no responden a las condiciones económicas y productivas que vive realmente el país y que redundará en múltiples contradicciones con la situación objetiva de México.

Existen factores que propician el desarrollo de la industria en esta época, como son:

a).- Por primera vez en muchos años, nuestro país gozó de una estabilidad política.

b).- Se establecen y consolidan los fundamentos del sistema financiero mexicano.

c).- A través del desarrollo agrícola, se comenzó a formar un mercado de consumo indispensable para la estructura industrial.

d).- La creación de una política de estímulos fiscales destinada a la formación de capitales nacionales.

La importancia de esta fase radica en la intervención tan directa que tiene el Estado en la creación de un modelo específico de economía, que tendrá una clara repercusión en lo que a estructura industrial se refiere y por lo tanto, a características específicas que delimitarán a la industria del vestido.¹⁴

EPOCA ACTUAL

Comprende el periodo que va de 1955 a nuestros días, pero enfatizando ciertas particularidades que se presentan en años clave o críticos del desarrollo de la industria del vestido.

Esta fase se caracteriza por el desarrollo del sector industrial fundamentalmente en materia de bienes de consumo y de materias primas para la gran industria de los países desarrollados.

Es importante señalar que la industria está compuesta por dos subsectores: El primero esta representado por la industria propiamente dicha, en la que se dispone de instalaciones y taller propio y que por consiguiente mantiene su propia planta personal; el segundo subsector está integrado por la industria propia, pero al servicio del empresario, como se da en el caso del sector maquilero, en el que se apoya el industrial para incrementar su producción y en el que no requiere de una inversión propia de activos fijos, ni de personal en las labores de confección.

Aquí podemos hablar ya de una estructura productiva conformada por: Una gran cantidad de pequeños negocios y un porcentaje pequeño de grandes empresas. Sin embargo, es difícil asegurar la existencia de una estructura de mercado oligopolista, debido a la relevante importancia que tienen las transacciones que realizan las pequeñas y medianas empresas y a su papel predominante en la estructura industrial a lo largo de su evolución.

Según cifras elaboradas por el Fondo de Garantía y Fomento a la Industria Media y Pequeña (FOGAIN) y con base en los censos industriales de 1930, la pequeña y mediana industria del país, por número de establecimientos, representaba el 12% del total de la industria de la transformación, en tanto el 88% restante, correspondía a la micro industria, es decir, a talleres y artesanías. Para 1950, el mismo sector de la pequeña y mediana industria representa

el 25.5% y la micro industria redujo su participación a 71.9%. En 1955, la pequeña y mediana industria significó el 45.8% y la artesanía 51.95%. En 1960, la industria mediana y pequeña representó el 56.7% y los talleres artesanales 42.8%. Para 1965, la misma pequeña y mediana industria ascendió ligeramente a 56.8%, en tanto que la micro industria descendió a 41.8%.

El censo industrial de 1971, reportó un total de 118,740 establecimientos de la industria de la transformación, de los cuales el 64.64% son industrias medianas y pequeñas, el 34.92% talleres y artesanías y sólo el 0.44% equivalen a 532 industrias con capital contable mayor de 25 millones de pesos.

Por lo que respecta al sector específicamente del vestido y de acuerdo al censo industrial de 1975, el 88.1% de las negociaciones realizaban transacciones inferiores a los 3.6 millones, el 9.2 entre los 3.6 millones y los 23.9 millones, estos datos a pesos de 1979.

Por lo que respecta a su participación dentro de la composición del Producto Interno Bruto (PIB), ésta ha sido muy variable, así en 1960 su contribución fue de 3.7%, en 1970 de 4.7% , en 1978 del 5.2%, para 1980 fue de 4.5%, para 1985 fue de 4.1% y en 1990 del 3.6% (ver cuadro 1).

Podemos diferenciar dos claros períodos en esta fase: el primero de 1970 a 1980, en el que la tasa de crecimiento del PIB de la industria del vestido, alcanzó su mayor índice en 1979 con 5.8%, es decir un 11.3% de incremento respecto al año anterior, en cambio, la menor tasa de crecimiento

CUADRO 1

PARTICIPACION DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN EL PIB
Millones de pesos a precios de 1980

	1980	PART. %	1981	PART. %	1982	PART. %
TOTAL	988900		1052660		1023811	
TEXTILES Y VESTIDO	136145	13.8	143899	13.7	137040	13.4
1) HIL. TEJ. FIBRAS BLANDAS	42098	4.3	43769	4.2	40066	3.9
2) HIL. TEJ. FIBRAS DURAS	6070	0.6	6136	0.06	6235	0.6
3) OTRAS IND. TEXTILES	14136	1.4	14918	1.4	14163	1.4
4) PRENDAS DE VESTIR	44175	4.5	46424	4.4	43967	4.3
	1986	PART. %	1987	PART. %	1988	PART. %
TOTAL	995848		1026959		1058959	
TEXTILES Y VESTIDO	127719	12.8	121548	12	122497	11.6
1) HIL. TEJ. FIBRAS BLANDAS	38801	3.9	39043	4	40005	3.8
2) HIL. TEJ. FIBRAS DURAS	5237	0.5	4954	0.5	4835	0.4
3) OTRAS IND. TEXTILES	14410	1.4	13962	1.4	14467	1.4
4) PRENDAS DE VESTIR	40648	4.1	39903	3.9	39119	3.7

FUENTE: ELABORADO POR CANIV, CON DATOS DEL SISTEMAS DE CUETAS NACIONALES, SPP
Millones de pesos a precios de 1980

CONTINUACION

CUADRO 1

PARTICIPACION DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN EL PIB

Millones de pesos a precios de 1980

	1983	PART.Z	1984	PART.Z	1985	PART.Z
TOTAL	943549		990856		1051109	
TEXTILES Y VESTIDO	129508	13.7	130741	13.2	134088	12.8
1) HIL. TEJ. FIBRAS BLANDAS	39337	4.2	39760	4	41612	4
2) HIL. TEJ. FIBRAS DURAS	5759	0.6	5110	0.5	4577	0.4
3) OTRAS IND. TEXTILES	13676	1.4	13767	1.4	14717	1
4) PRENDAS DE VESTIR	42944	4.6	42734	4.3	42898	4.1
	1989	PART.Z	1990	PART.Z		
TOTAL	1133636		1192854			
TEXTILES Y VESTIDO	126038	11.1	127972	10.7		
1) HIL. TEJ. FIBRAS BLANDAS	40069	3.5	39275	3.3		
2) HIL. TEJ. FIBRAS DURAS	4880	0.4	3782	0.3		
3) OTRAS IND. TEXTILES	15818	1.4	17478	1.5		
4) PRENDAS DE VESTIR	40369	3.6	43394	3.6		

FUENTE: ELABORADO POR CANIV, CON DATOS DEL SISTEMAS DE CUETAS NACIONALES, SPP
Millones de pesos a precios de 1980

alcanzada fue en 1976 con sólo el 1.2% respecto de 1975. Sin embargo, de 1981 a 1990, que podemos considerar el segundo período, se registra una fuerte contracción del PIB que se muestra, del 4.4% del año de 1980 a el 3.6 del año de 1990; lo anterior está asociado a tasas de inflación superiores a las registradas en años anteriores, que incidieron en el avance del PIB de la industria del vestido, así como: la crisis económica del país en 1982 y la recesión económica internacional.

La estructura financiera del sector en estudio es deficiente y entorpece el buen funcionamiento de esta actividad. Por un lado, existe una baja inversión en activos fijos por empresas de la rama industrial del vestido, en contraposición al elevado nivel tecnológico de la industria textil y en general con la de otras ramas industriales, ya que con excepción de la del tabaco, la industria del vestido fue la de menor proporción de activos fijos a activos totales dentro del sector manufacturero (20%); más aún si la comparamos con la inversión realizada en maquinaria y equipo, pues la proporción respecto al activo total disminuye al 17%, además un alto nivel de empleo (personal de planta productivo), nos da un cuadro de utilización tecnológica deficiente.

Tomando en cuenta todo lo anteriormente expuesto, podemos concretar que en el periodo de 1970 a 1992, existen dos fases relevantes en el desarrollo de la industria del vestido. La primera, que es la etapa de auge (1970-1980) en la que la participación de la industria del vestido era cada vez más significativa en la conformación del PIB, así como, su índice de crecimiento mayor al de la industria en general.

En este período se fomenta un plan de mejoramiento tendiente a una elevada industrialización con maquinaria cada vez más sofisticada, por lo que la necesidad de importar estos artículos al extranjero se hace cada vez más necesario. La segunda etapa, es de crisis y va de 1981 a nuestros días, que aunque como ya mencionamos, representó una etapa de contracción y elevada deuda internacional, presenta una expectativa fundamental para nuestro trabajo y es la de *la apertura comercial*. Como ya no es tan fácil importar maquinaria, equipo e insumos - por su elevado costo- para transformarlos y satisfacer el mercado nacional e intentar incursionar en el mercado internacional.

Sin duda, el año de 1988 representó un parteaguas para las industrias textil y del vestido nacionales. Si bien la apertura comercial significó el cierre de algunas empresas que sólo producían para el mercado interno, es justo señalar que para otras, esta política representó una valiosa oportunidad para transitar por los caminos de la modernización tecnológica. No obstante, los resultados inmediatos dejaron una amarga experiencia a un gran número de empresarios de las industrias textiles y de confección.

Para nadie es un secreto que, debido al modelo de industrialización adoptado en décadas anteriores, tanto la industria textil -abastecedora de materia prima para la industria del vestido- como la de la confección, son las que mayores atrasos tecnológicos presentan. El largo período de proteccionismo que disfrutó la industria mexicana evitó la modernización de la planta nacional y, particularmente, la industria del vestido, salvo notorias excepciones, se marginó a la producción en pequeños talleres de costura.

LA INDUSTRIA DEL VESTIDO ANTE EL TLC

De esta forma la integración de México al GATT y la apresurada apertura comercial del mercado tomaron por sorpresa a los empresarios del vestido y mostraron la ineficiencia de varios de los procesos de producción del ramo; los precios de los productos nacionales quedaron fuera de competencia en el mercado interno. Por supuesto, esta situación ha tenido efectos negativos.

Según la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, la apertura comercial provocó para el año de 1988 el cierre de 509 empresas del mercado contra 133 que comenzaron a funcionar. En lo que se refiere a la comercialización, la CNIV informó que las ventas del ramo registraron una caída de hasta 50%, como en el caso de las prendas elaboradas con piel; en promedio el descenso de las ventas llegó a 30%. Por supuesto, estas cifras se refieren a las ventas nacionales, las cuales han perdido terreno ante la importación masiva de prendas de vestir.

De acuerdo con las estadísticas del Banco de México, durante los dos primeros cuatrimestres de 1988 la importación de prendas de vestir registró un crecimiento de 64.8% con respecto al mismo lapso del año anterior, al pasar de \$20.2 millones de dólares a \$33.3 millones. Es preciso indicar que gran parte de estas compras provino de los países asiáticos. (ver cuadro 2).

La pérdida de buena parte del mercado interno ha motivado a algunos productores nacionales para incursionar en el mercado exterior. Sin embargo, primero tendrá que modernizarse el sector. Según los cálculos de la CNIV, el

CUADRO 2

PRECIOS AL CONSUMIDOR DE PRENDAS DE VESTIR
(variaciones porcentuales)

	Agos.87/Dic.86	Agos.88/Dic.87	Agos.89/Dic.88
ROPA DE HOMBRE	77.1	48.8	127.8
Camisa	81	66.7	138.8
Camiseta	97.7	40.2	118.1
Calzoncillo	101.2	45.7	113.2
Pantalón de poliéster	79.7	46.1	123.7
Pantalón mezclilla	98.2	48.6	131.2
Traje	58.3	32.2	119.7
Calcetines	78.9	59.6	140.4
ROPA DE MUJER	71.7	45.2	113
Blusa	58.9	40.7	103.7
Medias pantimedias	77.2	51.4	132.2
Ropa interior	78.3	53.5	108.4
Pantalón algodón	82.9	51.5	126
Pantalón poliéster	74.8	45.6	121.65
Vestidos	79.9	44.7	115.9
Faldas	55.3	49.6	154.3
Conjuntos	61.3	36.9	95.3

Fuente: Indices de Precios; Banco de Mexico.

costo total de los proyectos de modernización de la industria del vestido es superior a un billón de pesos.

La opinión general de los industriales del vestido es que la apertura comercial ha sido muy rápida y precipitada, por lo que no han tenido la oportunidad de modernizar sus plantas industriales y así poder competir con eficiencia y calidad.

Con la apertura comercial arreció la importación ilegal o irregular. México fué blanco de saldos convenientes de los países asiáticos, a precios sumamente bajos. Además, surgió una nueva modalidad: la compra de ropa norteamericana de segunda mano. Esta es importada por kilo, y luego vendida con increíbles ganancias en numerosos tianguis de la ciudad, un comercio semisubterráneo que ha golpeado duramente a la industria del vestido. La escasa calidad de las prendas de importación ilegales es motivo de tranquilidad para los empresarios mexicanos pues no representa una competencia peligrosa debido a que los consumidores detectan la mala calidad de dichas prendas.

COMPONENTES Y ESTRUCTURA

IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

Se destaca como una industria citadina, que no contamina, ocupa espacios no muy grandes y genera gran empleo. Aún cuando su contribución a la producción total de la industria manufacturera del país es hasta ahora inferior a otras ramas como la de productos alimenticios, sustancias

químicas y productos metálicos maquinaria y equipo, la industria del vestido en México destaca por ser una de las primeras generadoras de empleo, particularmente de mano de obra femenina.

Al tener una capacidad de generación de empleo muy superior al promedio de la industria manufacturera del país, el personal ocupado en la fabricación de prendas de vestir ha continuado incrementándose. Según estimaciones, los trabajadores de esta industria son más de 600.000 empleados directos.

La Industria del Vestido de México pertenece al grupo de actividades con menores requerimientos de inversión, encontrándose al nivel de las industrias del cuero, tabacalera y de bebidas alcohólicas. Esa característica le ha permitido sostener altas tasas de creación de empleo, sin embargo, también le ha significado serias limitaciones crediticias puesto que sus reducidos activos fijos, que son factor primordial de garantía ante las instituciones de crédito, le han impedido acceso a financiamientos preferenciales.¹⁵

Los procesos de confección son intensivos en mano de obra. Para efectos prácticos el 50% de los costos de producción lo absorben los materiales y el 50% la mano de obra. El sector cuenta con 9,125 empresas y genera cerca del 70% de empleos directos del total de la industria, es decir más de 600 mil empleados. El Bajo costo de entrada a este sector ha permitido el establecimiento de locales pequeños, muchos de ellos con menos de 10 empleados,, dispersos en toda la República. El 96% de los establecimientos son micro o

pequeñas empresas y muchas se concentran en grandes ciudades, particularmente en la Ciudad de México y en la frontera norte. Con algunas excepciones, particularmente en la industria maquiladora, la mayoría de las empresas son mexicanas en un 100%.¹⁶

El sector no tiene serios problemas con el abastecimiento de insumos. No obstante, enfrenta algunas dificultades por los costos de los materiales para la producción y su poca versatilidad ante los cambios de la moda.

INTEGRACION DE LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

La Cámara Nacional de la Industria del Vestido es un organismo autónomo, de carácter público con personalidad jurídica propia, que tiene por objeto representar los intereses de la industria del vestido, preservar su existencia, fomentar su desarrollo, ser órgano de consulta del Estado, y en general, realizar todos y cada uno de los objetos que señala la Ley de las cámaras de comercio y de las industrias.

En 1930 la industria del vestido contaba con dos ramas, las cuales son:

- Ropa para hombres, mujeres y niños.
- Ropa de trabajo para obreros.

En 1942 se formaron la asociación de fabricantes de camisas y la asociación de sastres, las que iniciaron su trabajo para constituir una cámara nacional.

En 1945, La Cámara Nacional de la Industria del Vestido contaba con 1100 socios; para 1946 contaba con 2500 y para el año de 1991 con 5150 afiliados (ver cuadro 3).

CENTRO DE SERVICIO PARA MODA, DE DISEÑO Y CORTE

El 21 de marzo de 1990 se puso en servicio el primer Centro de Diseño de Desarrollo Industrial. El propósito es sentar la base para poder modernizar la industria, utilizar herramientas del momento, que son computadoras, y hacer accesible a todos aquellos industriales del vestido que quieran usarla. Uno de los problemas que se presenta es que el 95% de las industrias de este ramo son empresas pequeñas, y no tienen el poder económico para comprar equipos de computo de alto costo.¹⁷

El Centro de Diseño da acceso a los pequeños industriales, quienes resultan beneficiados al proporcionales moldes, diseños y patrones. Inclusive se les hace el acomodo de tela para corte y hasta el corte mismo.

El Centro de Diseño cuenta con programas de computación que permiten desarrollar aspectos, como el colorido y diseño para la industria textil y del vestido. Con las nuevas máquinas computarizadas se puede proporcionar el trazo, corte y graduación. Debido al acomodo de los patrones por computadora, se evita al mínimo el desperdicio de tela.

El objetivo de este Centro de Diseño es:

- Dar servicio integral a los industriales
- *A través de avances tecnológicos de primera línea
- *Competitividad

CUADRO 3

EMPRESAS AFILIADAS A LA
CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

LOCALIZACION	1982	1988	1990
TOTAL	3991	4746	5150
ZONA METROPOLITANA DE LA CD. DE MEXICO	3049	2900	3197
DELEG. MONTERREY, NVO. LEON	191	998	940
DELEG. GUADALAJARA, JALISCO	267	446	481
DELEG. AGUASCALIENTES, AGS.	225	163	250
DELEG. MERIDA, YUCATAN	82	78	160
DELEG. TEHUACAN, PUEBLA	115	76	75
DELEG. IRAPUATO, GUANAJUATO	40	60	24
DELEG. SALTILLO, COAHUILA	22	25	23

FUENTE: REGISTRO DE LA CNIV Y SUS DELEGACIONES

- *Volumen de producción
- *Reducción de costos
- *Tiempos de entrega
- *Reducción de mano de obra

MATERIAS PRIMAS UTILIZADAS

Tradicionalmente la industria textil mexicana ha proporcionado las materias primas que requiere el sector de la confección, y por ello durante muchos años no hubo necesidad de importar telas excepto aquéllas que no se producen en el país, como por ejemplo las telas de seda y lino.

Por lo que respecta a los tipos de telas utilizadas, en México, se registró un acelerado desplazamiento en la utilización de las fibras naturales como el algodón y la lana, por las fibras químicas tales como poliéster, nylon, acrílico y rayón. Es por ello que dentro de la amplia gama de telas que se utilizan en la confección de prendas de vestir, si bien continúan siendo importantes las de algodón, como la mezclilla y la pana, en realidad predomina el consumo de telas de fibras químicas que por si mismas o mediante mezclas con fibras naturales, se adaptan con facilidad a las nuevas tendencias de la moda tanto nacional como internacional.

Dentro del actual contexto cada vez más competido, la calidad, acabado y precios de las telas juegan un papel de creciente importancia, encontrando actualmente importaciones de telas de algodón, lana y fibras químicas en volúmenes crecientes. Con respecto a las habilitaciones necesarias para la confección (botones, broches, hebillas y etiquetas) la

problemática es similar a la de los textiles, y los proveedores son empresas nacionales de una gran experiencia en el mercado nacional e internacional.¹⁸

MAQUINARIA Y TECNOLOGIA

En la fabricación de las prendas de vestir se han utilizado tradicionalmente procesos mecánicos de ensambles industriales, y técnicas de control y operación. La planta industrial consta de lo siguiente: máquinas cortadoras, de coser, para ojales, para hilvanar, para pegar botones y planchadoras de vapor. En complemento se utilizan moldes, mesas tendedoras, así como numerosos accesorios para efectuar operaciones de la limpieza y acabado de las prendas fabricadas.

En el rubro de tecnología, en los últimos cinco años han surgido innovaciones relevantes en el proceso productivo; en cuanto al área de diseño, se han desarrollado sistemas de cómputo que facilitan el diseño y elaboración de patrones; en el área de corte se cuentan ya con máquinas cortadoras de rayos láser, y con cuchillas de alta velocidad capaces de cortar con gran precisión y rapidez grandes volúmenes de tela. Un ejemplo de esto es que un traje de caballero puede ser cortado en menos de dos minutos. No obstante hay que aclarar que por su costo tales adelantos sólo se han introducido en algunas de las más grandes firmas confeccionistas mexicanas. Al respecto la Cámara ha promovido el primer Centro de Servicios de Moda, Diseño y Corte, mismos que ha sido apoyado por NAFINSA, empresa que también participa en su constitución.¹⁹

MOTORES Y ENGRANAJES DE LA MODA

La moda es primordial en la industria del Vestido, y no sólo eso . Hay economías que amplían y refuerzan sus reservas de divisas con apoyo en el renglón de la moda. Por lo pronto, hay naciones que propugnan por abastecer su propio consumo de ropa y para esto se incorporan a los mecanismos internacionales del mercado y siguen la pauta que les traza el calendario internacional de producción. Tal es el caso de México.

¿Por dónde se inicia la producción de la moda? A grandes razgos, veremos el esquema que se sigue en los grandes centros de moda.

Lo primero son las fibras. El paso inicial en la confección de ropa es el estudio de las fibras de que dispone la industria, analizar sus características y modificarlas, si es necesario. La fibra determina cómo será la textura de la ropa que se produzca y cuál será su superficie (lisa, rugosa, labrada, aterciopelada o áspera). De acuerdo con esto se programa la producción de fibras. Una vez que los textileros han determinado la consistencia y el aspecto de las fibras, se ponen de acuerdo con los expertos en color, que previamente han elegido la tendencia para las próximas temporadas. Esta tendencia sirve de base para elaborar las "cartas de color" que se distribuyen entre todos los fabricantes. Naturalmente, el calendario de producción se hace con más de un año de anticipación, es decir, en invierno de 1991 se sabrá cuáles serán los colores que se llevarán doce meses después. Las cartas de color sirven como guías a los industriales que proveen a los textileros de las tinturas

adecuadas para que todas las telas y las fibras lleven al mercado los colores de la temporada. Las telas y los materiales proporcionan a los diseñadores la base en la que se apoyará su inspiración para la creación de nuevos modelos.

Una vez que se ha acompletado el ciclo: consistencia de los materiales (hilos, fibras y demás) colores y telas, la moda de temporada está lista para nacer. Todavía le guarda un largo proceso que comienza en la mente del diseñador, la que, estimulada por el aspecto de los materiales y la gama de colores que tiene a su disposición, idea los modelos, procurando que haya una diferencia sustancial con los que estuvieron en boga durante los meses pasados. Después de muchas pruebas y tanteos, que incluyen la elaboración de los trajes en tela muy corriente (lo que se llama "toiles") se da paso a la elaboración de los modelos de "alta costura" que casi siempre son trajes muy exclusivos, terminados a mano y que se toman como puntos de partida para hacer la confección en serie, o sea los trajes que se venden en los almacenes de todo el mundo y se imprimen en los catálogos que circulan entre los consumidores seguidores de las últimas tendencias de la moda.²⁰

**MEDIDAS QUE LA CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO DE MEXICO
ESTA TOMANDO PARA RESPONDER AL RETO DEL TRATADO
CON E. U. A. Y CANADA**

Para incorporar la industria mexicana de la confección al reto del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos de América y Canadá, la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV) está estableciendo cursos de capacitación para mejorar el nivel técnico de las empresas.

Desde el año de 1988, existe un Programa de Capacitación de la Mano de Obra Industrial, apoyado económicamente por el Banco Mundial, que consiste en capacitar y adiestrar desde trabajadores con nivel de supervisión hasta operarios. En el programa se imparten cursos genéricos como tiempo y movimientos, supervisión de producción, planeación de producción; manejo de planta y demás.

Paralelamente a estos cursos en 1989 se estableció una Unidad de Productividad que funciona como centro de consulta para los industriales y que ofrece publicaciones periódicas sobre productividad, sistemas de autodiagnóstico y medición de productividad, y asesoría para el establecimiento de sistemas para ayudar a incrementar la productividad.

Para los niveles productivos y gerenciales, durante todo el año se imparten cursos específicos, como el de Comercio Exterior, que ayudará a aumentar la eficiencia de los ejecutivos.

Como complemento a la capacitación, se requiere asegurar la calidad de las prendas. Para lograrlo se necesita la asesoría de expertos. por lo que la Cámara ha firmado un convenio de colaboración con el centro de Investigación y Asistencia Tecnológica del Estado de Guanajuato (CIATEG). Esta institución ofrece a los industriales servicios de consultoría en desarrollo de nuevos productos, certificación de calidad tanto de insumos como de productos terminados a través de la realización de pruebas químicas y físicas.

El convenio con CIATEG provera apoyo tecnológico a la industria del vestido consistente en cursos de capacitación,

asesoría en el desarrollo de nuevos proyectos y productos, intercambio de información especializada y certificación de calidad. El Centro ya ha colaborado, así mismo, en la elaboración del perfil tecnológico del ramo industrial del vestido.

El apoyo tecnológico que se está brindando a los industriales de la confección, sin duda alguna, permitirá mejorar la calidad e incrementar la productividad para hacer de la ropa mexicana un producto competitivo en los mercados internacionales.²¹

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

En cuanto a sus exportaciones, la Industria del Vestido ha realizado grandes avances, si se tiene presente que como otras ramas industriales del país, carece de una profesional vocación exportadora.

El comercio internacional de textiles y prendas de vestir se encuentra regulado desde 1962, por esto México ha tenido que negociar acuerdos bilaterales con los gobiernos de los mercados de destino de tales productos. El acuerdo con Estados Unidos de América es el más importante debido a que hacia ese país se envía aproximadamente el 80% del total de las exportaciones de prendas de vestir, sobre todo vestidos para dama de algodón y poliéster, pantalones para dama y caballero de algodón, overoles y playeras de algodón, y trajes de lana.

COMERCIO CON ESTADOS UNIDOS DE AMERICA Y CANADA

La industria textil mexicana, excluyendo maquiladoras, registró un superávit en su balanza comercial con el mundo entre 1985 y 1988. A partir de 1989, la industria mostró un déficit, que se explica por el dinamismo de las importaciones.

Las exportaciones se concentran en fibras 44% y textiles 45%, mientras que las de la confección juegan un papel secundario (10%). Por su parte, la composición de las importaciones es más homogénea ya que existe una importante concentración en los productos de la confección, 38%, y el resto son fibras y textiles²². (ver cuadro 4).

BALANZA COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE AMERICA.

Estados Unidos de América es el socio comercial más importante de México para productos textiles. En 1990, el 53.9% de las exportaciones nacionales tuvo como destino Estados Unidos de América, mientras que el 54.8% de las importaciones provino de ese país.

El comercio de productos textiles entre Estados Unidos de América y México ha sido importante para los dos países. México mostró un déficit de 50 mdd en 1989 y de 217 mdd en 1990, excluyendo maquiladoras, después de haber registrado un superávit con ese país por varios años. Es importante destacar que el 59% de las exportaciones a Estados Unidos de América se concentró en el sector textil y el 28.6% en fibras. Por una parte, las importaciones estuvieron distribuidas de manera uniforme entre fibras, textiles y confecciones, lo que

CUADRO 4

	BALANZA DE MEXICO (miles	COMERCIAL CON EL de	TEXTIL MUNDO* dolares)	
	1989	%	1990	%
INDUSTRIA TEXTIL				
EXPORTACIONES	566,593	100	527,412	100
IMPORTACIONES	640,720	100	914,303	100
BALANZA	-74,127		-386,891	
SECTOR FIBRAS (1)				
EXPORTACIONES	261,042	46	233,412	44
IMPORTACIONES	191,556	30	296,699	32
BALANZA	69,486		-63,287	
SECTOR TEXTILES(2)				
EXPORTACIONES	241,858	43	238,053	45
IMPORTACIONES	202,158	32	271,178	30
BALANZA	39,700		-33,125	
SECTOR CONFECCION(3)				
EXPORTACIONES	63,693	11	55,947	11
IMPORTACIONES	247,006	39	346,426	38
BALANZA	-183,313		-290,479	

Nota:

* Excluye maquiladoras

FUENTE: SECOFI

implica que la mayoría de ellas son insumos para la producción de otros bienes.²³ El sector confección mostró para el año de 1990 un déficit de 135.964 mdd (ver cuadro 5).

Al incluir a la industria maquiladora, las exportaciones mexicanas de productos textiles a Estados Unidos de América ascendieron a 962.7 mdd en 1990. lo que implica déficit de solamente 16.3 mdd. Al considerar a esta industria, también cambia la estructura de las exportaciones: 5.7% fibras, 26.4% textiles y 67.7% en confección. Esto es una muestra del potencial exportador del sector de la confección y de las posibilidades de complementación de las economías de México y Estados Unidos de América. La composición de las importaciones no cambia significativamente al considerar a las maquiladoras debido a que la mayoría son insumos para la fabricación de otros productos.²⁴

BALANZA COMERCIAL CON CANADA

El comercio de productos textiles con Canadá es mucho menor que el que se tiene con E.U.A. En 1990, México registró un suprávit de 8.7 mdd, al exportar 17 mdd e importar 8.5 mdd. Se prevé un aumento en el comercio con ese país, siempre y cuando se eliminen las barreras existentes al comercio. En relación a la composición de las exportaciones, alrededor del 62% fueron fibras, 20% textiles y 18% confecciones. Las importaciones se concentran en fibras con un 76% del total²⁵, seguidas por los textiles y confección (ver cuadro 6).

CUADRO 5

	BALANZA DE MEXICO (miles	COMERCIAL CON de	TEXTIL E.U.* dolares)	
	1989	%	1990	%
INDUSTRIA TEXTIL				
EXPORTACIONES	330,376	100	284,037	100
IMPORTACIONES	380,946	100	501,266	100
BALANZA	-50570		-217,229	
SECTOR FIBRAS (1)				
EXPORTACIONES	92,069	28	81,358	29
IMPORTACIONES	110,495	29	154,800	31
BALANZA	-18,426		-73,422	
SECTOR TEXTILES (2)				
EXPORTACIONES	187,577	57	167,640	59
IMPORTACIONES	119,515	31	175,463	35
BALANZA	68,062		-7,823	
SECTOR CONFECCION (3)				
EXPORTACIONES	50,730	15	35,039	12
IMPORTACIONES	159,936	40	171,003	34
BALANZA	-100,206		-135,964	

Nota:

* Excluye maquiladoras

Fuente: SECOFI

CUADRO 6

	BALANZA DE MEXICO (miles	COMERCIAL CON de	TEXTIL CANADA*	
			dolares)	
	1989	%	1990	%
INDUSTRIA TEXTIL				
EXPORTACIONES	21,923	100	17,170	100
IMPORTACIONES	4,462	100	8,500	100
BALANZA	17,481		8,670	
SECTOR FIBRAS (1)				
EXPORTACIONES	14,669	66.9	10,583	61.6
IMPORTACIONES	2,794	62.6	6,499	76.5
BALANZA	11,875		4,084	
SECTOR TEXTILES (2)				
EXPORTACIONES	4,205	19.2	3,476	20.2
IMPORTACIONES	1,264	28.3	1,641	19.3
BALANZA	2,942		1,835	
SECTOR CONFECCION (3)				
EXPORTACIONES	3,068	14.0	3,111	18.1
IMPORTACIONES	404	9.0	354	4.2
BALANZA	2,665		2,757	

Nota:

* Excluye maquiladoras

Fuente: SECOFI

INSTRUMENTOS DE APOYO A LA ACTIVIDAD EXPORTADORA

Para adecuarse a la estrategia de la apertura comercial y fomento a las exportaciones deben concurrir de manera congruente y coordinada las políticas y objetivos globales con la acción directa en las operaciones.

Para responder a esta exigencia se han instrumentado acciones en tres vertientes principales: la racionalización de la protección, la simplificación de trámites y procedimientos y el fomento a las exportaciones a través de un sistema de apoyos aceptados internacionalmente y orientados a facilitar la operación competitiva de las empresas en los mercados del exterior.

1. RACIONALIZACION DE LA PROTECCION

El proceso de apertura comercial encaminado a racionalizar la protección se orienta a desarrollar la eficiencia y competitividad del sector productivo, dirigiendo la inversión y la capacidad productiva del país hacia aquellas áreas preparadas para la competencia internacional.

La vinculación de nuestra economía con el exterior implica necesariamente para las empresas el reto de alcanzar mayores niveles de productividad, a fin de responder adecuadamente a una competencia cada vez más franca.

Se ha procurado, la eliminación de obstáculos administrativos que entorpecen innecesariamente la exportación. Así, en materia de exportaciones tan sólo 418 fracciones arancelarias permanecen sujetas al requisito de

permiso previo, el cual se ha mantenido únicamente en los casos de aquellos productos básicos para el abasto interno, por razones de conservación de la flora y fauna en peligro de extinción, de preservación de la salud humana o bien en función de requerimientos de seguridad nacional o de compromisos derivados de convenios internacionales.

2. LA SIMPLIFICACION DE TRAMITES Y PROCEDIMIENTOS

Bajo el principio de simplificación de trámites se han establecido procedimientos más ágiles para la expedición de permisos de exportación, facultando a distintas dependencias y entidades responsables de la regulación y comercialización de los productos controlados, para expedir directamente con cargo a permisos globales de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial las autorizaciones de exportación correspondientes.

Con ello disminuye el número de consultas entre dependencias y se simplifican los procedimientos en beneficio de los exportadores, que ahora pueden efectuar sus gestiones ante una sola instancia.

En otros casos la opinión técnica entre dependencias se efectúa bajo el procedimiento de criterio anual, lo que evita la consulta caso por caso y agiliza los trámites de estas exportaciones.

A través de la concertación entre las dependencias gubernamentales y la industria exportadora se avanzará progresivamente en acciones de desregulación de trámites y requisitos en cada una de las etapas de exportación.

3. SISTEMAS DE APOYOS ACEPTADOS INTERNACIONALMENTE

En materia de instrumentos de promoción directa de las exportaciones se han establecido un sistema de apoyos aceptados internacionalmente, que permite a las empresas operar en los mercados internacionales en condiciones similares a sus competidoras, al otorgarles financiamiento competitivo a nivel internacional, permitirles la adquisición en el exterior de los insumos y bienes que requieren para producir y exportar -sin gravarlos con impuestos diseñados para regular el consumo interno - al apoyar la comercialización eficiente de sus productos en el mercado externo.

Mediante instrumentos como la devolución de impuestos de importación y de los regímenes de importación temporal las empresas exportadoras directas y sus proveedores, los exportadores indirectos, pueden seleccionar sin limitación la mejor alternativa de abastecimiento para producir eficientemente sus artículos de exportación.

3.1 LA DEVOLUCION DE IMPUESTOS DE IMPORTACION

La devolución de impuestos de importación a los exportadores, conocida como "Draw Back", permite obtener la devolución de las cargas fiscales relativas a la importación que la empresa hubiese pagado por la adquisición en el extranjero de materias primas, partes y componentes, lubricantes y otros materiales requeridos para producir artículos de exportación.

Son objeto de devolución de impuestos de importación todos aquellos insumos incorporados físicamente al producto

de exportación, que hubiesen sido internados al país por el solicitante en un lapso mayor de un año con anterioridad a la fecha de la solicitud.

Este sistema ofrece las ventajas como la posibilidad de obtener la devolución en efectivo mediante cheque expedido por la Tesorería de la Federación a favor del exportador o mediante el depósito en la cuenta de cheques del beneficiario.

La devolución se autoriza por el equivalente en dólares que la empresa hubiese pagado por concepto de impuestos de importación al momento de realizar esa operación, actualizando así el importe de esta devolución y reduciendo substancialmente el costo financiero que representa el tiempo de recuperación del monto pagado.

Así mismo, las empresas pueden obtener la devolución:

a) cuando facturan directamente sus mercancías a compradores en el extranjero ; b) cuando venden sus productos a un exportador final, utilizando el mecanismo de carta de crédito doméstica (CDD), si se trata de exportadores directos, o c) cuando el exportador directo es una industria maquiladora de exportación o una empresa de comercio exterior registrada en la SECOFI.

3.2. LOS PROGRAMAS

Otro instrumento de apoyo a la producción para la exportación lo constituyen los programas de importación temporal para producir artículos de exportación, conocidos como 'Pitex', establecidos con el propósito de simplificar

y mejorar el régimen de importación temporal y permitir a las empresas realizar sus operaciones de manera ágil y programada.

Las empresas establecidas en el país pueden suscribir un *pitex* con el único requisito de destinar al mercado internacional cuando menos el equivalente al 10 por ciento de sus ventas totales o 500 mil dólares. Cumpliendo con esta condición, tienen derecho a importar temporalmente, sin estar sujetas al pago de impuestos de importación por materias primas e insumos, envases y empaques, combustibles, lubricantes, materiales auxiliares, refacciones y otros bienes que se utilicen para producir mercancías de exportación. Además, para alcanzar las proporciones de las exportaciones requeridas, las empresas tienen la opción de considerar sus operaciones totales, o bien sólo una determinada planta, división o línea de producción, en cuyo caso el programa sólo será aplicable a esas unidades productivas.

Este tipo de bienes tiene un plazo de permanencia en el país de un año, prorrogable por un año más, exentando a la empresa beneficiaria del requisito de garantizar el interés fiscal correspondiente.

Los programas también dan derecho a sus titulares a deducir un determinado porcentaje de mermas y desperdicios de las materias primas y empaque exportados temporalmente, porcentaje por el cual no es necesario demostrar el retorno de sus mercancías al extranjero ni sujetarlas a un destino específico por lo que las empresas pueden disponer de ellas libremente.

LA INDUSTRIA DEL VESTIDO ANTE EL TLC

Este tratamiento se aplica también a la totalidad de los combustibles, lubricantes, materiales indirectos y refacciones que se importen al amparo de un "Pitex".

El "Pitex" también da la posibilidad de vender en el mercado nacional productos elaborados con las mercancías importadas temporalmente hasta por el 20% del valor de las exportaciones que se efectúen al amparo del programa. Este porcentaje podrá incrementarse al 30% para las empresas que realicen ventas a franjas fronterizas y zonas libres del país. Para estas ventas en el mercado nacional, la empresa deberá cubrir los impuestos de importación correspondientes a los insumos que hayan sido incorporados a los productos objeto de la autorización.

En adición a todas estas facilidades, aquellas empresas que exporten como mínimo el 30% de sus ventas totales tendrán la posibilidad de importar temporalmente maquinaria, equipo y herramienta destinados al proceso productivo, así como equipo de investigación, seguridad industrial, control de calidad y capacitación de personal.

Las importaciones temporales de maquinaria y equipo que se efectúen al amparo de un plazo de permanencia en el país por un mínimo de tres años, que es la vigencia de los programas, plazo que puede ser prorrogado en tanto la empresa cumpla con las condiciones establecidas para la autorización original del programa. En el caso de la maquinaria y equipo, la garantía del interés fiscal aplicable es sólo el 20% del importe de los impuestos correspondientes.

Como complemento de la maquinaria puede utilizarse anualmente la importación de las refacciones necesarias para

el buen funcionamiento del equipo.

Las empresas suscriptoras del "Pitex" tienen derecho también a otro tipo de facilidades como son el no requerir permisos previos de importación, ni autorizaciones administrativas adicionales, salvo en los casos de regulaciones específicas en materia de salud, seguridad nacional o controles fitopecuarios.

Cuando las mercancías importadas al amparo del programa son adquiridas en propiedad por las empresas exportadoras, pueden ser pagadas con divisas del mercado controlado, de conformidad con las disposiciones vigentes en la materia.

Por otra parte, las empresas pueden realizar sus operaciones por cualquier aduana del país y solicitar en cualquier tiempo la modificación o ampliación al programa que les hubiese sido autorizado.

Finalmente, el programa no sujeta a las empresas en ningún caso a limitaciones en materia de localización industrial, estructura de capital o grado de integración de las mercancías elaboradas a su amparo.

3.3 LOS APOYOS A LA COMERCIALIZACION INTERNACIONAL

En el campo de la comercialización internacional, etapa en la que concluye el esfuerzo de la exportación del país, se ha planteado la necesidad de contar con empresas especializadas en esta función. Capaces de promover agresivamente los productos mexicanos en el extranjero y de brindar los servicios de postventa necesarios para conservar

y ampliar nuestra presencia en los mercados internacionales.

El régimen de las empresas de comercio exterior, que establece el Gobierno Federal, busca impulsar el desarrollo de las organizaciones de comercialización que tengan capacidad de decisión autónoma, que operen en función de criterios de eficiencia y rentabilidad y que desarrollen una operación independiente, a fin hacer de la inversión en la comercialización internacional una opción atractiva.

La normatividad en materia establece exclusivamente requisitos vinculados con la operación comercial de las empresas. Los requisitos son:

-Contar con un capital fijo mínimo equivalente a 100 mil dólares, que deberá incrementarse a 400 mil dólares al quinto año de operación de la empresa, a partir de su fecha de registro.

-Realizar exportaciones de manufacturas por un mínimo de 3'000,000 de dólares en el segundo año de operación. De 5'000,000 de dólares en el tercero y a partir de esa fecha lograr un incremento en sus exportaciones superior en diez puntos porcentuales a la tasa de incremento de las exportaciones totales de manufacturas.

-Contar con un saldo superavitario en su balanza comercial, lo que permite a las empresas realizar operaciones tanto de importación como de exportación, reconocimientos que el comercio exterior es una actividad de doble vía.

La satisfacción de estos requisitos busca asegurar que la empresas de comercio exterior tengan dimensiones

suficientes para el desarrollo adecuado de sus funciones en los mercados del exterior, ya que, por su propia concepción, las empresas de comercio exterior deben constituir el instrumento mediante el cual los productores medianos y pequeños estén en condiciones de acudir a los mercados del exterior de una manera competitiva.²⁶

129217

LA IMPORTANCIA DE LAS EXPORTACIONES

México exporta una variedad cada vez más amplia de productos, las ventas principales son de automóviles, auto partes de televisores y artículos eléctricos, computadoras y componentes, hortalizas, legumbres y frutas. Entre los sectores más promisorios para los exportadores mexicanos, destacan los componentes automotrices, productos electrónicos, químicos y petroquímicos, alimentos, textiles y confección, calzado, muebles y su artesanía que es muy vasta. Con el cambio estructural de la aduana mexicana y con los programas de apoyo a la exportación, México tiene un potencial muy grande extenso y variado para la exportación. La decisión de los gobiernos de México, Estados Unidos de América y Canadá en particular en la negociación de un acuerdo de libre comercio entre sí, será un estímulo adicional para propiciar mayores exportaciones entre los tres países, considerado como un mercado de alto potencial. Por lo anterior es de suma trascendencia, modernizar todos los sectores del país para hacerlos más eficientes y de esta manera fomentar las exportaciones. Así mismo, es importante señalar que ante la apertura comercial es de suma importancia forjar una nueva mentalidad en el empresario mexicano, y de esta manera aprenda a competir en los mercados internacionales, olvidándose del proteccionismo gubernamental del que ha sido objeto en décadas pasadas.

PROCEDIMIENTO DE EXPORTACION

El régimen de exportación definitiva consiste en la salida de mercancías del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado, es decir es ese efecto de poner los bienes o servicios que produce un país determinado para su consumo fuera de él. Como punto importante de nuestra investigación nos lleva a enumerar cada uno de los elementos que lo integra:

a).-Evaluación del producto exportable. Consiste en la determinación de las posibilidades que existen para extraer del consumo interno un artículo individualizado en cuanto al precio, costo marginal, circunstancias que aunadas a la capacidad de producción permitan asegurar las ventajas de colocarlo en el mercado exterior;

b).-Selección de mercado .Se refiere a la selección del mercado al que se va a ocurrir, tal selección se logra a través del conocimiento de las actividades y hábitos de los consumidores, de la existencia que podría existir y de las políticas gubernamentales que en última instancia deciden la utilidad de la exportación;

c).-Elección de medios para allegar el producto al consumidor. Esta selección no sólo se concreta a escoger el transporte aéreo, terrestre, o marítimo y a conocer su costo, fletes y seguros, sino también a elegir la venta de exportación, es decir la venta puede ser directa, indirecta o local;

d).-La cotización del producto. Consiste en la cotización del producto de acuerdo a las condiciones de venta y entrega que se fijen;

e).-Elaboración de documentos. Se refiere a la necesidad de adquisición y elaboración de documentos para la exportación deseada, por ejemplo, lo que en México se utiliza: El pedido que hace el porteador; la factura pro-forma; la factura comercial; la lista de empaque y peso y la letra de cambio que son a cargo del exportador; el permiso de exportación; la factura consular; el pedimento aduanero; certificado de calidad; poliza de seguros y fianzas etc.

f).-Determinación del lugar, tiempo y forma de entrega y pago. Aquí se hace incapie sobre todo en lo que se refiere al pago, es decir la manera en que pueden recurrir a distintos instrumentos de crédito, por ejemplo. Cartas de crédito, giros a la vista, letras de cambio, ventas en cuenta corriente, la ventas a plazos y pagos por adelantado.

Además de las exportaciones definitivas puede haber exportaciones temporales, es decir la salidad del territorio nacional de mercancías para permanecer en el extranjero por tiempo limitado y para una finalidad específica.

La exportación temporal de mercancías nacionales o nacionalizadas se sujetaran a lo siguiente:

- 1.-No se pagarán los impuestos al comercio exterior;
- 2.-Se garantizará en los términos del código fiscal de la federación el monto de los impuestos a la exportación y la multa que pudieran originarse en caso de que las mercancías no retornen al país, y
- 3.-Se cumplan las obligaciones en materia de restricciones, requisitos especiales y formalidad para el despacho de las mercancías destinadas a este régimen.

La exportación temporal de mercancías para retornar al país después de haberse destinado a un proceso de

transformación, elaboración o reparación en el extranjero, se permitirá por el plazo que a su juicio de la autoridad aduanera sea necesario para la realización del proceso respectivo, sin que pueda exceder del máximo establecido legalmente. No se autorizará la exportación temporal cuando dichos procesos puedan efectuarse en el país a juicio de la autoridad competente.

Quienes manifiesten que somenten las mercancías, ya sea al régimen aduanero de exportación e importación temporal, señalarán en el pedimento la finalidad a la que se destinarán las mercancías y, en el caso, el lugar donde habrá de realizarse la citada finalidad. Tratándose de exportaciones e importaciones temporales, el reglamento fijará, conforme a lo establecido en la ley aduanera, los casos, clase y plazos de las mercancías que podrán destinarse a estos regímenes aduaneros.

PROCEDIMIENTO DE IMPORTACION

Se entiende por régimen de importación definitiva la entrada de mercancías de procedencia extranjera para permanecer en el territorio nacional por tiempo ilimitado, es decir la importación, es el arribo de mercancías extranjeras al territorio de un país, para su consumo o libre circulación en él. Lo normal es que esta importación sea definitiva, incondicional y se verifique únicamente respecto de mercancías procedentes del extranjero.

Según los términos del artículo 10 del Código Aduanero la importación se inicia con la introducción de las mercancías y concluye cuando las mismas quedan a la libre disposición de los interesados, de manera que entre el inicio

y la conclusión de las operaciones de la importación, aunque cada caso tenga su propio nombre (introducción, solicitud de despacho, vista aduanal, liquidación de impuestos, pago etc) Todos los que se realicen entre ambos extremos quedan incluidos dentro del rubro genérico de actos de importación.

Básicamente el mecanismo que se sigue en el proceso de importación consiste en 8 pasos los cuales son:

- 1.-La obtención de la guía, en la cual se encuentran todas las diferentes líneas a las que puede recurrir para realizar la importación;
- 2.-Se le pasa al cotizador para que clasifique las mercancías en forma correcta;
- 3.-Se hace el pedido por computadora;
- 4.-Se presenta el pedido a un Agente Aduanal, quien da la autorización para que se prosiga con la importación;
- 5.-Se procede a pagar los impuestos correspondientes, éste pago deberá hacerse antes de las 11:00 hrs;
- 6.-Se pasa al módulo de selección aleatoria, es decir se pasa por el semáforo, donde si llega a salir verde, se le denomina desaduanamiento y sólo se revisará la mercancía cuando se tenga alguna duda, pero si es rojo, se denomina reconocimiento aduanal y se procede a llevar la mercancía en caso de ser productos químicos al laboratorio, si no son de ese género tendrán que pasar por revisión, el encargado de esto es un agente denominado vista;
- 7.-Se pasa al almacén para recoger la mercancía y
- 8.-Se realiza la inspección por parte del vista en caso que haya sido la selección tipo rojo.

Aligual que en las exportaciones , también en las importaciones existen las temporales. Las importaciones

temporales de mercancías de procedencia extranjera se sujetarán a lo siguiente:

a).-No se pagarán impuestos al comercio exterior, excepto cuando las mercancías consistan en maquinaria, equipo, vehículos y animales importados temporalmente para su exportación lucrativa;

b).-Se garantizará en términos del Código Fiscal el monto de los impuestos de importación y la multa que pudieran originarse si las mercancías no retornan en el plazo autorizado y .

c).-Se cumplirán las obligaciones en materia de restricciones, requisitos especiales y formalidades para el despacho de las mercancías destinadas a éste régimen.

SEGUIMIENTO DE UNA IMPORTACION

En el seguimiento de la importación se llevan a cabo tres pasos:

1) Llega la carga mediante cierta línea aérea, dicha mercancía se deposita en un almacén (fiscalizado) del cual es propietario la línea aérea, o bien es propiedad federal;

2) El recolector de guías (trabajador de la agencia de carga) durante su recorrido diario por todos los almacenes de las líneas aéreas que se encuentran en el interior de la aduana, debe buscar si existen las llamadas guías aéreas, documento mediante el cual se describe el contenido de la carga, procedencia, destinatario, remitente, así como una factura de la mercancía que lógicamente se encuentra ya en ese almacén. Para tener una visión más clara, el lector puede observar en el anexo un formato de dicha guía.

Una vez que el recolector obtiene la guía se la entrega a los cotizadores, que como su nombre lo indica se encargan

de cotizar la mercancía a importar, para lo cual tiene que clasificar las mercancías al igual que su valor y entonces determinar los impuestos a pagar por la introducción de esas mercancías al país, todo esto conforme a la tarifa arancelaria, regulada y reglamentada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Pública y la SECOFI.

3) El siguiente paso es "elaborar el pedimento" de importación correspondiente para la salida legal de la mercancía. A este respecto es importante mencionar que el artículo 71 de la Ley Aduanera señala que: "Realizada la importación definitiva de las mercancías, podrá autorizarse su retorno al extranjero sin el pago de los impuestos a la exportación, dentro del plazo máximo de tres meses contados a partir de que hubieran sido retiradas del depósito ante la aduana."

Entre comillamos la palabra elaborar el pedimento de importación, ya que actualmente con las reformas aduaneras llevadas a cabo en presente sexenio; este procedimiento es computarizado de tal manera que su elaboración es rápida y eficaz.

INVESTIGACION REALIZADA SOBRE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

METODOLOGIA

VISION GLOBAL DEL PROCESO DE INVESTIGACION

Existen varios pasos a seguir en el proceso de diseñar y poner en práctica un estudio de investigación.

1.- Llegar a un acuerdo sobre el propósito de la investigación. Esto representa determinar las decisiones que serán apoyadas, los problemas u oportunidades que deben ser estudiadas, etc.

2.- Convertir el propósito de la investigación en objetivos particulares.

3.- Estimar el valor de la información de la investigación.

4.- Diseñar el estudio de la investigación.

5.- Llevar a la práctica el diseño, recopilar y analizar los datos para preparar el informe.

OBJETO DE LA INVESTIGACION

Consiste en exponer que información se necesita. Se debe elaborar (el objeto de la investigación) de tal manera que, al obtener información se pueda mejorar la decisión expresada en el propósito de la investigación.

Así, el propósito producirá el desarrollo de objetivos de la investigación.

Estos objetivos tienen tres componentes:

1.- La interrogante de la investigación misma.

2.- La elaboración de hipótesis, que sean respuestas alternas a la interrogante de la investigación.

3.- El campo de acción o los límites de la investigación. Por ejemplo, de toda la industria en México, solo nos interesa ver el desarrollo de la industria del vestido.

DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

En la investigación a realizar, es necesario tener una base teórica en lo que respecta al tamaño de la muestra a utilizar. A continuación mostraremos como determinamos nuestra magnitud muestral para los dos tipos de cuestionarios que se aplicaron (consumidores y empresas).

MUESTREO

Una muestra probabilística consiste en una o más realizaciones de un experimento aleatorio. El correspondiente a un número n de elementos recibe la denominación del tamaño de la muestra.

Debido a que en estadística se trabaja normalmente con una mayor confianza cuando la muestra es aleatoria, puede considerarse una distribución probabilística dimensional constituida por los puntos representativos de todas las muestras posibles con las restricciones que impone el diseño y las probabilidades correspondientes.

Dos de las formas más utilizadas en técnicas de muestreo son:

- * Muestreo aleatorio sin reemplazo
- * muestreo aleatorio con reemplazo

El primero consiste en que todas las unidades de la población, tienen las mismas posibilidades de ser extraídas, pero si la población es finita, la probabilidad de que salga un elemento dependerá de los que fueron separados

anteriormente para formar parte de la muestra y dejaron por lo tanto de pertenecer a los seleccionables.

Si el muestreo es con reemplazo se coincide con el muestreo de poblaciones infinitas, ya que al devolver a la población cada elemento extraído de la misma, la población es inagotable.

Las fórmulas correspondientes son las siguientes:

MUESTRA CON POBLACION INFINITA.

$$n = z^2 (p)(q) / A^2$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

p = Producción de una parte de la dicotomización

q = Producción complementaria de la dicotomización

z = Seguridad con la que se trabaja

A = Significancia con la que se trabaja

Suponiendo que nos interesa obtener la información proporcional en función del sexo, y obteniendo una población que contiene la misma cantidad de mujeres y hombres, tenemos:

$$p = .5 \quad \text{y} \quad q = .5$$

Trabajando con un nivel de significancia del 5% tenemos:

$$A = .05 \quad \text{y} \quad A^2 = .0025$$

Si queremos que la seguridad sea del 95%, el valor relativo de $z = 1.96$ así $z^2 = 3.8416$

Sustituyendo estos valores en la fórmula para muestreo aleatorio con reemplazo, tenemos:

$$\begin{aligned} n &= (1.96)^2 (.5)(.5) / 0.0025 = 3.8416 (.25) / .0025 \\ &= 0.9604 / 0.0025 \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

Es decir es el total de cuestionarios a aplicar para los consumidores.

MUESTRA CON POBLACION FINITA.

$$n = N (p)(q) (r^2) / e^2(N - 1) + (r^2)(p) (q)$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra	?
N = Tamaño de la población	22,476
p = Probabilidad de éxito	.95
q = Probabilidad de fracaso	.05
e = Error de estimación	$e = (p)(q) / N$
r = Coeficiente de confianza	95% = 1.96

Sustituyendo estos valores en la fórmula tenemos:

$$n = \frac{22,476(.95)(.05)(3.8416)}{0.025 (22476 - 1) + (3.8416)(.95)(.05)}$$

$$= \frac{22,476(.182476)}{61.875 + .182476} = \frac{4101330576}{62.057476} = 66.0892$$

Este valor es número de cuestionarios para las empresas.

El objetivo central de la encuesta de la industria del vestido en la micro y pequeña empresa, es obtener información de índole cuantitativa y cualitativa que nos permita conocer, los principales aspectos productivos de comercialización, promoción, organizacionales, administrativos y de expectativas ante la apertura comercial con E.U.A. y Canadá.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

Otro de los objetivos es identificar con el cuestionario para los consumidores, sus gustos y preferencias en cuanto a prendas de vestir tanto nacionales como extranjeras.

La encuesta aplicada a las micros y pequeñas empresas en el ramo del vestido se llevó a cabo en varias zonas del área metropolitana, en las cuales se concentran la mayor cantidad de industrias. El cuestionario para los consumidores se aplicó en centros comerciales, tales como tiendas especializadas (Liverpool, Palacio de Hierro, etc.) bazares, mercados y tianguis, los cuales consideramos que son los lugares más representativos para llevar acabo la investigación.

El instrumento que permitió captar información del estudio fueron dos cuestionarios que se integran de la siguiente manera:

El cuestionario de las empresas esta integrado por 38 preguntas las cuales abarcaron aspectos como:

-Aspectos de financiamiento, tecnológicos, asistencia técnica y capacitación, organizacionales y administrativos, productivos y efectos de la apertura comercial.

El de los consumidores esta conformado con 34 preguntas abarcando los siguientes aspectos, sobre prendas de vestir:

Aspectos socioeconómicos, de calidad, precio, diseño y moda.

Por ese conducto se recabó información fidedigna y actualizada de la situación prevaleciente en las empresas y el gusto del consumidor sobre las prendas de vestir. Así como algunas recomendaciones para las empresas.

PRESENTACION DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LAS EMPRESAS

No.	PREGUNTA	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA			
4.-	ANTIGUEDAD DE LA EMPRESA	a)	12	4	0		
		b)	8	14	0		
		c)	5	12	1		
		S,R.	1	1	0		
5.-	CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS	1-15	26	16-100	31	101-250	1
6.-	PROBLEMAS QUE ENFRENTA LA EMPRESA	a)	5	9	0		
		b)	2	5	0		
		c)	1	2	0		
		d)	3	8	0		
		e)	7	11	1		
		S.R.	8	4			
7.-	PROMEDIO DE PRODUCCION EN VOLUMEN	4,808	26,435	360,000			
9.-	ACCESO A MATERIA PRIMA	NAC.	12	6	0		
		EXT,	0	1	0		
		AMB,	14	22	1		
		S,R,	2	0	0		
10.-	PROB. DE ABASTECIMIENTO DE MAT. PRIMA	SI	3	5	1		
		NO	23	26	0		
12.-	COMPETENCIA NACIONAL Y EXTRANJERA	ALTA	13	22	1		
		NORMAL	11	8	0		
		BAJA	2	1	0		
13.-	SUPERIORIDAD DE LOS DISEÑOS NAC.	SI	16	19	0		
		NO	9	8	1		
		S.R	1	4			
14.-	UTILIZACION DE DISEÑOS	a)	24	29	1		
		b)	8	4	1		
		c)	1	1	0		
		d)	0	1	1		
15.-	TIPO DE MAQUINARIA UTILIZADA	a)	15	19	0		
		b)	5	6	0		
		c)	10	12	0		
		d)	12	14	1		
		e)	1	6	0		
16.-	TIPOS DE MERCADO	a)	18	19	0		
		b)	11	11	0		
		c)	15	25	1		
		d)	0	2	0		
		e)	0	0	0		

17.- COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS	a)	2	2	1
	b)	21	28	1
	c)	3	4	1
	d)	14	12	1
	e)	0	0	0
19.- MODERNIZACION TECNOLOGICA	SI	17	19	0
	NO	8	9	0
	S.R.	1	2	0
20.- CONOCIMIENTO DE PROG. DE FINAN.	SI	14	19	1
	NO	5	4	0
	MINIM.	8	6	0
	S.R.		2	
21.- SOLICITUD DE FINANCIAMIENTO	a)	5	5	0
	b)	1	10	1
	c)	18	15	0
	S.R.	2	1	0
22.- TIPOS DE FINANCIAMIENTO	a)	10	11	0
	b)	9	3	1
	c)	10	18	1
	d)	1	1	0
	S.R.	1	2	0
23.- OPINION SOBRE EL FINANCIAMIENTO	SI	10	14	1
	NO	6	6	0
	S.R.	12	11	0
24.- PROBLEMAS RESUELTOS	a)	7	6	0
	b)	3	2	0
	c)	7	9	1
	d)	0	5	0
	S.R.	8	0	0
26.- CONTROL DEL PROCESO DE PRODUC.	SI	18	26	1
	NO	2	3	0
	OCASION.	4	1	0
	S.R.	2	1	0
27.- DEFINICION DE FUNCIONES	SI	23	28	1
	NO	6	3	0
	S.R.	1	0	0
28.- RELACIONES LABORALES	a)	18	25	1
	b)	7	0	0
	c)	1	4	0
	d)	0	2	0
	e)	0	0	0

29.- SISTEMAS DE CONTROL	SI	19	25	1
	NO	6	6	0
	S.R.	1	0	0
30.- ASESORIA EXTERNA	SI	17	19	0
	NO	7	7	1
	S.R.	2	6	0
33.- POSIBILIDAD DE COMPETIR	SI	18	25	0
	NO	5	6	1
	S.R.	3	1	0
34.- ASPECTOS PARA COMPETIR	a)	17	24	1
	b)	17	19	1
	c)	17	19	1
	d)	5	10	0
	e)	11	16	1
	S.R.	1	0	0
35.- PODER ADQUISITIVO	SI	15	19	1
	NO	6	8	0
	S.R.	5	6	0
36.- EFECTOS EN EL NIVEL DE VENTAS	SI	13	15	1
	NO	10	14	0
	S.R.	3	3	0
37.- FACTORES QUE AFECTAN LAS VENTAS	a)	10	13	1
	b)	13	16	0
	c)	9	9	1
	d)	12	11	0
	e)	0	2	0

NOTAS:

S.R. : SIN RESPUESTA

OCASION. : OCASIONALMENTE

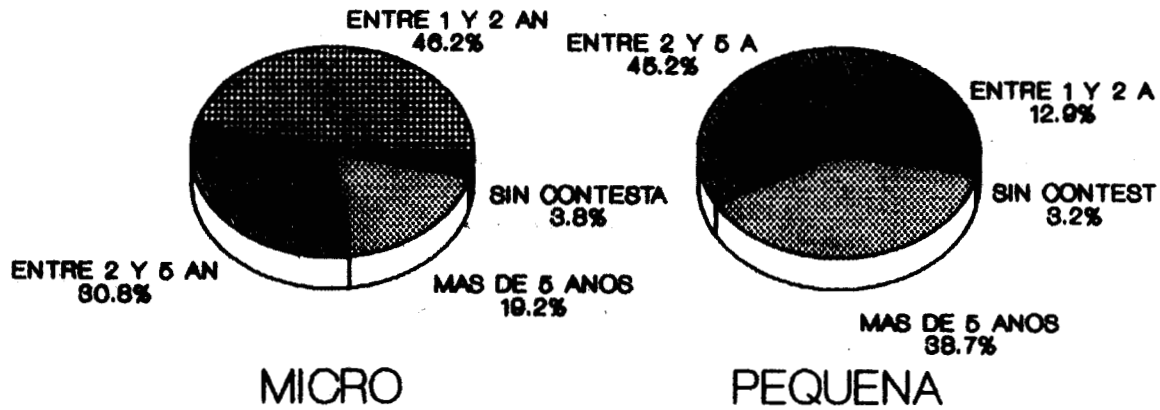
NAC. : NACIONAL

EXT. : EXTRANJERA

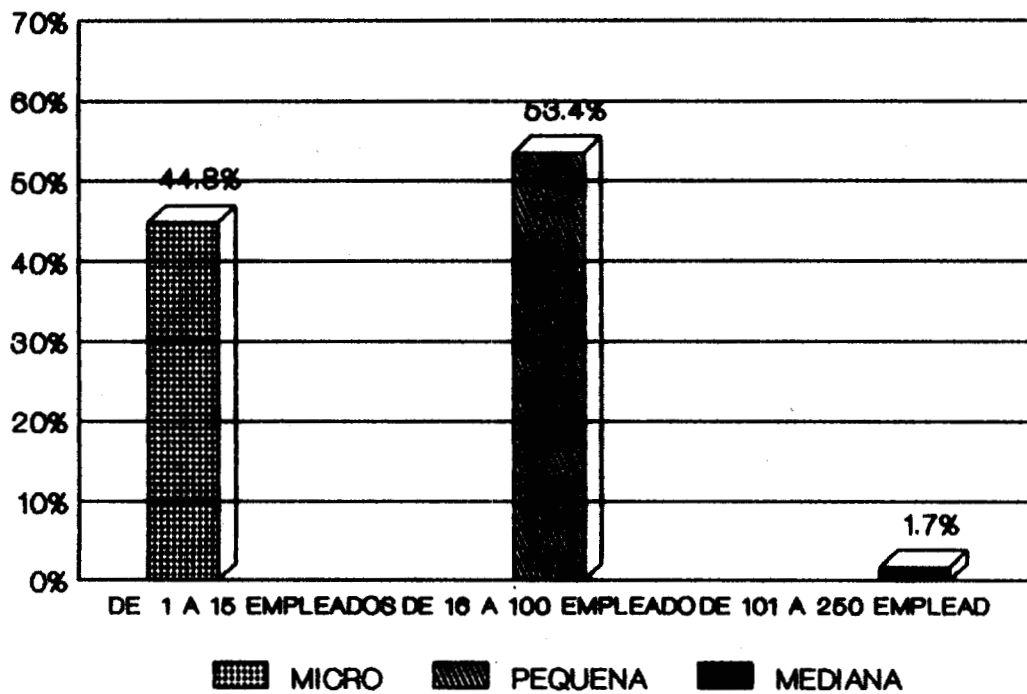
AMB. : AMBAS

MINIM. : MINIMAMENTE

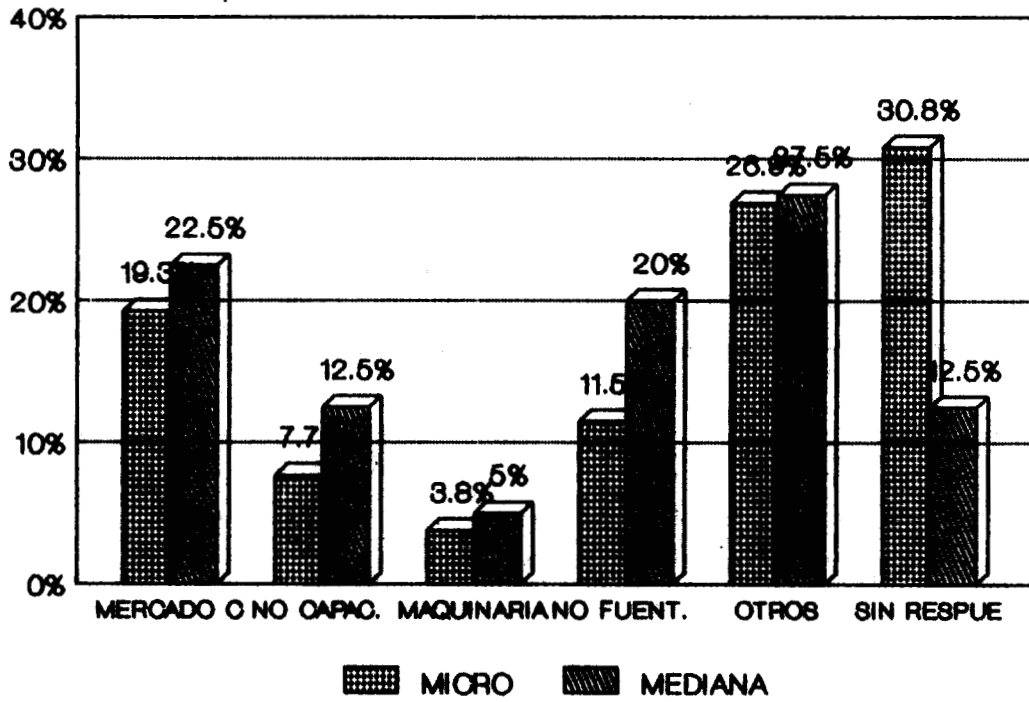
ANTIGUEDAD DE LA EMPRESA PREGUNTA 4



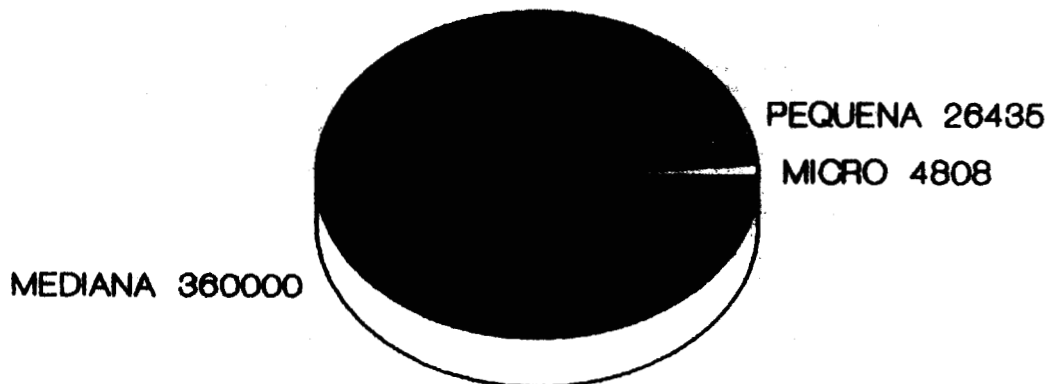
CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS PREGUNTA 5



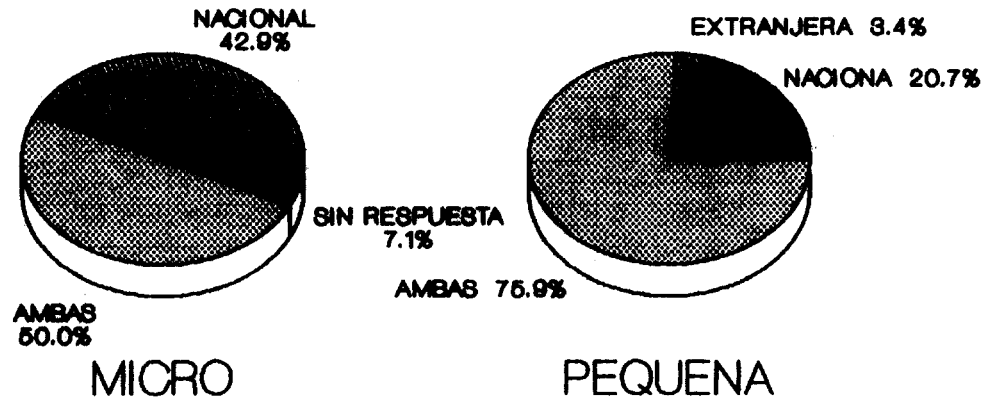
PROBLEMAS QUE ENFRENTA LA EMPRESA PREGUNTA 6



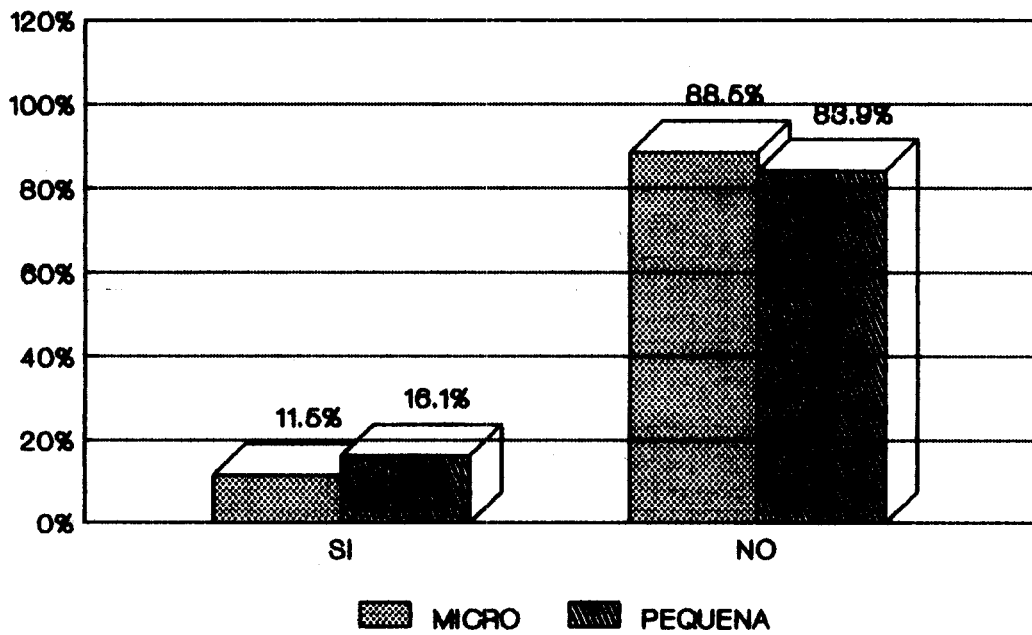
PROMEDIO PRODUCCION VOLUMEN PREGUNTA 7



ACCESO A MATERIA PRIMA PREGUNTA 9

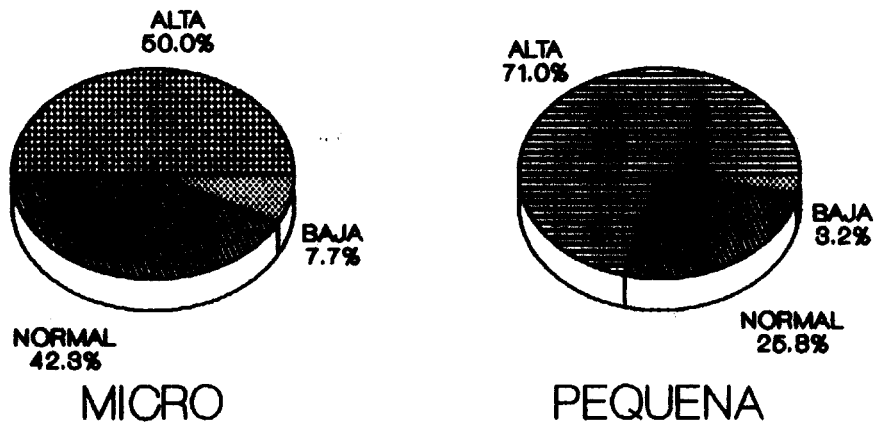


PROBLEMAS DE ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA PREGUNTA 10



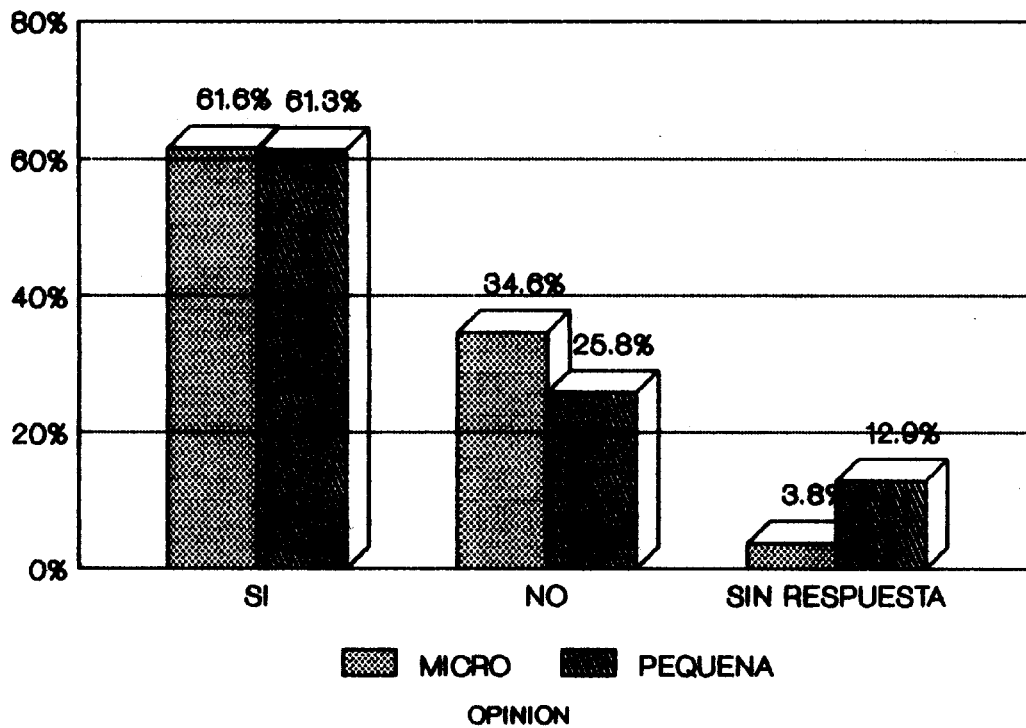
COMPETENCIA NACIONAL Y EXTRANJERA

PREGUNTA 12

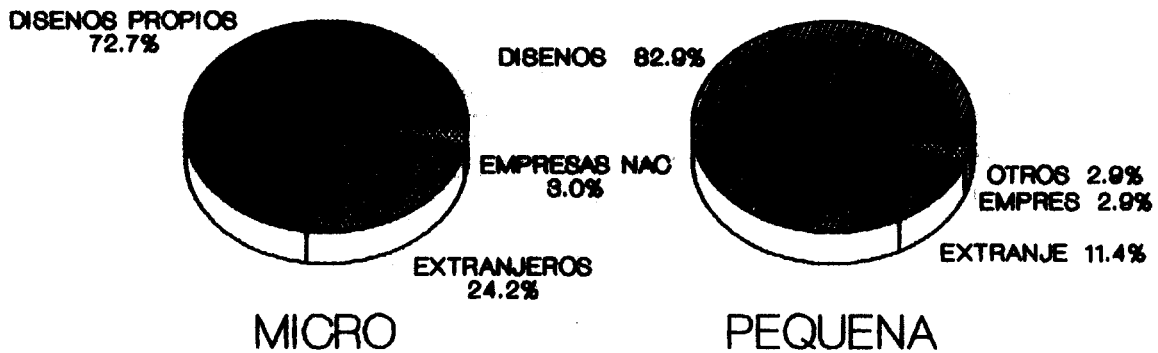


SUPERIORIDAD DE LOS DISEÑOS NACIONALES

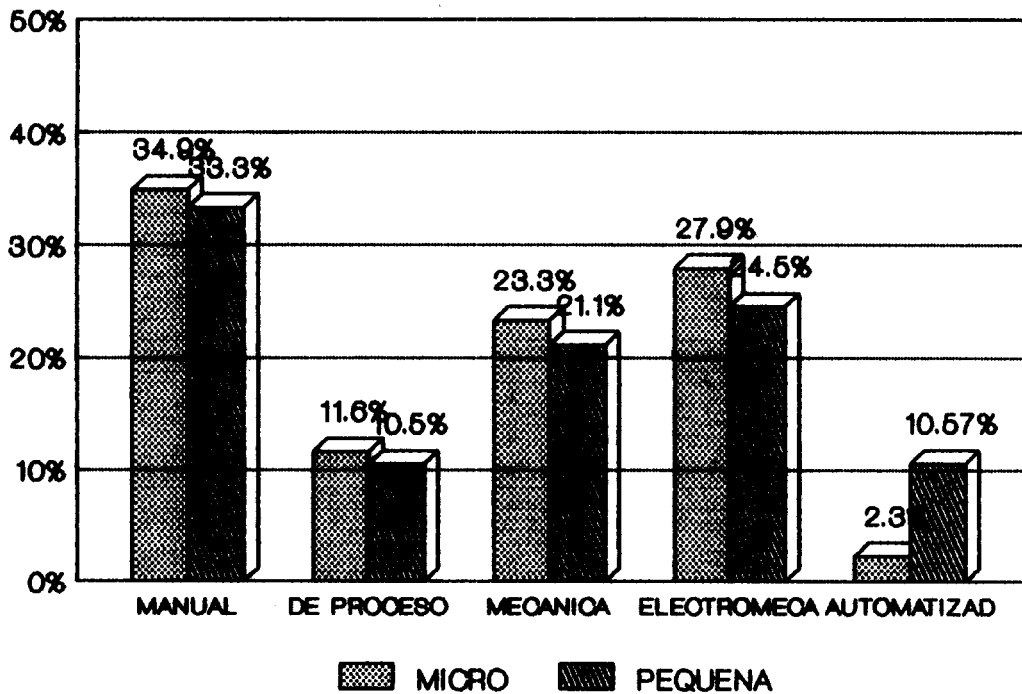
PREGUNTA 13



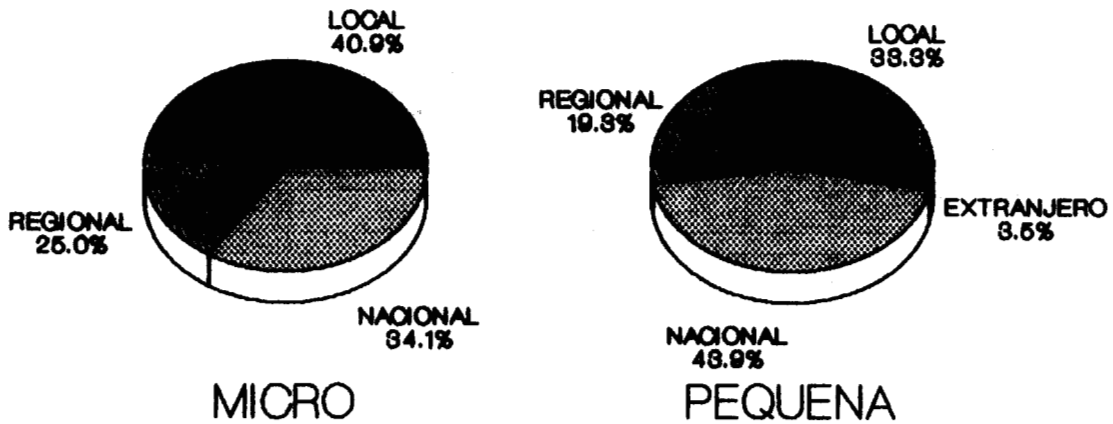
UTILIZACION DE DISENOS PREGUNTA 14



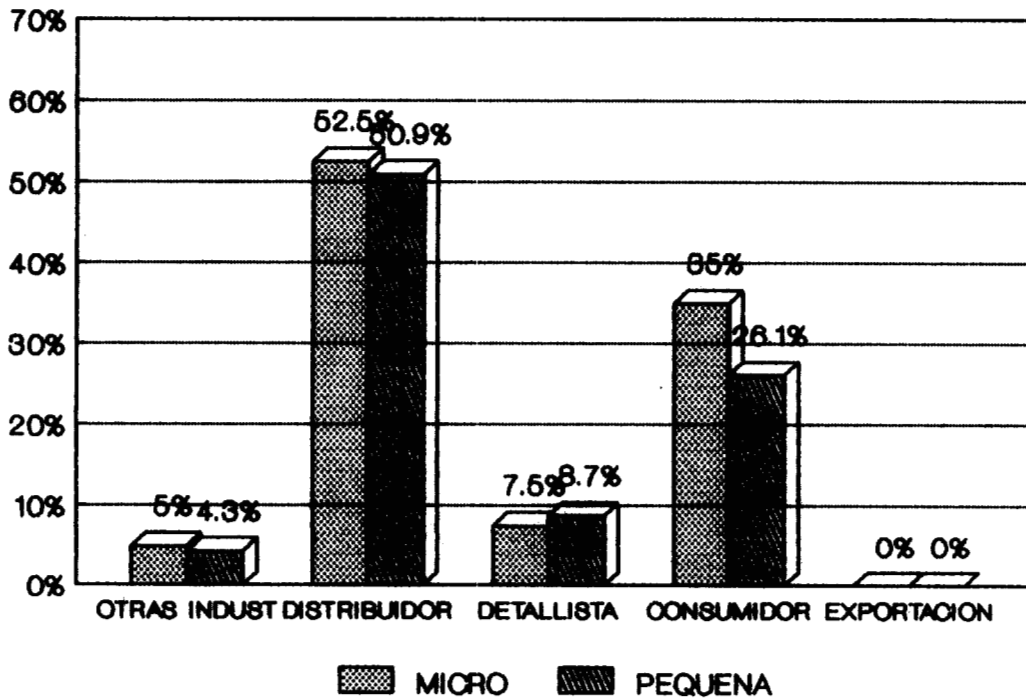
TIPO DE MAQUINARIA UTILIZADA PREGUNTA 15



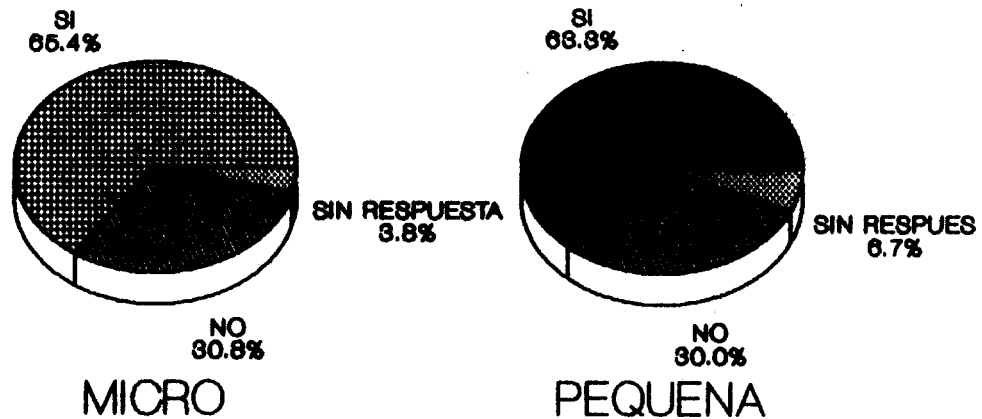
TIPOS DE MERCADOS PREGUNTA 16



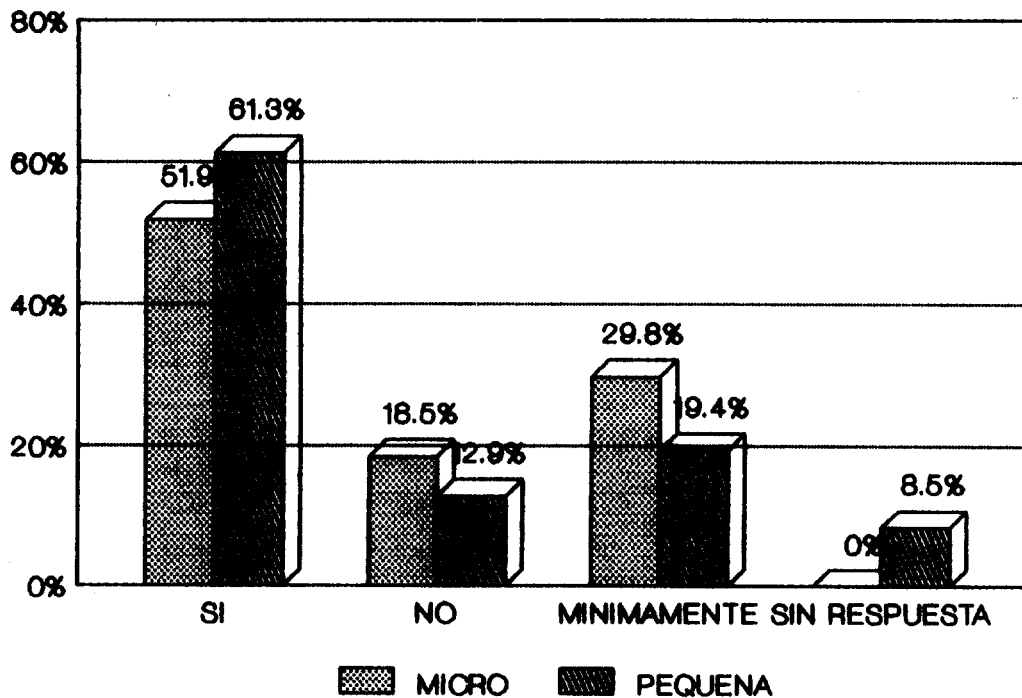
COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PREGUNTA 17



MODERNIZACION TECNOLOGICA PREGUNTA 19

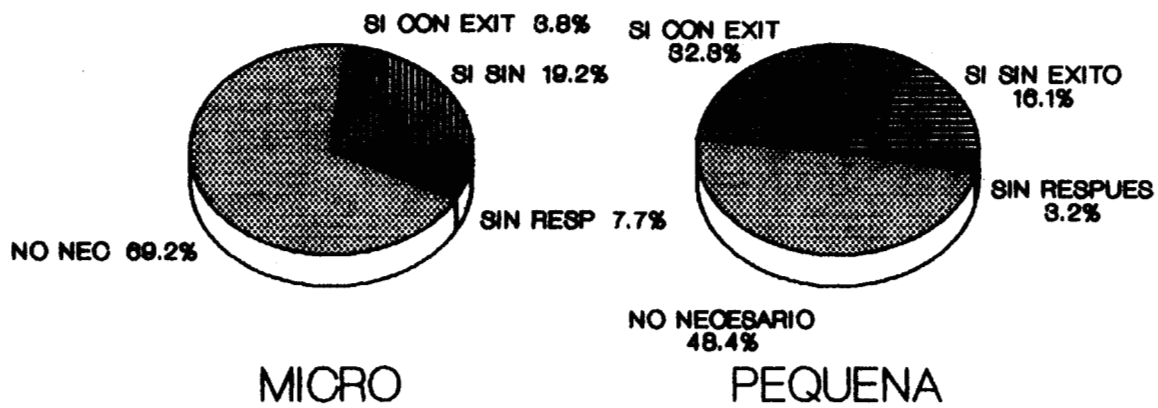


CONOCIMIENTO DE PROG. FINANCIAMIENTO PREGUNTA 20



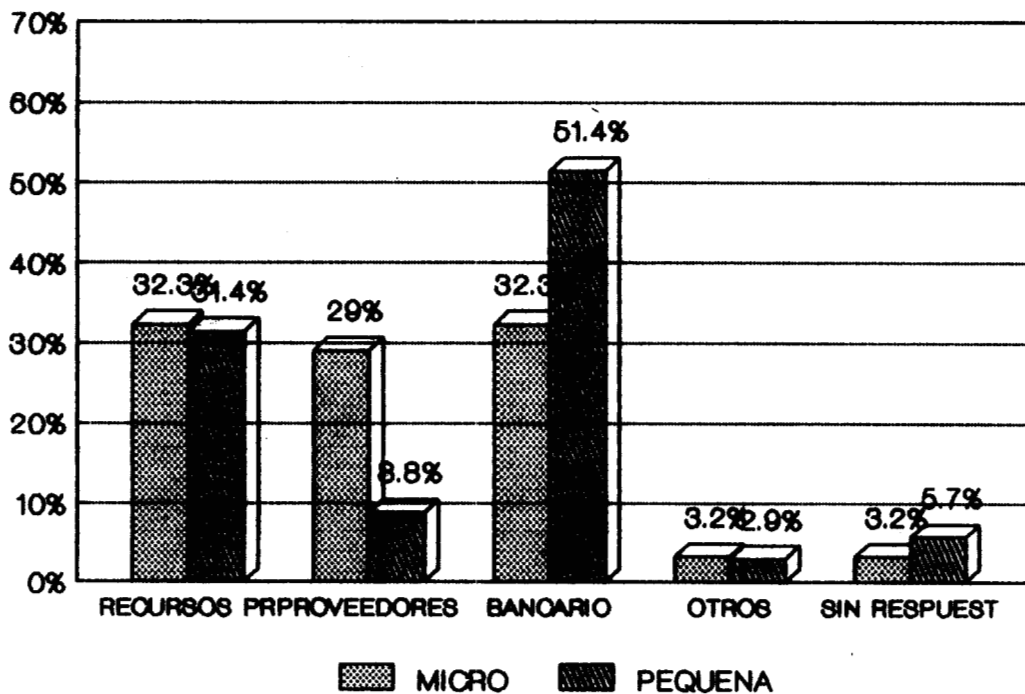
SOLICITUD DE FINANCIAMIENTO

PREGUNTA 21

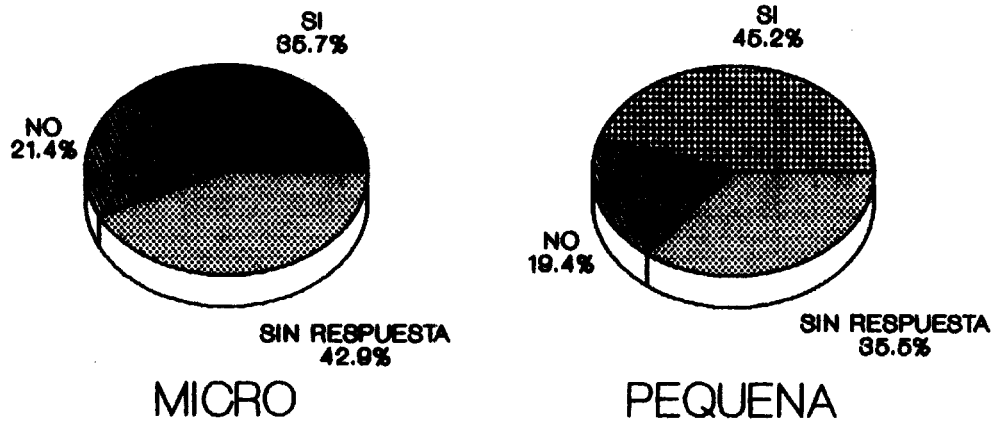


TIPOS DE FINANCIAMIENTO

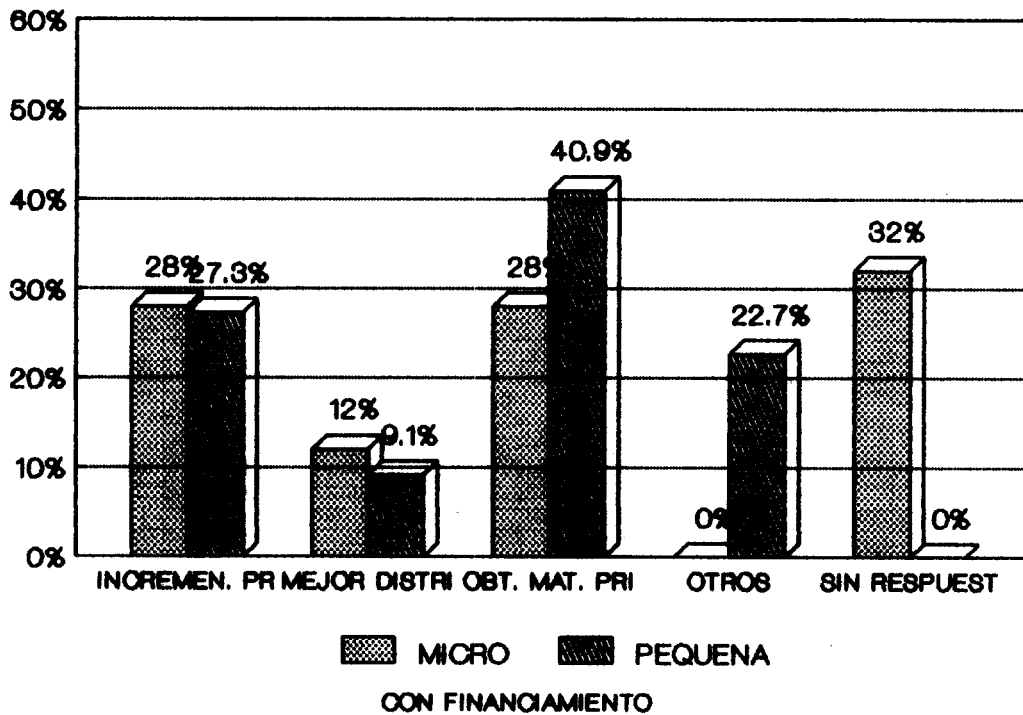
PREGUNTA 22



OPINION DEL FINANCIAMIENTO PREGUNTA 23

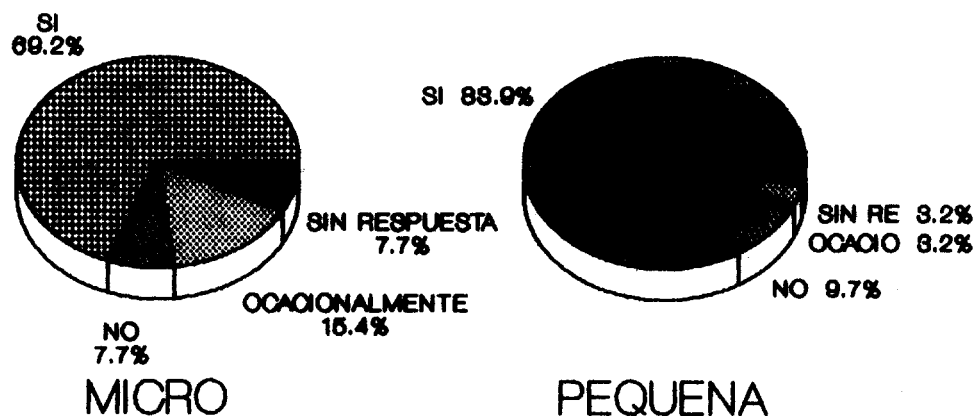


PROBLEMAS RESUELTOS PREGUNTA 24



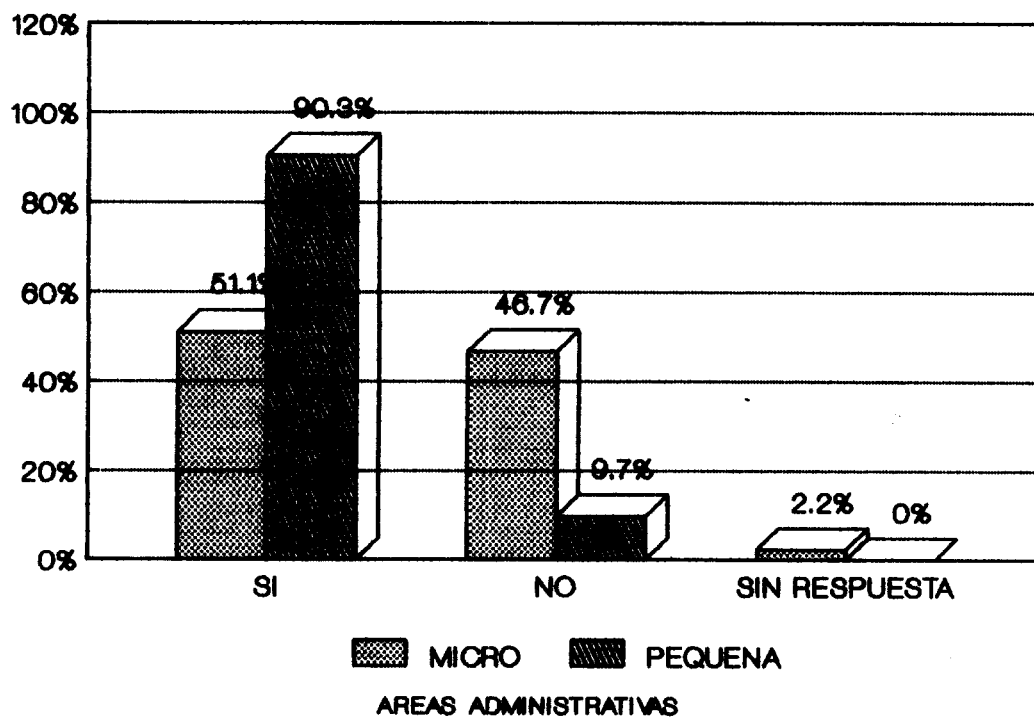
CONTROL DEL PROCESO DE PRODUCCION

PREGUNTA 26

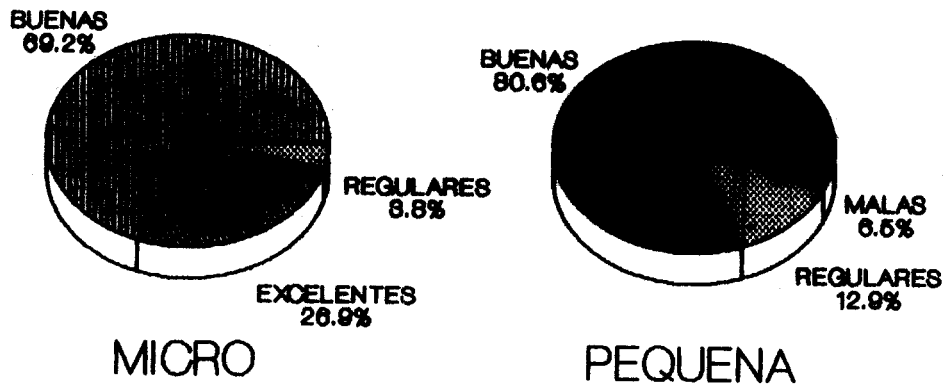


DEFINICION DE FUNCIONES

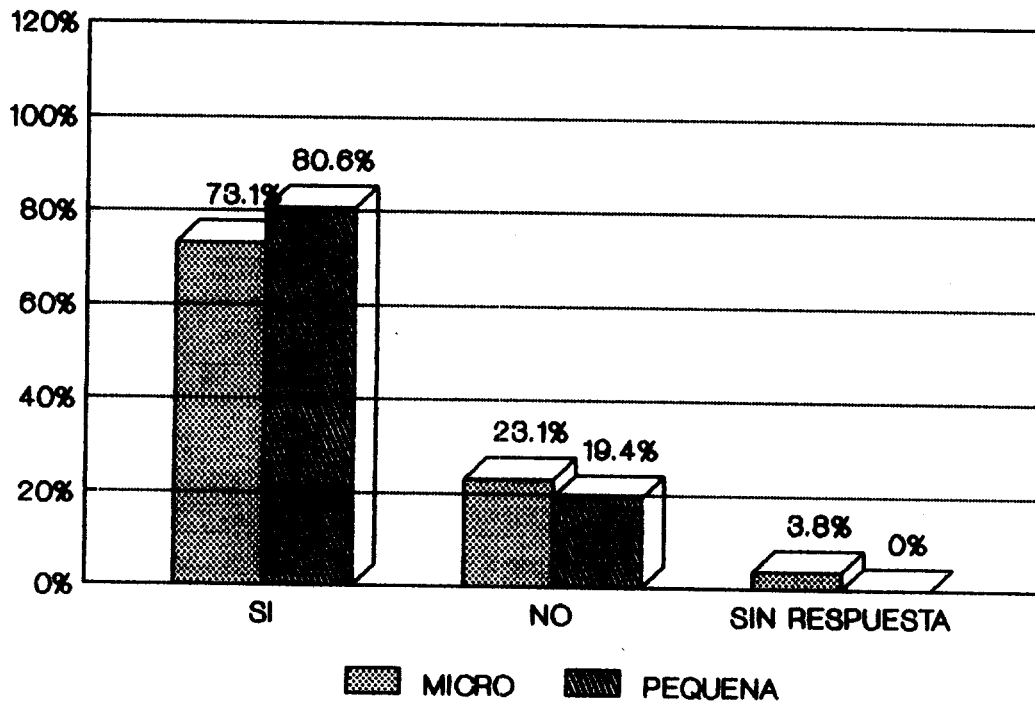
PREGUNTA 27



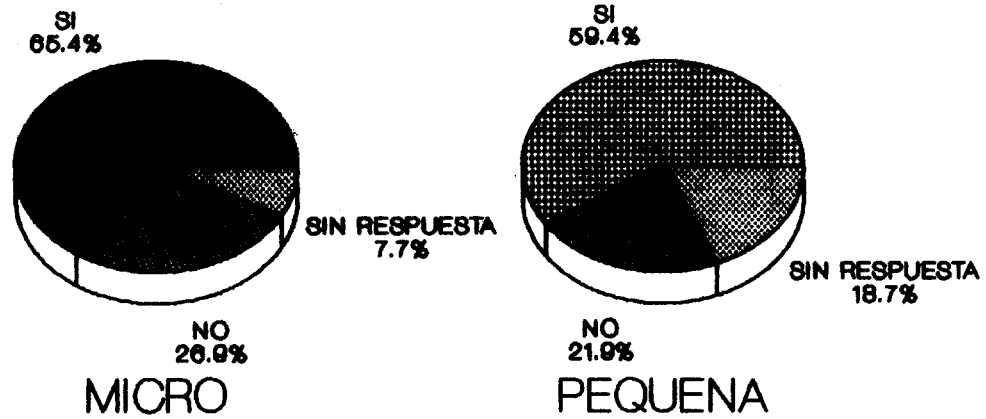
RELACIONES LABORALES PREGUNTA 28



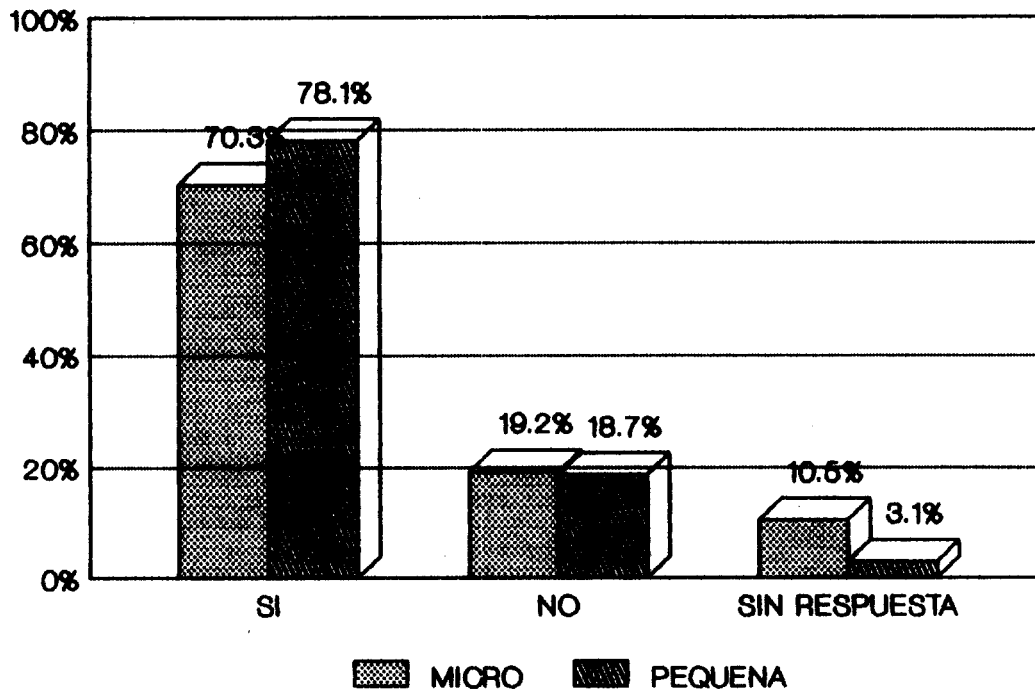
SISTEMAS DE CONTROL PREGUNTA 29



ASESORIA EXTERNA PREGUNTA 30

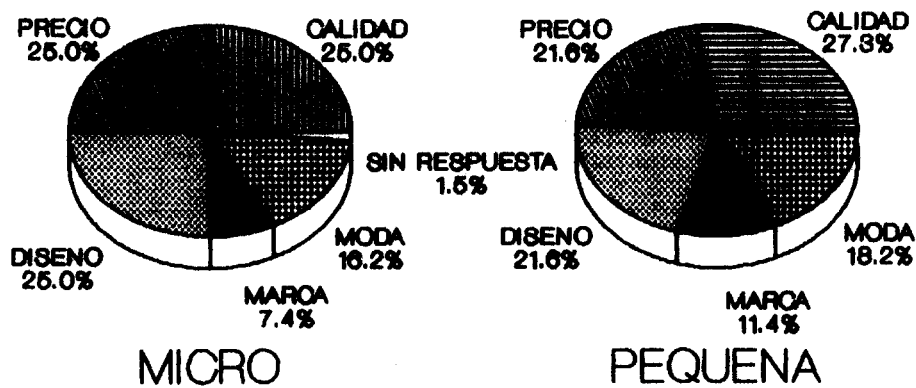


POSIBILIDADES DE COMPETIR PREGUNTA 33



ASPECTOS PARA COMPETIR

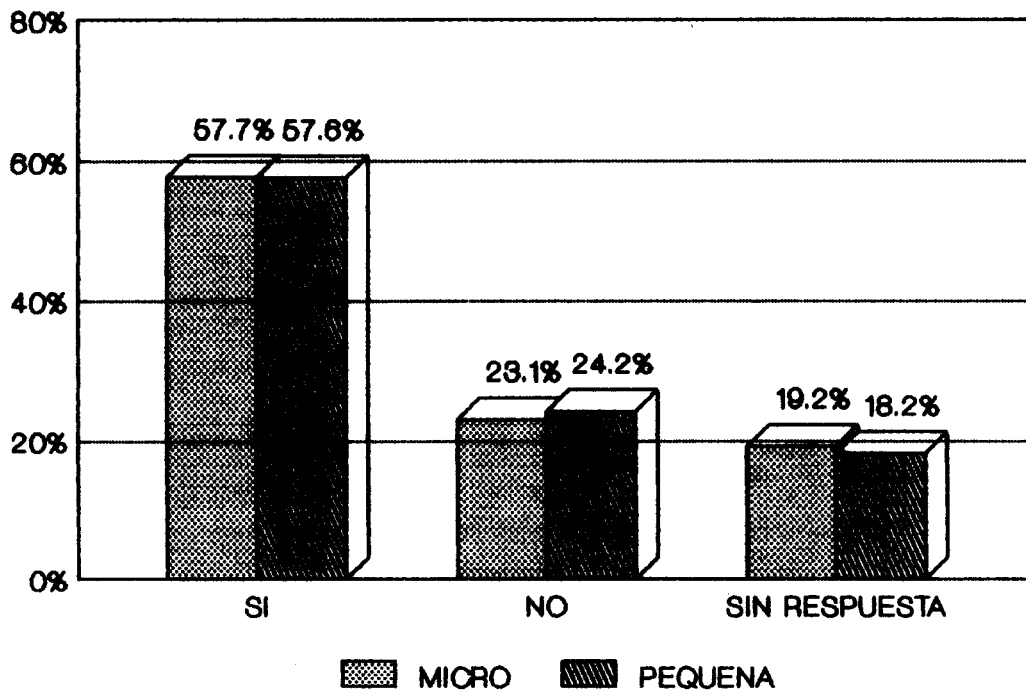
PREGUNTA 34



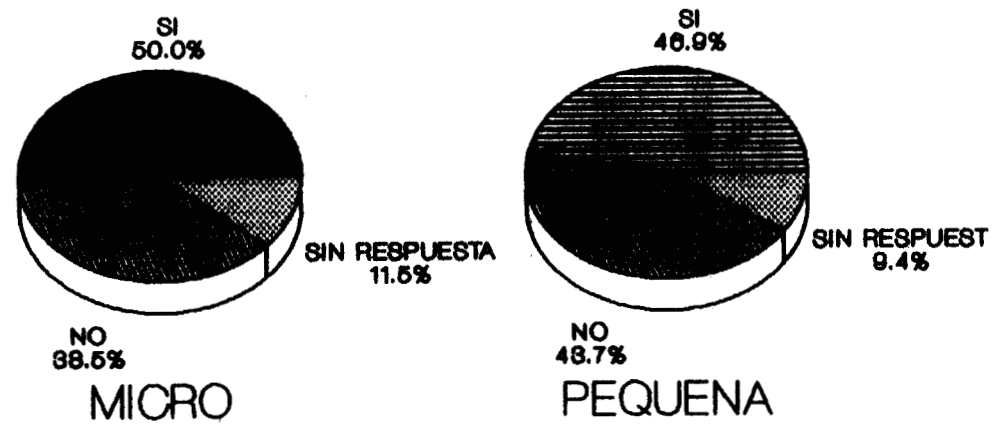
CON PRODUCTOS EXTRANJEROS

PODER ADQUISITIVO

PREGUNTA 35

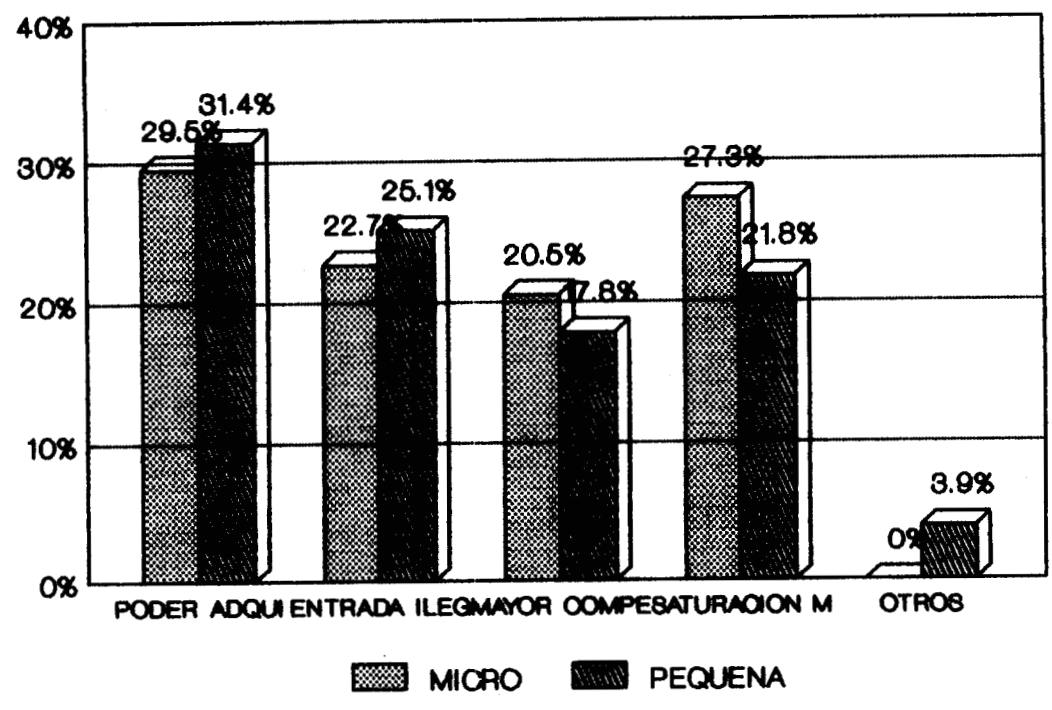


EFECTOS EN EL NIVEL DE VENTAS PREGUNTA 36



POR ENTRADA ILEGAL DE ROPA

FACTORES QUE AFECTAN LAS VENTAS PREGUNTA 37



PRESENTACION DE RESULTADOS (ENCUESTA DE LOS CONSUMIDORES)

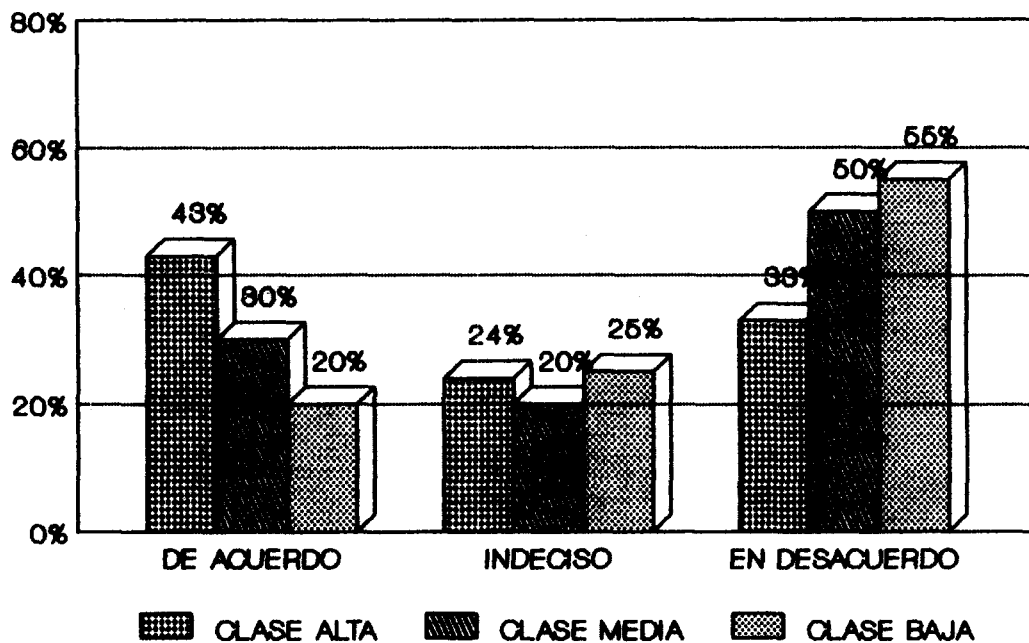
No.	PREGUNTA		CLASE ALTA	CLASE MEDIA	CLASE BAJA
10.-	LAS PRENDAS DE VESTIR IMPORTADAS SON DE MEJOR CALIDAD QUE LAS NACIONALES	DE ACUERDO	9	14	10
		INDECISO	5	9	8
		EN DESACUERDO	7	23	22
11.-	COMPRA ROPA EXTRANJERA SIN IMPORTAR EL PRECIO	DE ACUERDO	5	5	2
		INDECISO	5	4	2
		EN DESACUERDO	11	37	40
12.-	COMPRA PRENDAS DE VESTIR SIEMPRE Y CUANDO SEA ACCESIBLE A SU INGRESO	DE ACUERDO	19	41	36
		INDECISO	1	3	2
		EN DESACUERDO	1	2	2
13.-	LAS PRENDAS DE VESTIR IMPORTADAS POPULARES SON MAS BARATAS QUE LAS NACIONALES	DE ACUERDO	11	19	18
		INDECISO	5	10	6
		EN DESACUERDO	5	17	16
14.-	LAS PRENDAS DE VESTIR IMPORTADAS DE ALTA COSTURA SON MAS BARATAS QUE LAS NACIONALES	DE ACUERDO	6	7	12
		INDECISO	6	10	9
		EN DESACUERDO	9	29	19
15.-	LOS DISENOS DE PRENDAS DE VESTIR IMPORTADAS SON MEJORES QUE LAS NACIONALES	DE ACUERDO	12	16	19
		INDECISO	4	10	6
		EN DESACUERDO	5	20	15
16.-	AL ELEGIR SU ROPA POR DISENO PREFIERE LOS NACIONALES A LOS EXTRANJEROS	DE ACUERDO	6	25	12
		INDECISO	4	10	19
		EN DESACUERDO	11	11	9
17.-	AL COMPRAR PRENDAS DE VESTIR ANTE TODO TOMA EN CUENTA LOS DISENOS	SI	15	37	31
		NO	6	9	9
18.-	EL DISENO DE LAS PRENDAS IMPORTADAS GUSTAN MAS QUE LOS NACIONALES	DE ACUERDO	13	27	26
		INDECISO	2	9	7
		EN DESACUERDO	6	10	7
19.-	QUE FACTOR INFLUYE EN LA ADQUISICION DE ROPA IMPORTADA	DISENO	3	7	6
		PRECIO	2	11	14
		CALIDAD	10	18	11
		MODA	2	5	0

20.-	LA MARCA DE LAS PRENDAS DE VESTIR PARA USTED ES IMPORTANTE	SI	9	10	12
		NO	12	36	28
<hr/>					
21.-	COMPRA PRENDAS DE VESTIR NO IMPORTANDO QUE LA MARCA SEA NACIONAL O EXTRANJERA	DE ACUERDO	17	33	33
		INDECISO	3	6	5
		EN DESACUERDO	1	7	2
<hr/>					
22.-	ADQUIERE PRENDAS DE VESTIR NACIONALES POR QUE SE IDENTIFICA MEJOR CON LAS MARCAS	DE ACUERDO	5	15	19
		INDECISO	9	12	14
		EN DESACUERDO	7	19	7
<hr/>					
23.-	COMPRA PRENDAS DE VESTIR CON BASE EN LA MARCA SIN IMPORTAR PRECIO,CALIDAD,DISENO ETC.EN DESACUERDO	DE ACUERDO	4	5	3
		INDECISO	1	2	2
			16	39	35
<hr/>					
24.-	QUE MARCA PREFERE	NACIONAL	9	19	20
		EXTRANJERA	11	15	10
		AMBAS	1	12	10
<hr/>					
25.-	COMPRA ROPA IMPORTADA SI SU INGRESO SE LO PERMITE	DE ACUERDO	14	29	30
		INDECISO	1	8	4
		EN DESACUERDO	6	9	6
<hr/>					
26.-	LAS PRENDAS DE VESTIR IMPORTADAS VAN MAS CON LA MODA QUE LAS NACIONALES	DE ACUERDO	12	12	20
		INDECISO	2	9	4
		EN DESACUERDO	7	25	16
<hr/>					
27.-	LA MODA ES UN ELEMENTO PARA QUE ADQUIERA SU ROPA	DE ACUERDO	11	19	22
		INDECISO	2	7	6
		EN DESACUERDO	8	20	12
<hr/>					
28.-	COMPRA SU ROPA DE ACUERDO A LA MODA DE TEMPORADA	DE ACUERDO	12	21	22
		INDECISO	2	6	4
		EN DESACUERDO	7	19	14
<hr/>					
29.-	LA POSICION SOCIAL ES DETERMINANTE PARA ADQUIRIR ROPA EXTRANJERA DE ALTO COSTO	DE ACUERDO	11	28	28
		INDECISO	3	7	4
		EN DESACUERDO	7	11	8
<hr/>					
30.-	EL BAJO PRECIO ES LO QUE MOTIVA A COMPRAR PRENDAS DE VESTIR	DE ACUERDO	6	22	26
		INDECISO	3	6	3
		EN DESACUERDO	12	18	11
<hr/>					
31.-	ADQUIRIR PRENDAS DE VESTIR IMPOORTADAS	DE ACUERDO	3	4	1
		INDECISO	3	3	6

	LE DA MAYOR PRESTIGIO	EN DESACUERDO	15	39	33
<hr/>					
32.-	EL LUJO ES LO QUE MOTIVA A QUE COMPRE SUS PRENDAS DE VESTIR	DE ACUERDO	5	7	4
		INDECISO	2	5	7
		EN DESACUERDO	14	34	29
<hr/>					
33.-	NO EXISTE UNA PROMOCION ADECUADA DE LOS PRODUCTOS NACIONALES	DE ACUERDO	11	26	28
		INDECISO	2	5	5
		EN DESACUERDO	8	15	7
<hr/>					
34.-	LA FALTA DE PUBLICIDAD DE LAS PRENDAS MAC. HACE QUE PREFIERAN LAS EXTRANJERAS	DE ACUERDO	11	31	27
		INDECISO	2	4	5
		EN DESACUERDO	8	11	8
<hr/>					

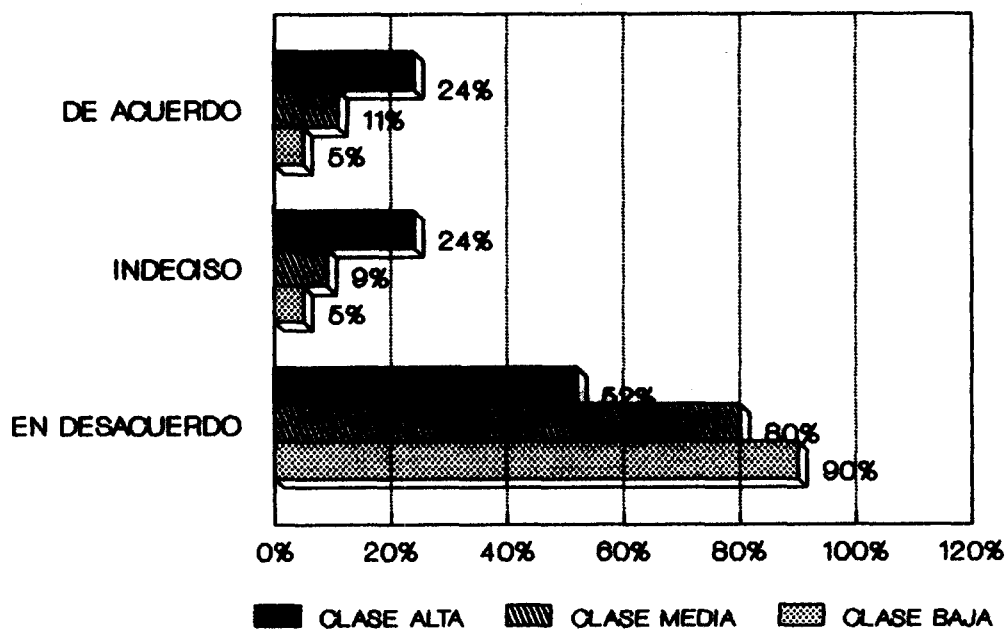
LAS PRENDAS DE VESTIR IMPORTADAS SON DE MEJOR CALIDAD QUE LAS NACIONALES

PREGUNTA 10

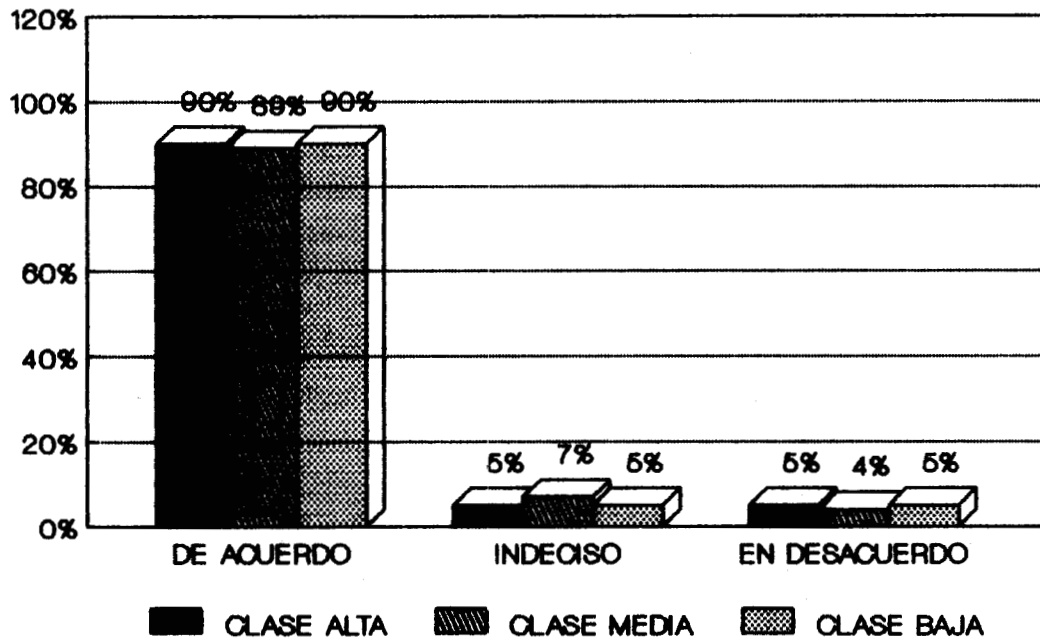


COMPRA ROPA EXTRANJERA SIN IMPORTAR EL PRECIO

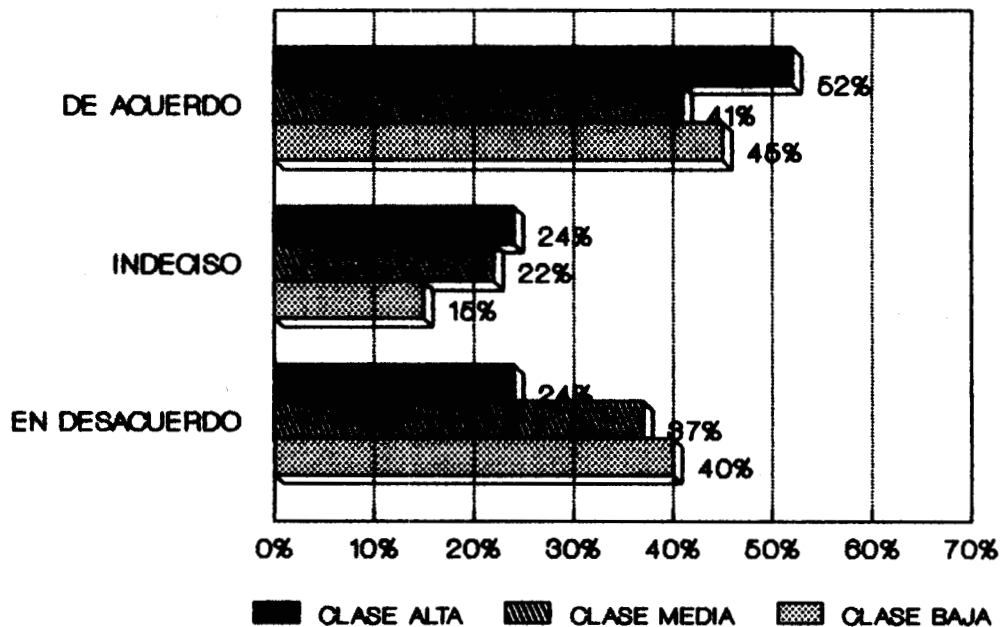
PREGUNTA 11



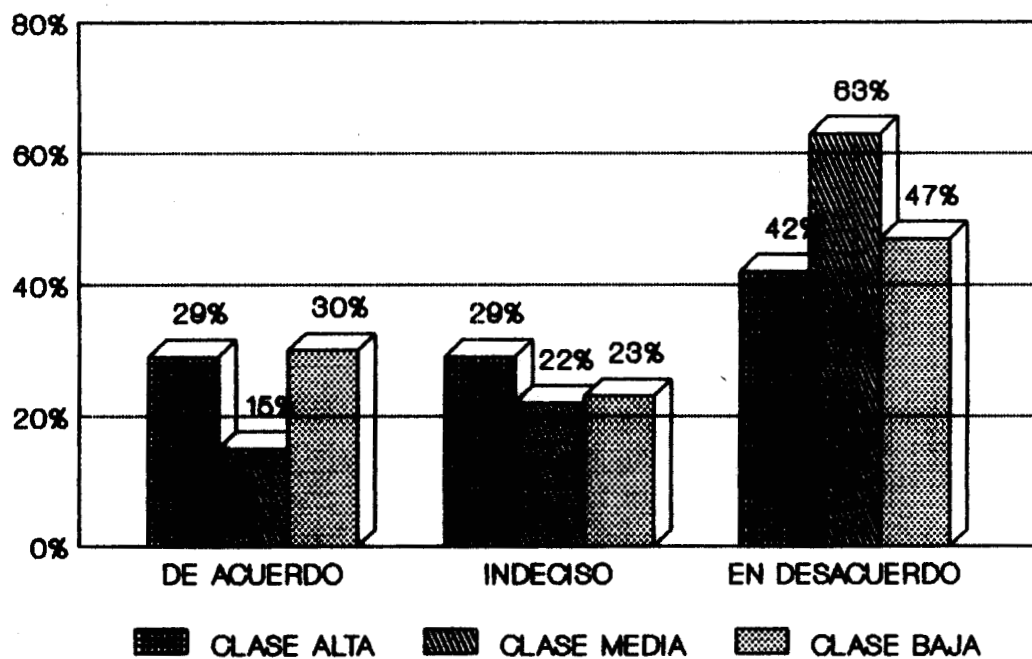
COMPRA PRENDAS DE VESTIR SIEMPRE Y CUANDO SEA ACCESIBLE A SU INGRESO PREGUNTA 12



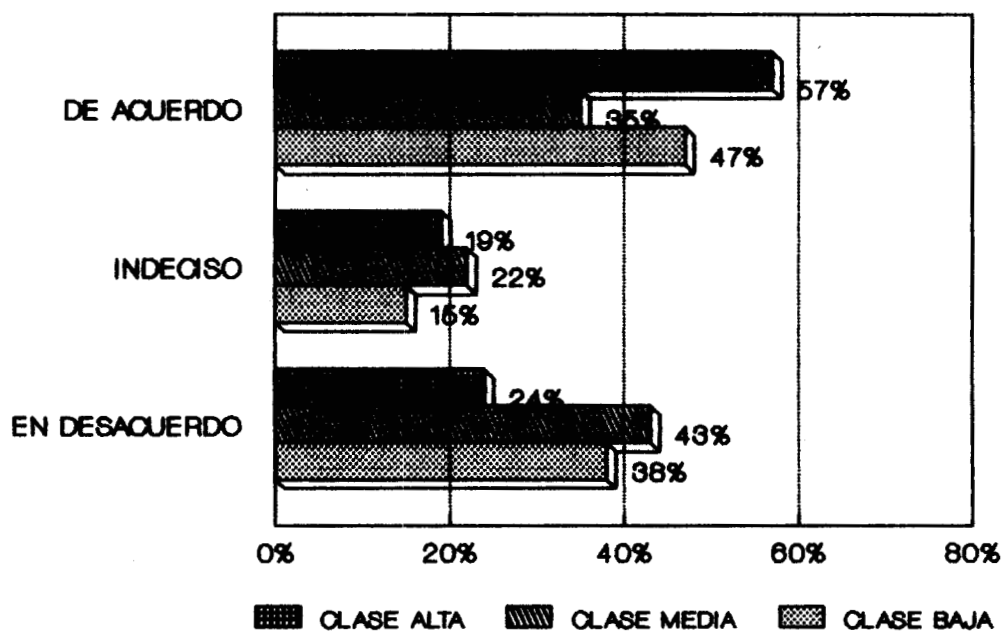
LAS PRENDAS DE VESTIR POPULARES SON MAS BARATAS QUE LAS NACIONALES PREGUNTA 13



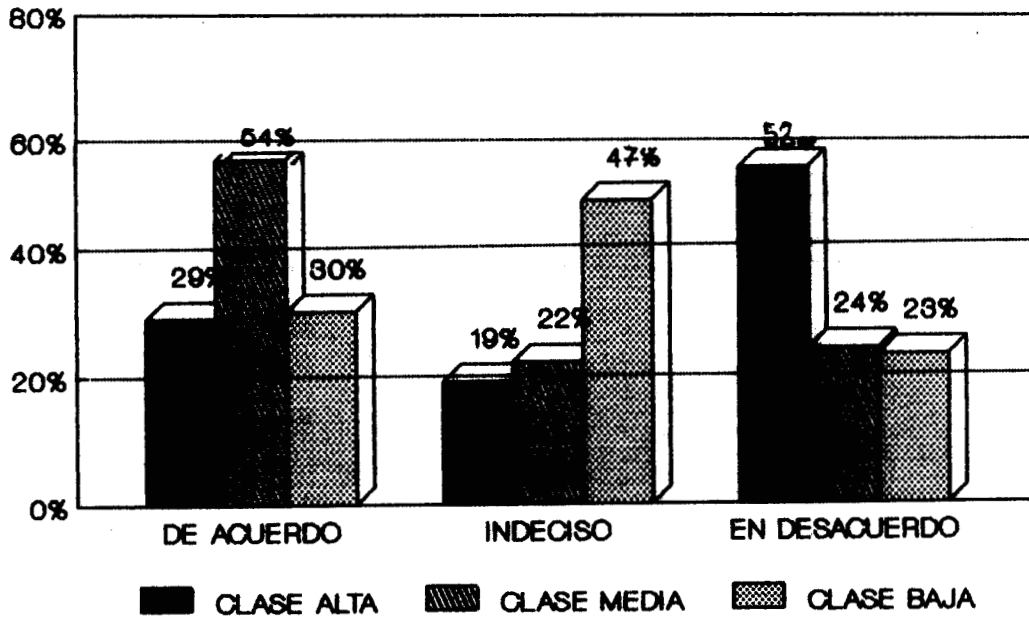
LAS PRENDAS DE VESTIR IMPORTADAS DE ALTA COSTURA SON MAS BARATAS QUE LAS NAC. PREGUNTA 14



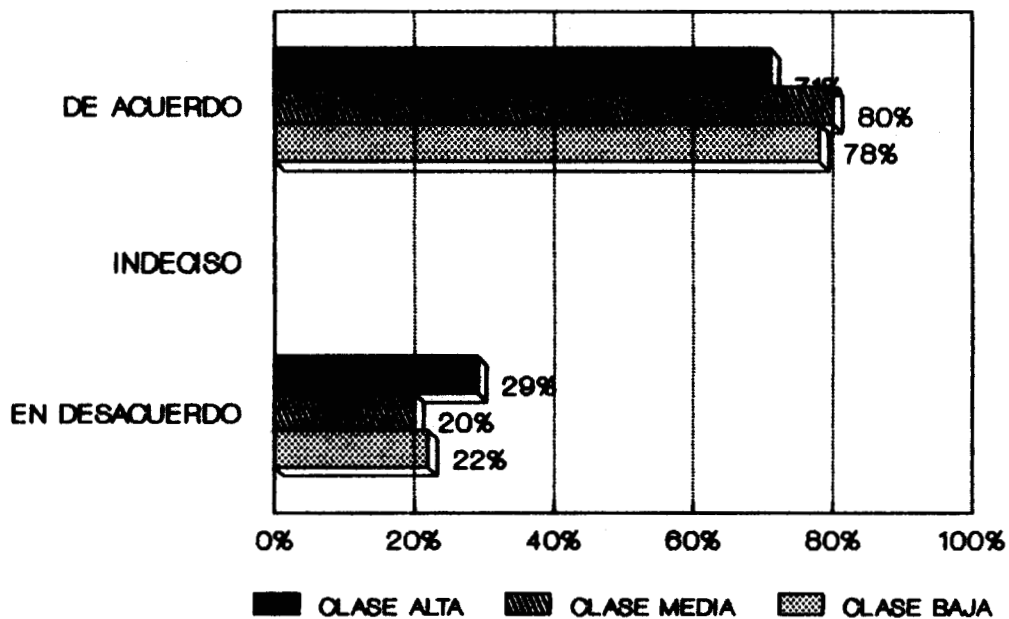
LOS DISEÑOS DE PRENDAS DE VESTIR IMPOR. SON MEJORES QUE LAS NACIONALES PREGUNTA 15



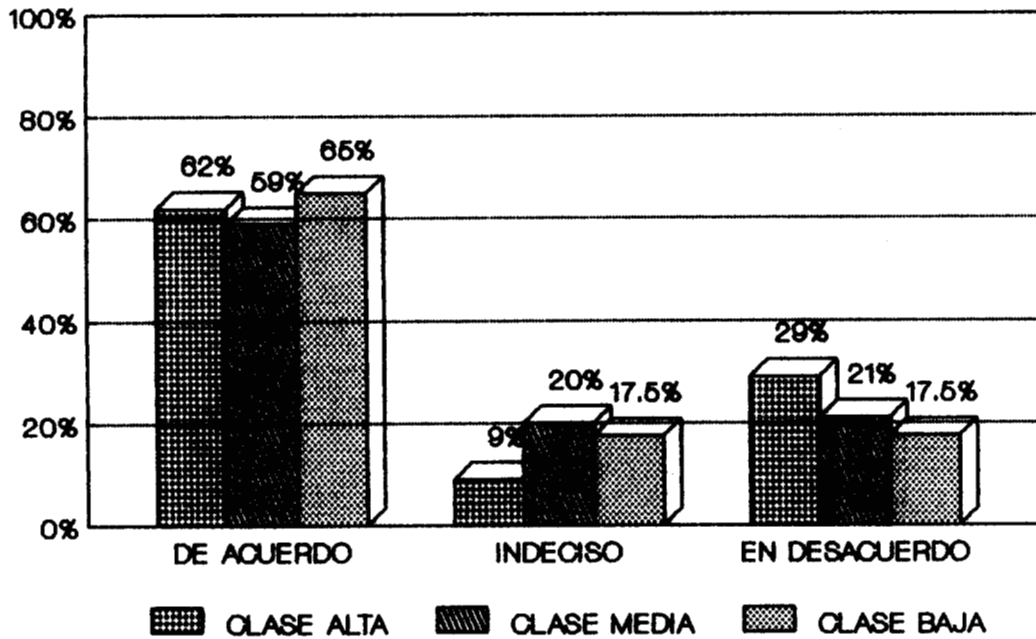
AL ELEGIR SU ROPA POR DISEÑO PREFERE LAS NACIONALES A LAS EXTRANJEROS PREGUNTA 16



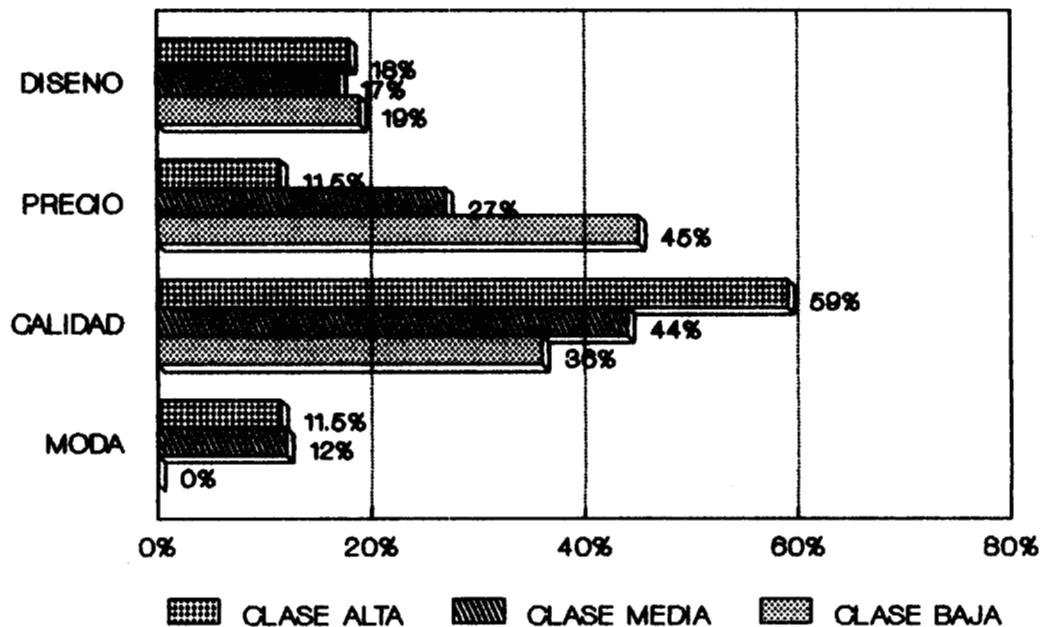
AL COMPRAR PRENDAS DE VESTIR ANTE TODO TOMA EN CUENTA LOS DISEÑOS PREGUNTA 17



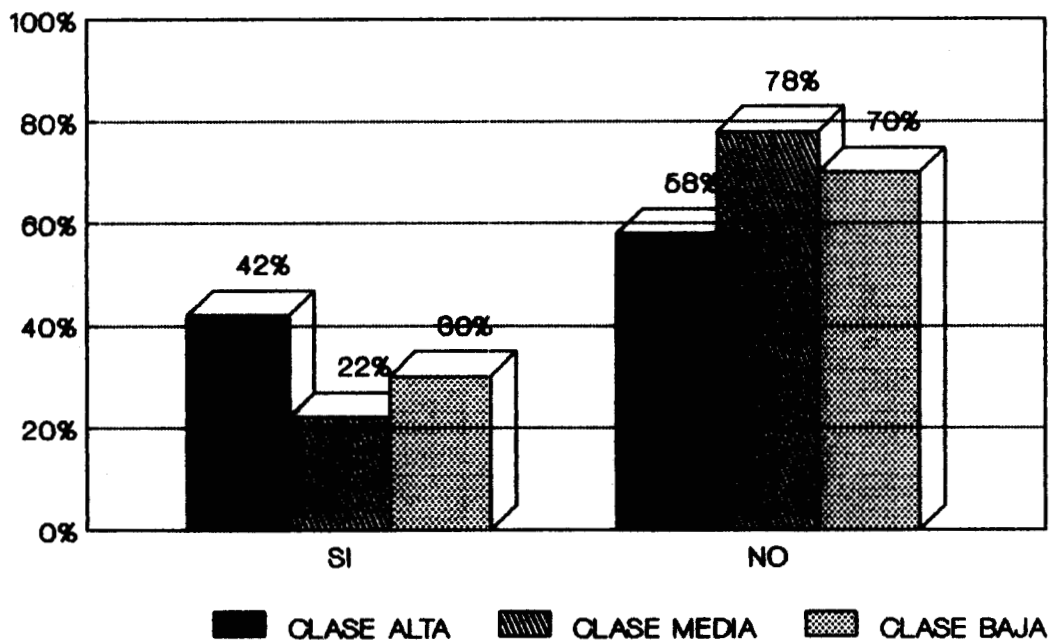
EL DISEÑO DE LAS PRENDAS IMPORTADAS GUSTAN MAS QUE LAS NACIONALES PREGUNTA 18



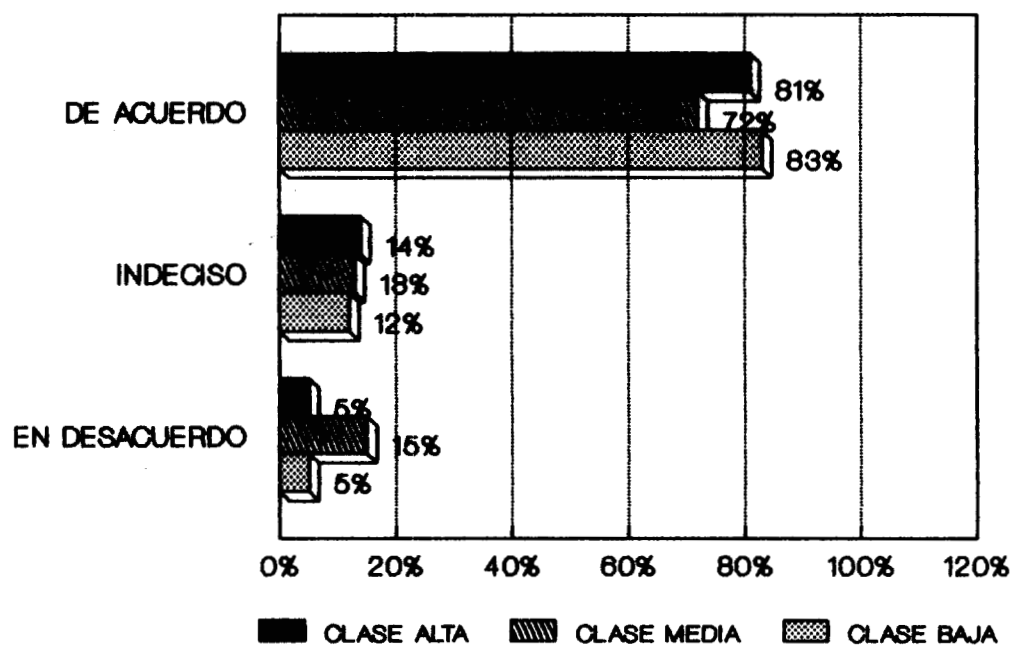
QUE FACTOR INFLUYE EN LA ADQUISICION DE ROPA IMPORTADA PREGUNTA 19



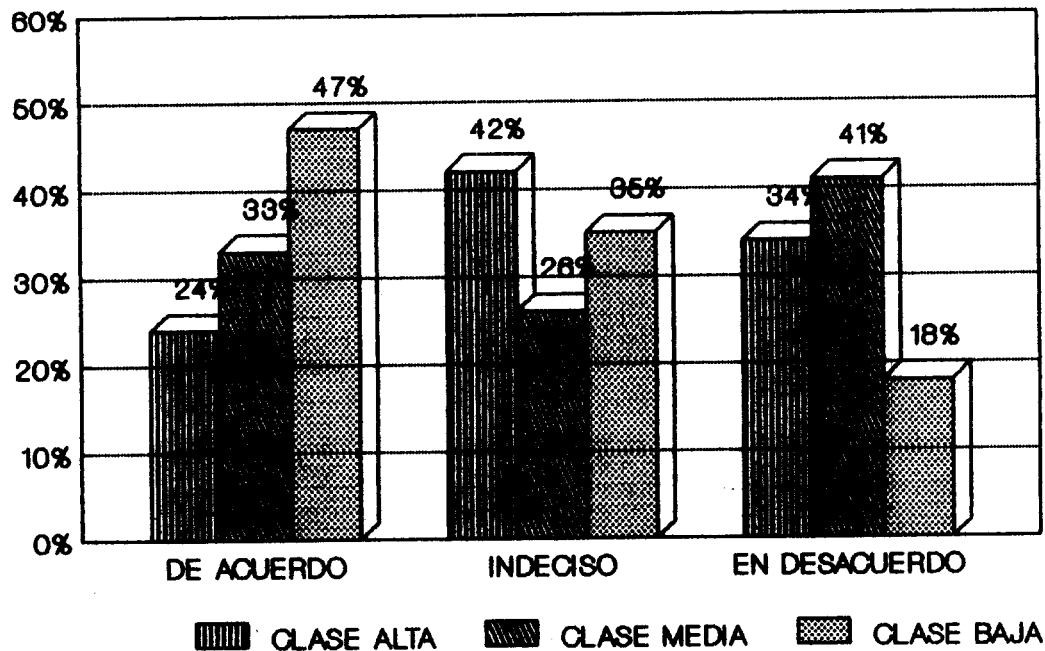
LA MARCA DE LAS PRENDAS DE VESTIR PARA USTED ES IMPORTANTE PREGUNTA 20



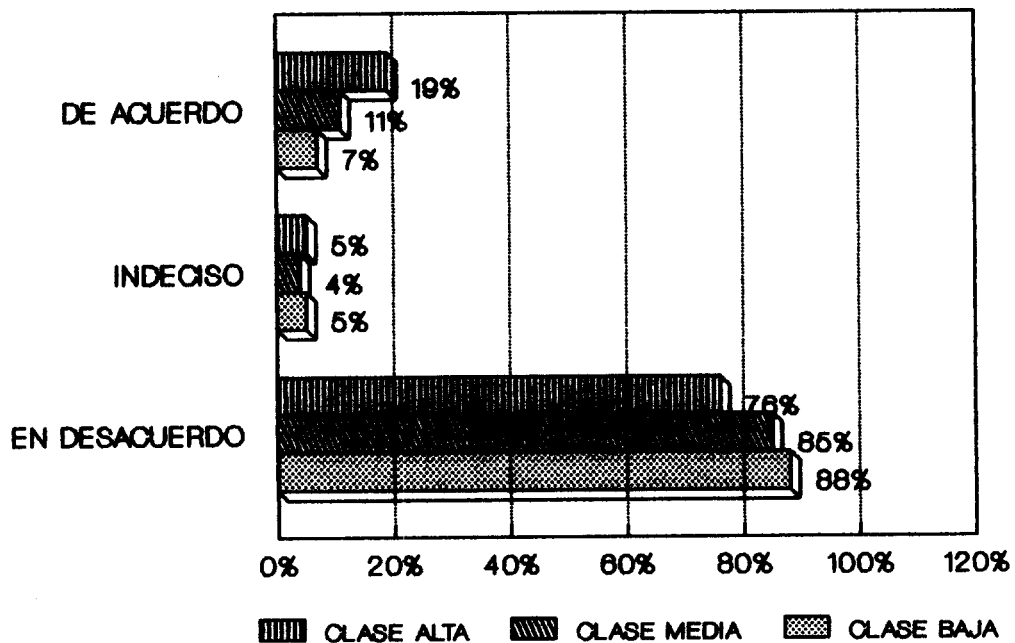
COMPRA PRENDAS DE VESTIR NO IMPORTANDO QUE LA MARCA SEA NACIONAL O EXTRANJERA PREGUNTA 21



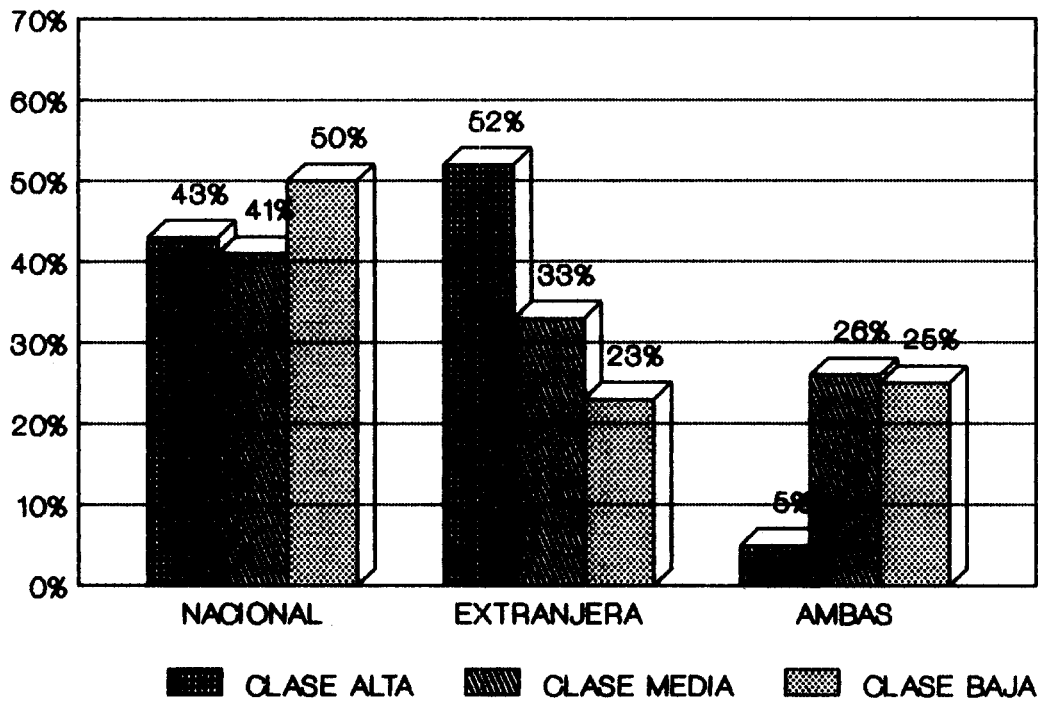
**ADQUIERE PRENDAS DE VESTIR NACIONALES
PORQUE SE IDENTIFICA MEJOR CON LA MARCA
PREGUNTA 22**



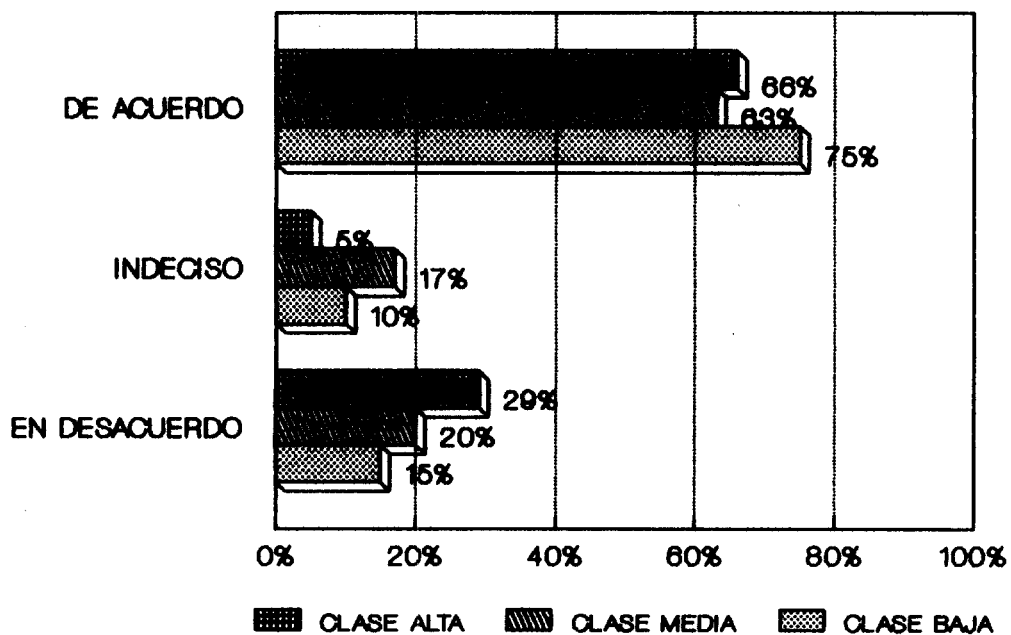
**COMPRA PRENDAS DE VESTIR CON BASE EN LA
MARCA SIN IMPORTAR PRECIO, CAL. Y DISEÑO
PREGUNTA 23**



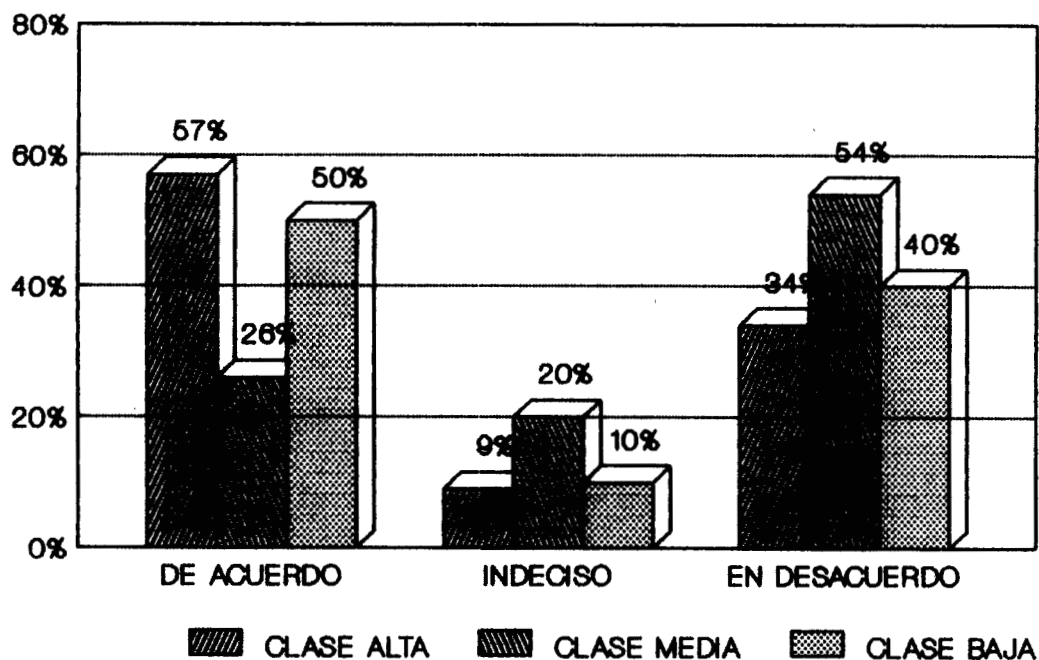
QUE MARCA PREFERE PREGUNTA 24



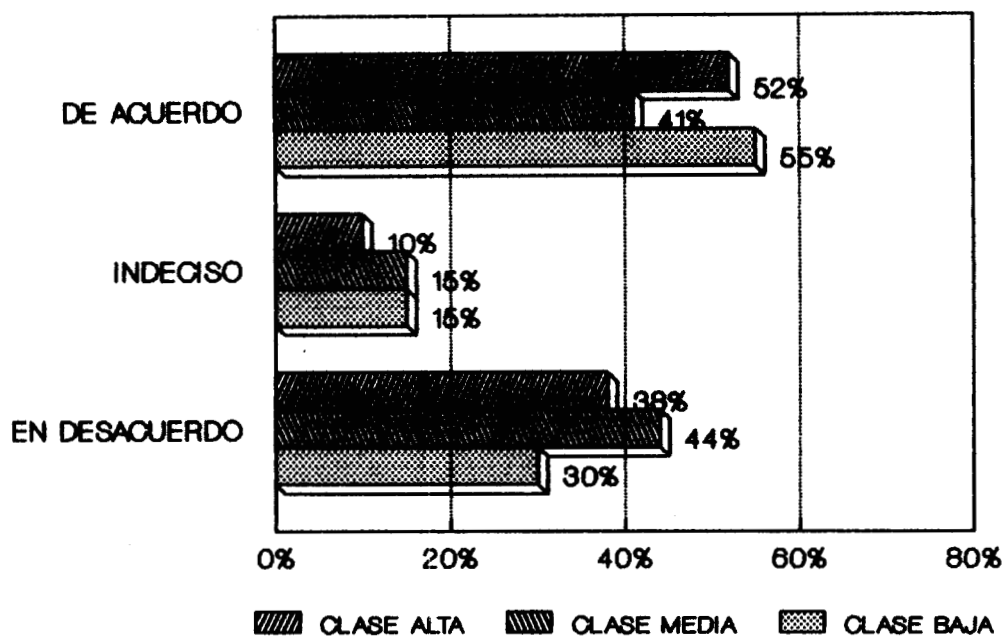
COMPRA ROPA IMPORTADA SI SU INGRESO SE LO PERMITE PREGUNTA 25



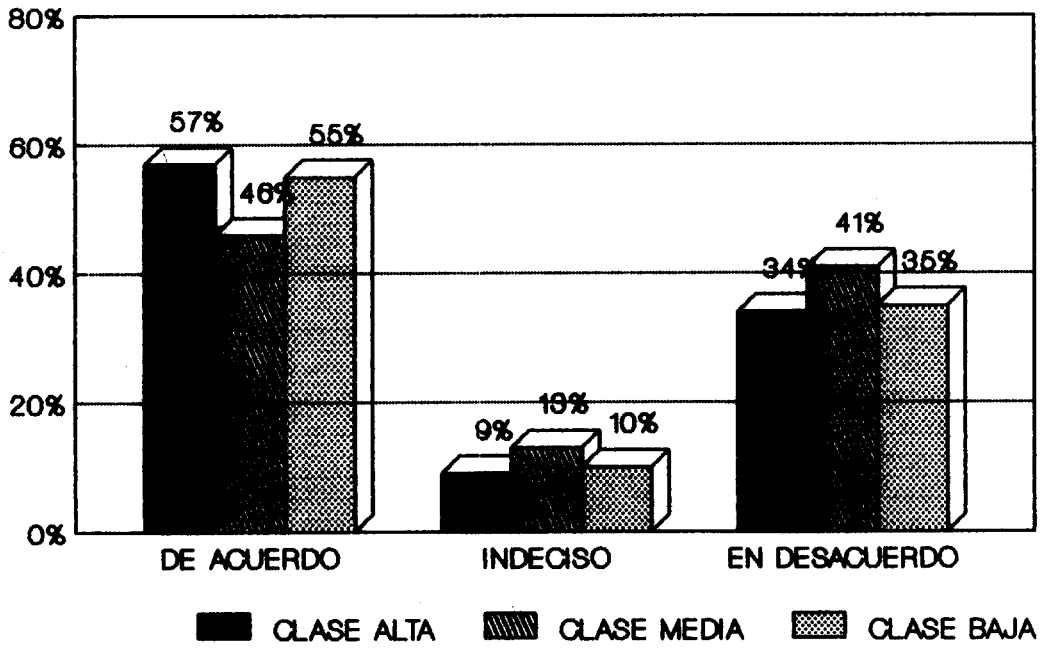
LAS PRENDAS DE VESTIR IMPORTADAS VAN MAS CON LA MODA QUE LAS NACIONALES PREGUNTA 26



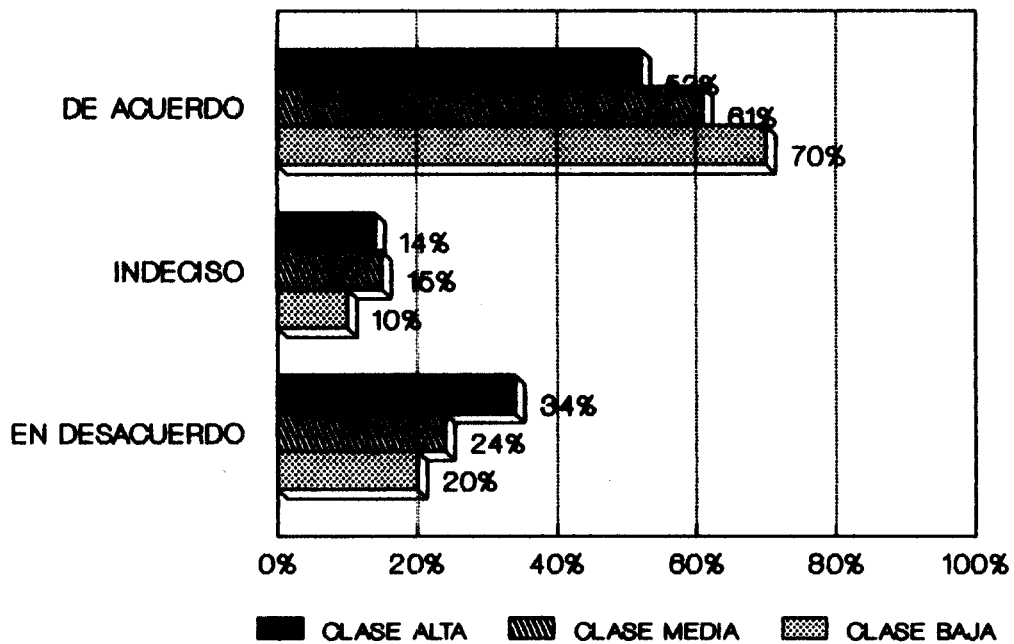
LA MODA ES UN ELEMENTO PARA QUE ADQUIERA SU ROPA PREGUNTA 27



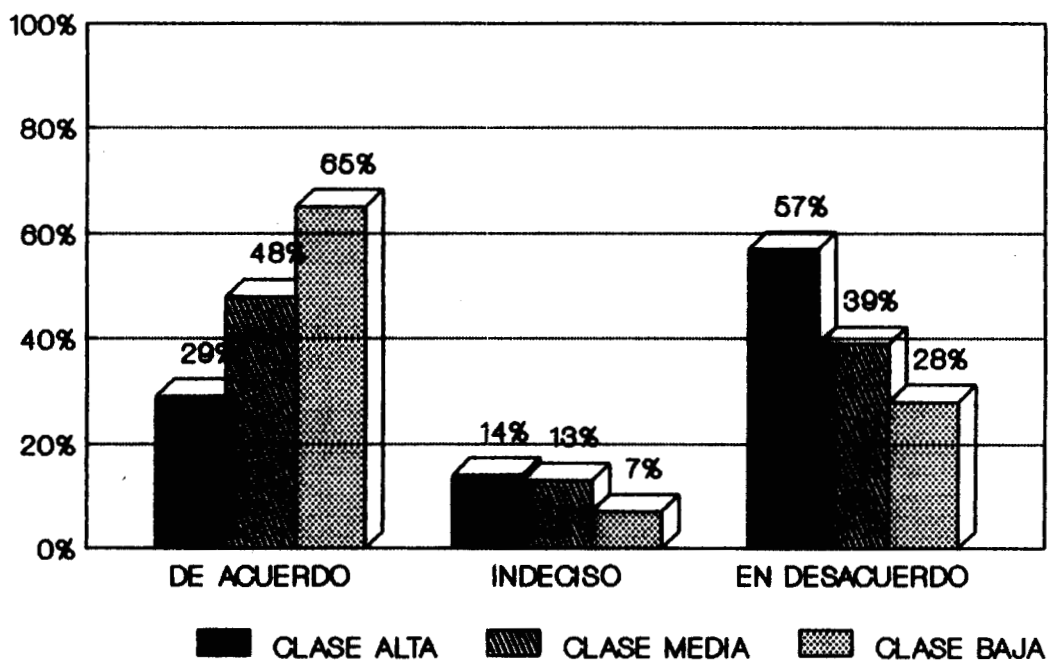
COMPRA SU ROPA DE ACUERDO A LA MODA DE TEMPORADA PREGUNTA 28



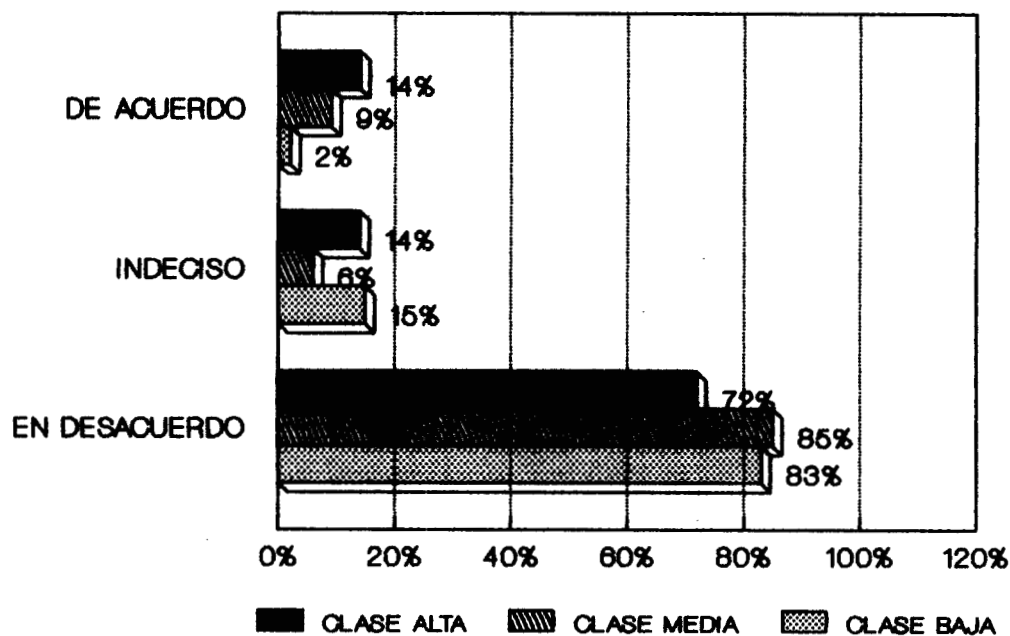
LA POSICION SOCIAL ES DETERMINANTE PARA ADQUIRIR ROPA EXTRANJERA DE ALTO COSTO PREGUNTA 29



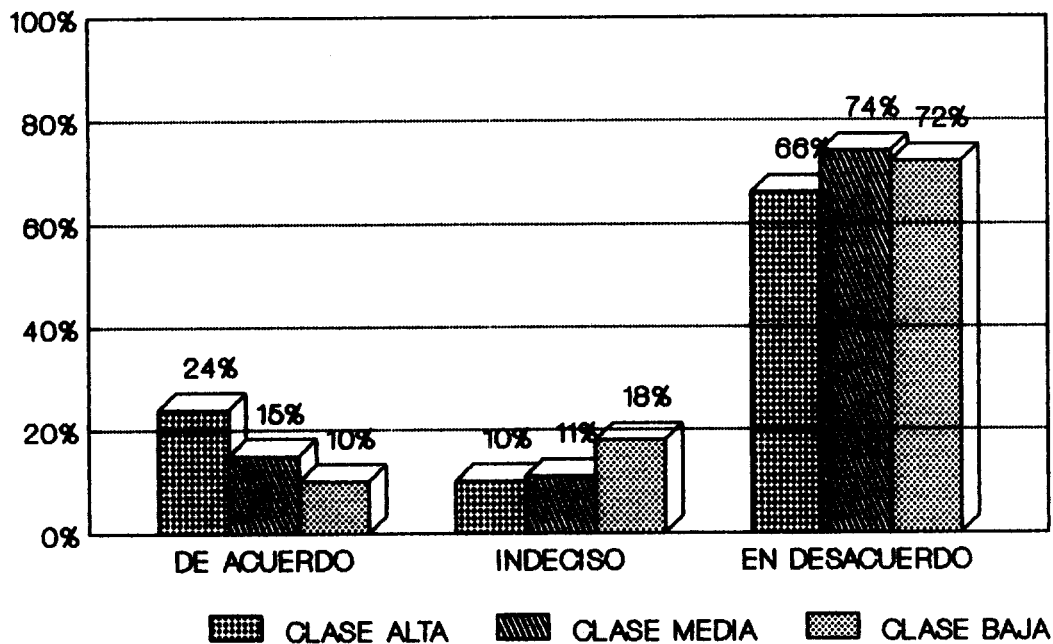
EL BAJO PRECIO ES LO QUE LO MOTIVA A COMPRAR PRENDAS DE VESTIR
PREGUNTA 30



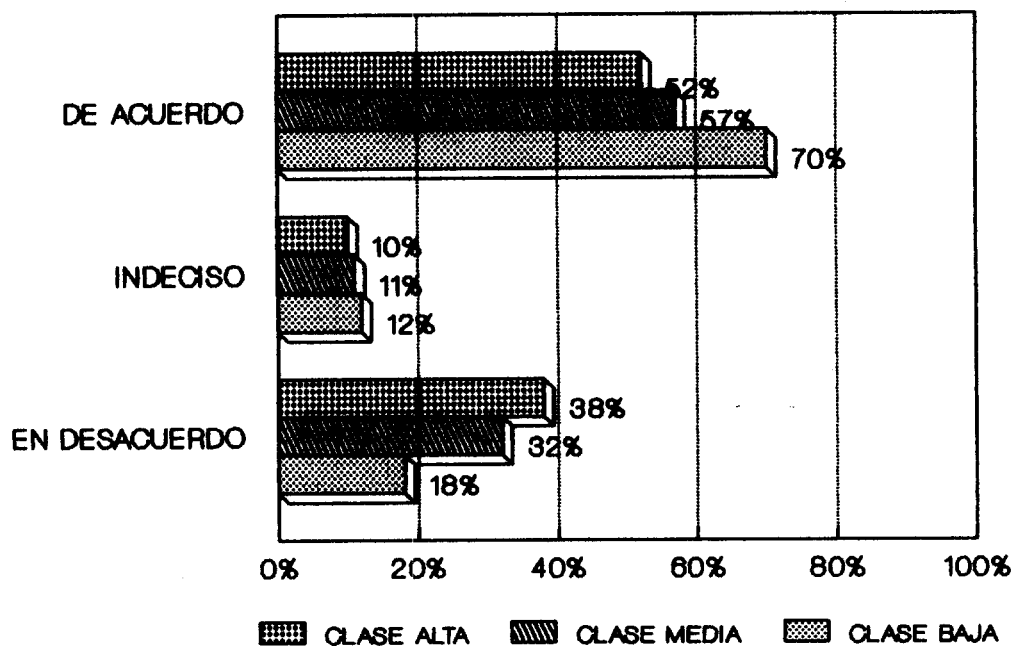
AL ADQUIRIR PRENDAS DE VESTIR IMPORTADAS LE DA MAYOR PRESTIGIO
PREGUNTA 31



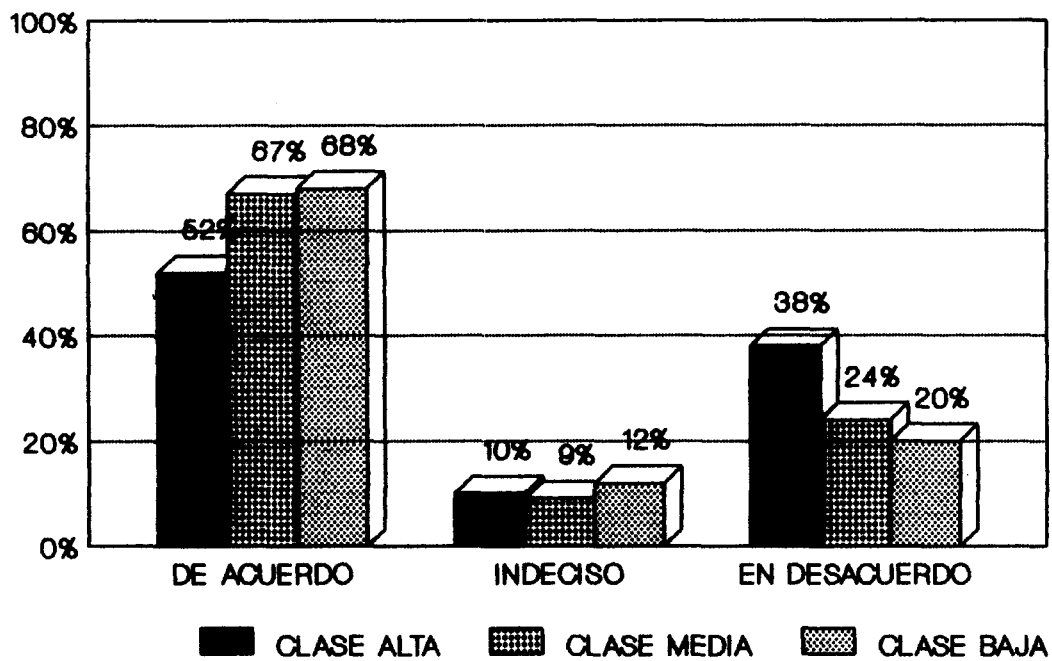
EL LUJO LO MOTIVA A QUE COMPRE SUS PRENDAS DE VESTIR PREGUNTA 32



NO EXISTE UNA PROMOCION ADECUADA DE LAS PRENDAS DE VESTIR NACIONALES PREGUNTA 33



**LA FALTA DE PUBLIC. DE LAS PRENDAS NAC.
HACE QUE PREFIERAN LAS EXTRANJERAS
PREGUNTA 34**



CONCLUSIONES

CONCLUSION 1

Los empresarios nacionales de la micro y pequeña empresa de la industria del vestido no están debidamente informados de lo que significa o puede significar el Tratado de Libre Comercio, para el presente y futuro de la empresa.

Consideran que el Tratado de Libre Comercio es algo ficticio e irreal y de muy pocas repercusiones. Esto es malo pues no prevén las consecuencias, sus ventas están bajando y bajarán más si se abren definitivamente las fronteras; lo que puede llevar a que estas empresas se conviertan en maquiladoras de otras empresas extranjeras o nacionales y con ello perder su autonomía.

Así, podemos observar que los empresarios mexicanos, tienen una escasa visión de su entorno político, económico y social, lo que nos refleja que sólo se limitan a competir en ciertos mercados (local y regional principalmente) sin tener aspiraciones para incursionar en mercados internacionales.

CONCLUSION 2

Una de las limitaciones que se pudo identificar y que impiden que la micro, pequeña y mediana empresa del ramo del vestido se logren desarrollar, son los problemas administrativos y organizativos que viven cotidianamente, ya que generalmente la mayoría de las decisiones están influenciadas por factores de tipo personal (decisiones del dueño), además que la capacitación o conocimientos de estos empresarios, sobre las funciones de dirección, son adquiridos empíricamente conforme a las situaciones a que se enfrenta, como pueden ser: conocer y evaluar el mercado, adquirir el

CONCLUSIONES

equipo adecuado para elevar sus niveles de producción, interpretar sus resultados de operación, analizar la competencia, así como identificar las necesidades y potencialidades, allegarse a programas de financiamiento adecuados, etc.

CONCLUSION 3

La complejidad del mercado y la estrechez de los canales de venta, repercuten ampliamente en el desarrollo de los empresarios de la industria del vestido. Los cuales por lo común se ven supeditados a un intermediario, y es él, el que distribuye los productos al mercado y a cuyos pedidos deben ajustarse su programa de producción.

CONCLUSION 4

Debido a la distribución del ingreso y a la escasa capacidad de compra que tienen los consumidores, ha provocado que en buena medida se reduzca el mercado de los productos de

CONCLUSIONES

equipo adecuado para elevar sus niveles de producción, interpretar sus resultados de operación, analizar la competencia, así como identificar las necesidades y potencialidades, allegarse a programas de financiamiento adecuados, etc.

CONCLUSION 3

La complejidad del mercado y la estrechez de los canales de venta, repercuten ampliamente en el desarrollo de los empresarios de la industria del vestido. Los cuales por lo común se ven supeditados a un intermediario, y es él, el que distribuye los productos al mercado y a cuyos pedidos deben ajustarse su programa de producción.

CONCLUSION 4

Debido a la distribución del ingreso y a la escasa capacidad de compra que tienen los consumidores, ha provocado que en buena medida se reduzca el mercado de los productos de la industria del vestido, tanto de productos nacionales como de las prendas de vestir extranjeras.

La limitada concurrencia al mercado externo no se debe tanto a la competencia en calidad o diseños de producción, como pudiera pensarse, sino más bien radica en el precio y en el prestigio de la marca, además de los complejos mecanismos para exportar.

CONCLUSION 5

En cuanto a financiamiento, podemos concluir que: En términos generales los empresarios tienen limitados conocimientos de fuentes de financiamiento, lo que los lleva a contratar crédito con instituciones tradicionales (como la banca comercial), con sus proveedores o con agiotistas,

CONCLUSIONES

lo que representa pagar intereses muy elevados en comparación con los intereses que ofrece la banca de desarrollo, las arrendadoras y las empresas de factoraje.

CONCLUSION 6

En lo que se refiere a publicidad y promoción, podemos concluir que en la industria micro y pequeña es casi nula, es decir, no se tienen programas publicitarios para apoyar sus productos. Más bien la publicidad que hace la industria del vestido, recae en los grandes empresarios de ésta industria y a los grandes distribuidores -como: Liverpool, Palacio de Hierro etc.- que si promueven sus productos, a través de campañas publicitarias. Es por ello que los consumidores no logran identificarse con las marcas que ofrecen los empresarios nacionales.

CONCLUSION 7

En lo referente a la Planeación Estratégica, podemos concluir que las empresas micro y pequeña de la industria del vestido, no tienen el suficiente conocimiento de lo que es planeación estratégica y mucho menos del proceso que se sigue para implantarla, ya que generalmente los empresarios pueden describir su situación actual, pero no realizan proyecciones hacia el futuro.

No logran identificar sus fuerzas y debilidades, ya que consideran que su empresa funciona correctamente, y al no identificar sus debilidades no están preparadas para afrontar los cambios que se están dando continuamente en su entorno, y en sus competidores.

Tampoco se interesan por informarse de su ambiente político, social, económico y tecnológico, por lo que no logran identificar las oportunidades que se les puedan presentar y las amenazas que existen en el medio ambiente y

CONCLUSIONES

que pueden repercutir en el funcionamiento. Por lo tanto no pronostican el futuro de su entorno.

CONCLUSION 8

En cuanto al aparato productivo de la micro y pequeñas empresas del ramo del vestido, logramos identificar y confirmar que la mayoría de estas empresas operan de una manera ineficiente e inproductiva, ya que su capacidad instalada no es aprovechada de una manera óptima, ejemplo de ello son los desperdicios de materia prima además de que la maquinaria que utilizan es obsoleta y anticuada, tampoco se cuentan con sistemas eficientes de administración de la producción, lo que conlleva a demoras y a desperdicios considerables de la materia prima, y a que las micros y pequeñas empresas del ramo del vestido se vean restringidas a producir sólo pequeños volúmenes de producción, con lo que se ven limitadas posibilidades de ampliar mercados.

COMPROBACION DE HIPOTESIS

HIPOTESIS 1

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, esta hipótesis ha sido comprobada solo en parte, ya que en la época actual, la industria del vestido nacional, está siendo desplazada por sus competidores extranjeros sólo en algunas ramas, como es el caso de las playeras sport, los pantalones principalmente de mezclilla, camisas, camisetas, sweters, shorts, faldas de mezclilla, etc. que por sus características, como son el bajo precio, diseños novedosos, etc. están al alcance de la mayoría de los consumidores. No así en lo concerniente a la alta confección, pues las prendas de este tipo traídas al país, son de muy elevado precio, estando solo al alcance de unos cuantos consumidores. Es así que las prendas de vestir de alta confección que se fabrican en México, logran competir en calidad, en diseños, en moda, en precio pero quizás no en promoción.

HIPOTESIS 2

En esta hipótesis pudimos comprobar que efectivamente, con la entrada de México al GATT, el país se empezó a convertir en basurero de otros países, al recibir mercancías de dudosa calidad, pero en la actualidad éste efecto se está revirtiendo, ya que los consumidores están comprobando que un buen aspecto y un bajo precio no garantizan una buena calidad.

HIPOTESIS 3

En esta hipótesis pudimos comprobar que:

La apertura comercial, beneficiará sólo a aquellas empresas dedicadas a la confección que esten preparadas para competir en mercados internacionales (como es el caso de Robert's). Entre los beneficios que podrán obtener este tipo de empresas con la apertura comercial serán la posibilidad de adquirir materia prima a más bajo costo, lo que les representará menores costos de producción, mayores utilidades y en última instancia la oportunidad de competir con un precio más bajo en el mercado tanto nacional como internacional. Otro beneficio será la posibilidad de adquirir maquinaria y equipo de alta tecnología que les permitirá reducir sus tiempos de producción, así como también sus costos.

Por otro lado, la mayoría de las empresas, al tener una escasa visión del entorno económico, político y social, no tienen la suficiente información acerca de su situación actual, no identifican sus propias fuerzas ni sus debilidades, por lo tanto, no pronostican su futuro. Es así, que solo las empresas que logren adaptarse a las condiciones que se establezcan una vez dada la apertura comercial, son las que logran sobrevivir, las otras inevitablemente desaparecerán.

HIPOTESIS 4

Se pudo comprobar la hipótesis alternativa, ya que la baja del poder adquisitivo, no es un factor fundamental para que el consumidor prefiera las prendas de vestir importadas sobre las nacionales por su bajo precio; más bien la baja del poder adquisitivo ha provocado una disminución de las ventas de prendas de vestir tanto nacional como extranjeras, aunado a una sobre saturación de los mercados por un exceso de oferta.

HIPOTESIS 5

En esta hipótesis se pudo comprobar que el diseño es un factor determinante para que los consumidores adquieran prendas de vestir, pero, en términos generales les gustan más los diseños extranjeros por contar estos con la tendencia de la moda de otros países, sin embargo, el consumidor a la hora de adquirir alguna prenda se inclina hacia los diseños nacionales debido a diversos factores tales como:

- Su poder de compra, no es el suficiente para adquirir las prendas importadas de buen diseño y hechura. Esto para el caso de la clase media y la clase baja.
- Sus hábitos de consumo, es lo que los induce a preferir dichos diseños.

HIPOTESIS 6

Se pudo comprobar que, la mayoría de las empresas no cuentan con la modernización de su planta industrial, debido a que su maquinaria y equipo es obsoleta, lo que repercute directamente en sus costos de producción (costos fijos elevados), y por lo tanto no puede competir con sus rivales extranjeros, limitandose a los mercados nacionales (locales y regionales).

HIPOTESIS 7

Esta hipótesis, se pudo comprobar ya que de acuerdo a la opinión generalizada de los consumidores, la falta de publicidad y promoción adecuada de los productos de la Industria Nacional del Vestido, provoca que no se tenga una imagen de la marca, ni tampoco pueda identificarse el consumidor con estos productos. Son pocas las empresas nacionales que han logrado que los consumidores se identifiquen con la marca y con ello forjar un prestigio.

HIPOTESIS 8

Se logró comprobar esta hipótesis, ya que se pudo detectar que actualmente uno de los principales problemas que aquejan a las empresas del ramo del vestido, es el que se refiere a la falta de liquidez y solvencia, lo cual impide en cierta medida, que estas empresas logren modernizarse y desarrollarse, por lo cual las empresas, tratan de resolver este problema acudiendo a fuentes de financiamiento tales como: Incrementos de capital aportados por los dueños o socios, créditos de materias primas otorgadas por parte de los proveedores, y créditos otorgados por los bancos comerciales. Estos últimos créditos representan la fuente de financiamiento externa más común, ya sea porque los empresarios desconocen otras fuentes de financiamiento, o porque consideran los trámites muy excesivos y complicados, o porque tienen una información deformada de los créditos que otorgan fuentes de financiamiento tales como las instituciones de fomento (NAFINSA, BANCOMEXT, BANPECO, etc.), las arrendadoras financieras, las empresas de factoraje, etc.. Por lo que acuden a contratar créditos bancarios a altas tasas de interés; es por ello que es necesario que las empresas de la industria del vestido, se alleguen de fuentes de financiamiento adecuados, que les permitan modernizarse y con ello promover su desarrollo.

HIPOTESIS 9

En esta hipótesis se comprobó que la moda es determinante para que cierto tipo de consumidores prefieran ciertas prendas de vestir. Generalmente este tipo de consumidores que adquieren sus prendas de vestir de acuerdo a la moda se sitúan entre los jóvenes y niños. Mientras que las personas adultas (más de 50 años) al tener un patrón de uso de las prendas de vestir, no se ven muy influidas por la moda para realizar sus compras

HIPOTESIS 10

Se logró confirmar la hipótesis ya que la mayoría de las empresas micro y pequeña de la industria del vestido se enfrentan a limitaciones de carácter administrativo ya que por regla general, el micro y pequeño industrial carecen de conocimientos de gestión administrativa y la capacidad de negociación, tanto ante sus clientes como ante sus proveedores de insumos esto debido a que la formación de estos empresarios se ha dado empíricamente, por lo que la mayoría de sus decisiones están influidas por factores de tipo personal, lo cual consideramos no es suficiente para conocer y evaluar el mercado, ni para adquirir el equipo más adecuado para sus procesos ni mucho menos para formular un proceso de planeación estratégica.

RECOMENDACIONES

En base a la investigación realizada, pudimos observar que las empresas micro y pequeña de la industria nacional del vestido se enfrentan a serios problemas, los cuales limitan su crecimiento y desarrollo, y además las colocan en condiciones desfavorables ante una inminente apertura comercial de México con Estados Unidos de América y Canadá, por lo cual es necesario que estas empresas logren modernizarse, se alleguen a fuentes de financiamiento adecuadas, implementen la planeación estratégica, entre otros aspectos. Por lo anterior y en base a las deficiencias observadas, nos permitimos dar las siguientes recomendaciones con el objeto de corregir esas deficiencias y resolver algunos problemas y con ello elevar la productividad.

Establecer y hacer reales los programas de fomento instrumentados por la Banca de Desarrollo para la micro y pequeña empresa en el ramo del vestido.

Establecer mayor número de centros de servicio para moda, diseño y corte, esto identificando las zonas estratégicas donde se concentra la mayor parte de la actividad fabril del área metropolitana de la Ciudad de México. Asimismo crear sistemas de información para la captación, difusión, análisis y aplicación de las tendencias del mercado y de la industria de la confección.

Fomentar los programas orientados a aumentar la productividad, diseñar programas de comercialización y abasto de artículos de confección y promover asociaciones entre las organizaciones para la comercialización, almacenamiento, distribución, empaque, control de calidad, promoción y publicidad.

RECOMENDACIONES

Reorientar la forma en como se apoya la micro y pequeñas empresas en el ramo del vestido por las Instituciones Financieras de Desarrollo del país, ya que generalmente los empresarios no tienen conocimiento o tienen una idea deformada de los apoyos que otorga la Banca de Desarrollo, por lo que es necesario fortalecer a la micro y pequeña industria a través del otorgamiento de apoyos financieros preferenciales, complementando con asistencia técnica y capacitación. Para ello es necesario que la Banca de Desarrollo tenga mayor contacto con estas empresas, promueva en mayor escala sus servicios, simplifique sus trámites y requisitos para el otorgamiento de créditos y asistencia técnica.

Eliminar trabas burocráticas, otorgando a la micro y pequeña empresa las facilidades necesarias a fin de agilizar los trámites y procedimientos para el cumplimiento de sus obligaciones y el fomento a las exportaciones.

Promover las agrupaciones de empresas con el fin de establecer convenios de complementariedad entre las empresas de la industria del vestido y las empresas de la industria textil de tal manera que se logre resolver algunos problemas comunes y mejorar la capacidad de negociación en los mercados financieros, en el de abasto de materia prima, en la capacitación y rotación de personal y el intercambio tecnológico.

Fomentar programas de formación de micro y pequeños empresarios en lo que se refiere a gestión administrativa, dirección, planeación y control de las operaciones. Esto con el objeto de incrementar la producción y fomentar la productividad.

RECOMENDACIONES

Para que la micro y pequeña empresa afronten sus problemas de liquidez y solvencia, así como también su modernización tecnológica es necesario que recurran a los distintos tipos de financiamientos otorgados por la Banca de Desarrollo.(Habilitación y Avío, Capital de trabajo, refraccionario etc.)

Elaborar manuales de procedimientos para cada una de sus actividades, en donde se identifiquen claramente la misión y objetivos a alcanzar y que respondan a las oportunidades y amenazas percibidas, seleccionando prioridades y actividades, así como la asignación de recursos para alcanzar dichos objetivos.

Implantar un proceso de planeación estratégica para que de esta manera las empresas tengan una visión más amplia de la situación en la que se encuentran y así puedan identificar sus fuerzas y debilidades, tener conocimiento del entorno político, social, económico y tecnológico, identificar oportunidades y amenazas, pronosticar el futuro, y por último definir y establecer objetivos.

Promover el desarrollo eficiente del subsector industrial del vestido, a fin de preservar las fuentes de empleo que genera directa o indirectamente. Esto a través de la creación de nuevas empresas no solo en las principales ciudades, sino que también es necesario hacerlo extensivo abarcando las diferentes zonas rurales del país.

Por último formular apoyos adecuados para la micro y pequeña empresa para su necesaria modernización productiva, y de esta manera formar parte de un proceso estratégico de integración de cadenas, ya que esta alternativa ayudará de una

RECOMENDACIONES

forma rápida y eficiente abrir rutas tecnológicas y mercados de exportación, con base en un modelo que tienda a formar grupos de soporte y apoyo a la empresa grande y mediana a través de esquemas de integración vertical y horizontal con la micro y pequeña empresas.

CITAS BIBLIOGRAFICAS

1. - EXPANSION. revista. "Informe especial". No. 513. Vol. xxiii
abril 1986.
2. - BANCOMER. Panorama económico. 4 bimestre 1991, pp. 36-41
3. - SECOFI. Apertura comercial, julio 1988, pp. 53-58
4. - CANACO. TLC. Aspectos comerciales, enero 1991, pp. 1-11
5. - DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION
6. - MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA . pp. 50-59.
7. - SHCP. la industria pequeña y mediana. p. 11
8. - Ibíd. pp. 29-30
9. - Ibíd. pp. 31-35

10. HERNANDEZ, OLGA. "Evolución de la industria del
vestido en México". LA MICROINDUSTRIA MAQUILADORA. p. 5
11. ibíd. p. 6
12. ibíd. p. 7-8
13. ibíd. p. 8-9
14. ibíd. p. 10-12
15. CONCAMIN, Revista INDUSTRIAL, dic. 1988, vol. 1,
núm. 6, pp 12-19
- 16 SECOFI la industria textil p7.
- 17 ibid. p. p 17-18
18. ibíd. p. 10
19. ibíd. pp. 10-11
- 20 ibíd pp. 17-18
21. EL OJO DE AGUJA, Revista 'La Información Integral
para la industria de la confección'. mayo 1991, año I,
núm. 2. p. 4.
- 22 SECOFI industria textil pp. 9-11
- 23 ibíd p 12
- 24 ibíd p 14
- 25 op,cit
- 26 Revista industria pp. 35-39

BIBLIOGRAFIA

Aakev A, David. Investigación de Mercados, 1ra. ed., Edit. Interamericana, México, 1988.

Aguila Medina, Marcos. Butler A., La Industria Maquiladora, Evolución y Análisis de sus objetivos. UAM-Xochimilco, México, 1986.

Alvares Rios, Alejandro y otros. La Problemática de las Relaciones Humanas en la micro, pequeña y mediana empresa en la zona de Iztapalapa, UAM-Iztap. México 1985.

Castellanos Herrera, Oscar. Aspectos del Mercado de la Industria de la Confección, UNAN, México. 1985.

Cline William, R. Industria del Vestido en EU, Edit. ILSA. 1987.

Dickson Franklin, J. Exito de las empresas pequeñas y medianas. Edit. Diana. 1985.

Hernández Olga . La microindustria industria maquiladora del vestido. UAM-Iztap. 1982.

Schewe D, Charles. Mercadotecnia, Conceptos y Aplicaciones, Edit. Mc.Graw Hill, México, 1988.

Steiner A, George. Planeación Estrategica, lo que todo director debe saber, CECSA, México, 1991.

Tabatoni P. y Jarniou Pierre, La dinámica de normas en la administración estartégica, Trillas, México, 1983.

Apertura Comercial y Modernización Industrial SECOFI/FCE México, 1988.

Banamex revista, Examen de la situación económica de México, Vol.LXI No.715, Jun.1985.

Bancomer revista, Panorama Económico, 4 bimestre, México, 1991.

Cámara Nacional de Comercio de la Cd. de México, TLC aspectos generales. 1991. Dir. de Comercio Exterior.

El Mercado de Valores, NAFINSA, Núm.3 y 21, Feb.1, 1990, México, Año L.

Expansión, revista quincenal, Dir. Carlos Celis. núm. consultados:

- No. 574, Sept. Vol. xxiii 1991
- No. 568, Junio Vol. xxiii 1991
- No. 487, Marzo Vol. xxiii 1988
- No. 513, Abril Vol. xxi 1989
- No. 490, Mayo Vol. xx 1988
- No. 504, Nov. Vol. xx 1988
- No. 517, Junio Vol. xxi 1989
- No. 507, Enero Vol. xxi 1989
- No. 488, Abril Vol. xx 1988
- No. 503, Nov. Vol. xx 1988

Industria, Concamin, Organo informativo, dic.1988, Mensual, Vol.1, No.6. Dir. Ing. Eduardo Madrigal V.

INEGI, La Industria Textil y del Vestido en México 1990.

NAFINSA. Encuesta de la Industria Mediana y Pequeña,
México, D.F. 1985.

PAI, NAFINSA. núm. consultados:

Año 7, núm. 68, Agos. 1987.

Año 8, núms. 73 y 77 Sept-Oct. y Ene-Feb. 1988

Año 9, núm. 80 Mzo.-Abril 1989.

Diario Oficial, viernes 18 de mayo de 1990

SECOFI. Monografía, No.13 ''Industria Textil''

El ojo de la aguja. Año.1., No.2, Mayo 1991, Dir, Luis
E. Echeverri Said. Edit. Grupo EMPEC.

CUESTIONARIO APLICADO A LOS CONSUMIDORES

COMO ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA, UNIDAD IZTAPALAPA, PRESENTAMOS EL SIGUIENTE CUESTIONARIO CON EL FIN MERAMENTE ACADEMICO, QUE TIENE COMO OBJETIVO CONOCER LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR A CERCA DE LAS PRENDAS DE VESTIR NACIONALES E IMPORTADAS.

AGRADECEMOS DE ANTEMANO LAS ATENCIONES QUE SE SIRVA DAR AL PRESENTE CUESTIONARIO, DONDE LOS RESULTADOS DE ESTE, TIENEN LA FINALIDAD DE AYUDAR AL MEJORAMIENTO Y DESARROLLO DE LA PRODUCTIVIDAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA DEL VESTIDO. EL MANEJO DE LA INFORMACION ES ESTRICTAMENTE CONFIDENCIAL.

1.- ¿Por cuál de los siguientes motivos acude a este tipo de establecimientos comerciales ?

- compras distracción trabajo
 asuntos personales otros

2.- ¿En qué tipo de casa vive ?

- casa propia rentada hotel
 casa de interés social prestada otra

3.- ¿Tiene automóvil ?

- Si No

4.- ¿Cuántos automóviles tiene ?
especifique _____

5.- ¿Qué tipo de automóvil es?

- austero deportivo de colección lujoso

6.- El modelo de su automóvil es:

- 90-92 89-90 anteriores al 79

7.- ¿Por lo regular cuándo compra sus prendas de vestir ?

- semanalmente cada mes dos veces al año
 cada año según la temporada.

8.- ¿Qué tipo de prendas de vestir compra ?

- nacional extranjera ambas

9.- Cuando compra prendas de vestir generalmente a que centro acude:

- tiendas especializadas (Liverpool, Palacio de Hierro, Sears, etc.)
 Boutiques desfiles de moda bazares
 tianguis centros comerciales (Comercial Mexicana, Aurrera, Blanco, Gigante etc.)

10.- Las prendas de vestir importadas son de mejor calidad que las nacionales.

de acuerdo indeciso en desacuerdo

11.- Compra usted prendas de vestir extranjeras sin importar el precio.

de acuerdo indeciso en desacuerdo

12.- Compra usted prendas de vestir siempre y cuando sea accesible a su ingreso.

de acuerdo indeciso en desacuerdo

13.- Las prendas de vestir importadas populares son más baratas que las nacionales.

de acuerdo indeciso en desacuerdo

14.- Las prendas de vestir importadas de alta costura son más baratas que las nacionales.

de acuerdo indeciso en desacuerdo

15.- Generalmente los diseños de prendas de vestir importadas son mejores que los nacionales.

de acuerdo indeciso en desacuerdo

16.- Al elegir usted su ropa por diseño prefiere los nacionales a las extranjeras.

de acuerdo indeciso en desacuerdo

17.- El comprar prendas de vestir usted ante todo toma en cuenta los diseños.

SI No

18.- El diseño de las prendas de vestir importadas gustan más a los consumidores que el diseño de las nacionales.

de acuerdo indeciso en desacuerdo

19.- ¿Para usted, que factor influye en la adquisición de ropa importada?

diseño precio calidad
 color moda otras

20.- ¿La marca de las prendas de vestir para usted es importante ?

SI No

21.- Usted compra sus prendas de vestir no importando que la marca de estas, sea nacional o extranjera.

de acuerdo indeciso en desacuerdo

22.- Usted adquiere sus prendas de vestir nacionales por que se identifica mejor con las marcas.

de acuerdo indeciso en desacuerdo

23.- Usted compra sus prendas de vestir con base a la marca, sin importar precio, diseño, calidad, etc.?
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

24.- ¿Qué marca prefiere ?
 Nacional Extranjera
¿Por qué ? _____

25.- ¿Usted compra ropa importada si su ingreso se lo permite ?
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

26.- ¿ Las prendas de vestir importadas van más con la moda que las nacionales ?
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

27.- ¿ La moda es un elemento que influye para que usted adquiera su ropa ?
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

28.- ¿Cuándo compra su ropa es de acuerdo a la moda de temporada ?
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

29.- ¿La posición social es determinante para adquirir prendas de vestir extranjeras de alto costo ?
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

30.- El bajo precio es lo que te motiva a comprar prendas de vestir
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

31.- ¿Al adquirir prendas de vestir importadas le da mayor prestigio ?
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

32.- ¿Lo que motiva que usted compre sus prendas de vestir es el lujo ?
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

33.- Las prendas de vestir hechas en México no se aceptan por que no existe una promoción adecuada de estos productos.
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

34.- La falta de publicidad de las prendas de vestir nacionales hace que se prefieran las extranjeras.
 de acuerdo indeciso en desacuerdo

CUESTIONARIO APLICADO A LAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

COMO ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA, UNIDAD IZTAPALAPA, PRESENTAMOS EL SIGUIENTE CUESTIONARIO CON EL FIN MERAMENTE ACADEMICO, QUE TIENE COMO PROPOSITO RECABAR INFORMACION PARA LA ELABORACION DE NUESTRA TESIS.

AGRADECEMOS DE ANTEMANO LAS ATENCIONES QUE SE SIRVA DAR AL PRESENTE CUESTIONARIO, DONDE LOS RESULTADOS DE ESTE TIENE LA FINALIDAD DE AYUDAR AL MEJORAMIENTO Y DESARROLLO DE LAS CONDICIONES DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA DEL VESTIDO. EL MANEJO DE LA INFORMACION ES ESTRICTAMENTE CONFIDENCIAL.

1. - Nombre o razón social de la empresa.

2. - Actividad o giro

3. - Cargo de la persona entrevistada.

Propietario () gerente () encargado () otro ()

4. - Antigüedad de la empresa

- a) entre 1 y 2 años
- b) entre 2 y 5 años
- c) más de 5 años

5. - Total de empleados con que cuenta la empresa.

- a) de 1-15
- b) de 16-100
- c) de 101-250

6. - ¿Cuál es el principal problema al que se enfrenta su empresa ?

- a) El mercado esta controlado por los grandes industriales
- b) No tiene capacidad para comercializar sus productos
- c) Su maquinaria es anticuada
- d) No tiene acceso a fuentes de financiamiento
- e) Otros (especifique) _____

7. - ¿Cuál es la capacidad de producción en cuanto a tipo de prenda y volumen ?

Volumen _____ tipo de prenda _____

8. - ¿Tiene forma de vender directamente su producción ?

- a) Si
- b) No
- c) Ocasionalmente

9.- ¿A qué tipo de materias primas tiene acceso ?

- a) nacional
- b) extranjera
- c) ambas

10.- ¿Tiene problemas de abastecimiento de materia prima ?

- Sí No

En caso afirmativo de qué tipo _____

11.- ¿En sus últimos tres ejercicios fiscales, la empresa ha tenido pérdidas ?

- Sí No

¿Cuál ha sido el motivo ? _____

12.- ¿Cómo considera la competencia tanto nacional como extranjera en el ramo del vestido?

- a) alta
- b) normal
- c) baja

13.- ¿Considera que los diseños de las prendas de vestir que elabora su empresa gustan más que los extranjeros ?

- Sí No

Por qué? _____

14.- El diseño de las prendas de vestir que usted produce son:

- a) diseños propios
- b) extranjeros
- c) de otras empresas nacionales
- d) otros

15.- ¿Con qué tipo de maquinaria cuenta su empresa ? (puede marcar más de una)

- a) manual
- b) de proceso
- c) mecánica
- d) electromecánica
- e) automatizada

16.- ¿A qué tipo de mercado distribuye su (s) producto (s)? (puede marcar más de una)

- a) local
- b) regional
- c) nacional
- d) extranjero
- e) otros

17.-¿Su (s) producto (s) lo (s) vende directamente a ?

- a) otras industrias
- b) distribuidor
- c) detallista
- d) consumidor
- e) exportación

18.- ¿Qué porcentaje de la maquinaria y equipo que utiliza su empresa es de fabricación nacional ? _____

19.- ¿Considera necesario modernizar su tecnología para incrementar su producción ?

Sí No

¿Por qué? _____

20.- ¿Tiene conocimiento de los programas de financiamiento que otorgan a las industrias micro, pequeña y mediana ?

Sí No Minimamente

21.- ¿A solicitado algún tipo de financiamiento?

- a) si pero sin éxito
- b) si con éxito
- c) no ha sido necesario

22.- ¿Cuándo necesita financiamiento recurre a?

- a) recursos propios
- b) financiamiento de proveedores
- c) financiamiento bancario
- d) otros (especifique) _____

23.- ¿En caso de que haya recibido financiamiento, ¿a sido suficiente y adecuado?

Sí No

24.- Si ha recibido financiamiento, ¿qué problemas a resuelto?

- a) incremento de capacidad de producción
- b) mejor distribución de los productos
- c) obtención de materia prima
- d) otros (especifique) _____

25.- ¿En general, considera que los financiamientos obtenidos han hecho que su empresa crezca?

Sí No

¿Por qué? _____

26.- ¿Existe dentro de su empresa, personal encargado de dirigir y controlar los procesos de producción ?

Sí No Ocasionalmente

27.- ¿Están definidas las funciones de cada área dentro de la empresa?

Sí

No

28.- ¿Cómo considera las relaciones de sus empleados dentro de la empresa?

a) buenas

b) excelentes

c) regulares

d) malas

e) pésimas

29.- ¿Existen sistemas de control administrativo, de producción, de comercialización, etc.?

Sí

No

30.- ¿Aceptaría asesoría externa para su empresa?

Sí

No

¿Por qué ? _____

Ahora, me gustaría que respondiera de manera breve las siguientes preguntas acerca de la apertura comercial de México.

31.- ¿Qué piensa usted de la apertura comercial de México?

32.- ¿Cree usted que con la apertura comercial de México su empresa tendrá mayor posibilidad de exportar y/o importar ?

33.- ¿Piensa usted que su empresa esta en posibilidades de competir en cuanto a diseños de las prendas de vestir, ante la apertura comercial de México ?

Sí

No

¿Por qué ? _____

34.- ¿Su empresa esta preparada para competir con los productos extranjeros?, en cuanto a:

a) calidad

b) precio

c) diseño

d) marca

e) moda

35.- ¿Cree usted que la baja del poder adquisitivo ha afectado su nivel de ventas y no la competencia de otras empresas ?

SI

No

¿Por qué? _____

36.- ¿La entrada ilegal de prendas de vestir han afectado su nivel de ventas ?

SI

No

¿Por qué? _____

37.- ¿Cuál o cuales de los siguientes elementos considera que han afectado su nivel de ventas ?

- a) entrada ilegal de prendas de vestir
- b) falta de poder adquisitivo de los consumidores
- c) mayor competencia de empresas del mismo ramo
- d) saturación de mercados por exceso de oferta
- e) otro

38.- ¿Qué ventajas o desventajas cree usted que tendrá la industria del vestido nacional ante dicha apertura ?
