

U. A. M. IZTAPALAPA DELINTE

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

CSH

LA INDUSTRIA TEXTIL ANTE LA ADHESION

DE MEXICO AL GATT.

Investigación realizada para obtener el título de
/ Licenciatura en Administración.

Presentada por los alumnos:

/ Estrada Méndez Juan Carlos.

Games Calderón Juan José.

Rodríguez Vallejo Evangelina A.

Rodríguez Villegas Rubén.

Sotelo Vences Martha Elena.

México, D.F. junio de 1989.

107805

AGRADECIMOS EL APOYO Y COLABORACION
AL I.A.E. PARA CONSEGUIR ICPEZ POR
PARTE DIRECTIVA ACERTADAMENTE ESTE
SEMINARIO DE INVESTIGACION.

INDICE

107805

I	INTRODUCCION.....	1
II	OBJETIVO.....	3
III	HIPOTESIS.....	4
	1. DEFINICION DE VARIABLES.....	5
IV	DISEÑO DE MUESTRA.....	6
V	SITUACION ECONOMICA.....	7
VI	MARCO TEORICO.....	16
	1. ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES Y TARIFAS. (GATT)..	18
	2. CONVENIOS BILATERALES DE LA INDUSTRIA TEXTIL.....	29
	3. ESTRATEGIAS COMERCIALES.....	35
VII	RESULTADOS Y ANALISIS DEL CUESTIONARIO.....	45
VIII	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	50-54

ANEXOS

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación tiene como fin dar un panorama de la situación actual de la Industria Textil.

Tomando como base la política de apertura comercial que nuestras autoridades implantaron en el año de 1986 en respuesta a las presiones exteriores en materia económica, (acuerdos económicos con el Fondo Monetario Internacional) presiones que culminaron finalmente con la entrada de México al Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT). Máximo organismo comercial internacional ya que el 80% del comercio mundial se realiza en su seno.

Esta apertura comercial:

- ¿Qué beneficios trajo para nuestro país?
- ¿Qué nuevas perspectivas se presentan ante este hecho?
y en contraposición;
- ¿Cuáles fueron las consecuencias para la Industria Textil?

Estas interrogantes fueron las que nos movieron a realizar esta investigación que ponemos a su disposición.

En el sentido microeconómico la Industria Textil está realizando programas para evitar que el ingreso de México al GATT le perjudique y en el peor de los casos le obligue a cerrar sus plantas productivas, estas estrategia comerciales le permitiran en un mediano plazo una recuperación del mercado interno y un repunte en las exportaciones Textiles, cuyas divisas sin duda beneficiaran a nuestra economía en general.

Se estudiaron aquellos aspectos que a nuestro juicio son los más importantes para la producción en una fábrica.

La tecnología juega un papel muy importante al momento de producir porque nos determinará la dinámica de la producción y los volúmenes o unidades que se fabricaran, es lógico suponer que entre más antigua sea una maquinaria - producirá menos y necesitará mayor mantenimiento y viceversa si es nueva producirá mejor y en cantidades mayores.

El financiamiento de las empresas será observado solamente detectando las fuentes de él y se formularan sugerencias para tener acceso a otro tipo de planes.

Al personal se le estudia desde el punto de vista eficiencia, donde su desenvolvimiento será de vital importancia para que se logre una buena producción.

Las estrategias comerciales por ser de vital importancia en la comercialización de un producto se enuncian y se describen algunas innovaciones en este aspecto sin duda importante para todo fabricante.

También se analiza la situación económica del país remontándonos a las pasadas crisis económicas, se hace una descripción de su incidencia en la Industria Textil y por último mencionamos algunas perspectivas del futuro económico de México.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Valorar las ventajas y desventajas para la industria textil, ante la adhesión de México al GATT.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- a) Analizar la actual situación de la industria textil ante el ingreso de México al GATT.
- b) Conocer las ventajas y desventajas de acuerdo a los - convenios comerciales, firmados con la comunidad mundial (GATT, Acuerdo Multifibras).
- c) Conocer la estrategias comerciales de la industria textil exportadora.
- d) Identificar las necesidades de estímulos y financiamiento que la industria textil requiere a nivel nacional.

HIPOTESIS

- H-1 El ingreso de México al GATT ha propiciado el incremento de las exportaciones de la industria textil.
- H-0 El ingreso de México al GATT no ha incrementado las exportaciones de la industria textil.
- H-2 El ingreso de México al GATT ha ocasionado la quiebra de pequeñas y medianas empresas de la industria textil.
- H-0 El ingreso de México al GATT no ha ocasionado la quiebra de pequeñas y medianas empresas - textiles.

DEFINICION DE VARIABLES

VARIABLE PENDIENTE

Ventajas y desventajas que ha tenido la industria textil nacional con la adhesión de México al GATT.

VARIABLES INDEPENDIENTES

- a) Financiamiento de la Industria Textil.
- b) Desarrollo tecnológico.
- c) Calidad.
- d) Publicidad.
- e) Costos.
- f) Precio.
- g) Competencia interna y externa.
- h) Situación económica de México.
- i) GATT.
- j) Otros acuerdos bilaterales.

DISEÑO DE LA MUESTRA

Para la obtención de la muestra, se designarán los valores de probabilidad de éxito y fracase de .5 para determinar la muestra, tomando en cuenta los eventos que puedan surgir al realizar la entrevista. Se designo un error del 10% para que exista la posibilidad de que la información sea exacta.

Por lo tanto según datos estadísticos proporcionados por CANAINTEX, son 988 las empresas que exportan y que forman nuestro universo y del que retomamos una muestra de 32 empresas, que es el resultado que nos da la siguiente formula:

$$n = \frac{r^2 (N) p \cdot q}{e^2 (N-1) + r^2 \cdot p \cdot q}$$

U. Conf.
U
Ext.
Frac.
Error muestral

r^2 = Nivel de Confianza .90

N = Empresas Exportadoras 988

p = Probabilidad de éxito .5

q = Probabilidad de fracaso .5

e^2 = Error Muestral .10

$$\frac{(.90)^2 (988) (.5) (.5)}{(.10)^2 (987) + (.90)^2 (.5) (.5)} = \frac{322.3}{9.87 + .202} = \frac{32.3}{10.72}$$

$$= 32.07$$

SITUACION ECONOMICA DE MEXICO

(1974-1981)

En este período la economía nacional tuvo como principal problema un alto índice inflacionario que se ubicó en un - 31.4% como promedio, esta presión inflacionaria tuvo como repercusión una devaluación del peso en un porcentaje del 27.7%.

El sector externo en materia de exportaciones creció modestamente pero incluyendo las exportaciones petroleras, - mientras que las importaciones se redujeron en un 2.6% esto se debió a la aparición del "nuevo proteccionismo". (Es importante hacer notar que el desarrollo de las exportaciones en México es promovido por las empresas extranjeras - que manufacturan bienes de consumo duradero y alrededor de las dos terceras partes de los bienes de capital e intermedios; solo un número reducido de estas grandes empresas - realiza la mayor parte de las exportaciones).

Se redujo el mercado de trabajo y de esta forma se empiezan a sentir los primeros síntomas de recesión ya que disminuye el poder adquisitivo de los salarios.

SITUACION ECONOMICA DE MEXICO

(1982-1986)

El 12 de agosto de 1982, México declaró una moratoria - temporal sobre el servicio de la Deuda Externa. La suspensión de los pagos ocurridos en un marco de inflación acelerada, caída del PIB fuga de capitales y se requería de un

refinanciamiento para la deuda externa en un porcentaje - cercano a la mitad del total de la misma, aunado esto con desequilibrios macroeconómicos agudos por parte de la economía nacional (son indicadores de que nuestro país se enfrentaba a la peor rescisión desde la postguerra).

La industria textil no fué ajena a esta situación ya que tiene una variación negativa en su participación del PIB, con respecto a 1981 del orden del -6.7% así al instalarse el nuevo gobierno, se concentraron acuerdos financieros con el Fondo Monetario Internacional (FMI) y se implementó un programa de ajuste que completaba tres fases:

- 1.- Se previó una recuperación económica que conseguiría alcanzar la capacidad de crecimiento que había registrado antes de este período instaurando una política económica restrictiva corrigiendo los precios relativos en 1983.
- 2.- Ajuste gradual durante 1984 y 1985.
- 3.- Un crecimiento sostenido de 1986 en adelante.

En 1983 el choque en materia de política restrictiva tenía como objetivos un crecimiento del PIB real, una disminución de la tasa de inflación y un equilibrio de la cuenta corriente en la balanza de pagos, sin embargo no se obtuvieron los resultados esperados ya que el crecimiento del producto real exhibió un ritmo menor al esperado y con respecto al ramo Textil no siguió la tendencia de la industria ya que no tuvo nuevamente un decremento esta vez del -2.8% de participación al PIB y el superávit de la cuenta corriente, que originalmente superó el valor presupuestado fué gradualmente eliminado. La reducción en el déficit fis

cal nominal fue alcanzada en ese año, pero posteriormente fue creciendo más de lo planeado.

En 1984 la economía nacional alcanza una ligera recuperación en todos los ámbitos y en especial la industria textil crece hasta ubicarla en el 3.9% de participación del PIB, y se llegó a 1985 con optimismo y se interpretó esto como un signo de que México estaba saliendo de la crisis y entraba a un período de recuperación a mediano plazo.

El gobierno abandonó la estrategia de ajuste gradual e hizo un giro hacia una política económica más restrictiva que desencadenó una fuga de capitales ya que se devaluó el tipo de cambio, se incrementaron las tasas de intereses y se efectuaron recortes presupuestales más profundos, al mismo tiempo que se comenzaba a liberalizar el comercio, con la política de apertura hacia el exterior.

Todos estos cambios tuvieron resultados negativos:

- a) Aumentó la tasa de inflación.
- b) La producción manufacturera que se encontraba en vías de recuperación y decayó pasando de un 6.0% de participación al PIB a un -5.7%. El sector textil también disminuyó hasta alcanzar un -4.4% (influyó en este aspecto el período de desaceleración de la economía a nivel mundial).
- c) La deuda externa se incrementó.

La balanza comercial no petrolera de mediados de 1984 a mediados de 1985 había disminuido en 266 millones de dólares, aumentó en 169 millones de dólares (mmd) al terminar 1985.

Por todo lo anterior podemos señalar que después de que se le había señalado a 1985 como en el año en el que comenzaría a crecer el país en forma sostenida, se transformó - después de los acontecimientos antes descritos en uno de los años más rescesivos al grado de que se propuso el pago de servicios de la deuda externa por la cantidad de 900 - mmd.

El FMI suspendió los créditos que se tenían previstos y declaró al país en incumplimiento de los requerimientos - condicionales.

Los problemas de estos años fueron interpretados como - propios de un "sobre calentamiento" de la economía y para abatirla se diseñó otra política restrictiva para 1986, la cual tenía los mismos objetivos del plan instrumentado en 1983 que era el de generar un superávit en la cuenta corriente no factorial, suficiente para pagar las obligaciones de la deuda externa (intereses y amortizaciones) y así incrementar el nivel de las reservas internacionales. Se - esperaba por lo tanto una disminución de la inflación en un promedio de 5.2 puntos porcentuales, un aumento del PIB del 5.5 % junto con una devaluación del tipo de cambio del 12% real.

Esta política económica entrañaba en si misma un pacto - rescesivo.

En 1986 se derrumban los precios del petróleo a nivel - mundial y de esa forma México deja de recibir por ese concepto una cantidad variable de entre 6.4 y 8.3 mil millones de dolares (mmd). Lo que repercute en el fracazo del -

plan instrumentado para ese año.

El crecimiento económico se derrumbo en un -3.8%, la inflación continuó acelerandose hasta llegar a 106% anual y los salarios mínimos reales cayeron al -10.4% en promedio con relación a 1985. La cuenta corriente llegó a déficit - de 1.3 mmd.

Se puede decir que la caída del PIB se debió a:

- 1) La disminución del gasto en consumo privado.
- 2) El decremento en la formación bruta del capital.
- 3) A la caída de los precios del petróleo.

Aún cuando hubo un crecimiento del 25% de las exportaciones no petroleras pero esto sólo reflejaba los efectos de la devaluación real de 1986, que no influyó significativamente para contrarrestar los efectos negativos de la caída del consumo, de la inversión y de las exportaciones del petróleo.

Disminuye el poder de adquisición de la población debido al aumento del desempleo; otro factor fue el alza de las tasas de intereses, a las restricciones crediticias y a una baja del salario real.

La crisis de 1986 tiene un matiz diferente a la de 1982 porque se debió a causas externas y porque al renegociar la deuda externa sólo se propuso relacionar el pago de los intereses de la deuda a la capacidad de pago del país motivo por el cual puede calificarse ésta como una renegociación positiva, ya que entro en funcionamiento un nuevo instrumento que sirvió para aligurar el peso de la deuda através de operaciones de canje SWAPS donde las compañías ex -

tranjeras compran en el mercado secundario internacional - de deuda externa parte de la deuda de México, para luego - cambiarla por participaciones en empresas mexicanas. Este programa tiene dos ventajas ya que reducen el nivel de la deuda externa y aumenta la inversión extranjera directa, las empresas nacionales tenían la misma opción y con esto se podría alentar la inversión y el retorno de capitales.

SITUACION ECONOMICA DE MEXICO (1987-1988)

En 1987 el gobierno federal planeó un crecimiento sostenido de nuestra economía, sin embargo este plan fracasó debido a que se frenó el crecimiento, a que no se recuperaron con la entrada de México al GATT las empresas, ya que resultó (en éste año y el siguiente) contraproducente la política de apertura comercial para la industria en general, los consumidores pudieron elegir entre productos nacionales e importados y compraron éstos últimos en consecuencia la balanza comercial tuvo un déficit del 0.8%.

La industria vió mermada sus utilidades y la inversión decayó al grado de que se presentó el fenómeno de la fuga de divisas.

La inflación siguió su tendencia a la alza ya que creció en 1987, 40% más con respecto al año anterior, y se ubicó en 105.7%.

El PIB principal indicador del crecimiento económico tuvo una ligera recuperación.

Los precios del petróleo siguieron cotizandose a precios bajos y se observó un déficit presupuestal fiscal, por lo que se pidieron préstamos al exterior.

En cuanto a la exportación se le dieron mayores estímulos e incentivos y se logró un crecimiento relativo, ya que en este rubro la subvaluación del peso jugó un papel determinante y podríamos decir que esta pequeña recuperación se debió a esto.

En 1988 se presenta una recesión que es causada principalmente por recortes del gasto público, caídas en los salarios reales y una disminución de la inversión a pesar de que hubo una caída en los precios del petróleo, se observó un crecimiento en las exportaciones del 16% con respecto a 1987 pero que finalmente casi fue anulado porque los precios del petróleo exportado bajaron un 22.3% con lo que el saldo de la balanza comercial siguió igual que en 1987, los bienes de consumo tuvieron un incremento del 150% y las de capital fue mayor al 53%, y esto representó una reactivación de las actividades exportadoras. La inflación de este año fue del 52% gracias al PSE.

La restricción de liquidez impuesta por el gobierno impuesta por el gobierno, ha permitido retirar más de tres billones de pesos de la circulación durante los dos meses del año. En febrero, el medio circulante sufrió una caída del 12.4% en términos reales

SITUACION ECONOMICA DE MEXICO (1989)

Dado que se considera que la actividad económica en México está estancada se formuló en este año un convenio con el FMI donde se establece un plan a mediano plazo con el fin de reestablecer el crecimiento económico, consolidar la estabilidad en los precios y promover una recuperación gradual del salario real.

Se propone una reducción significativa de transferencia de recursos al exterior que propiciará durante los próximos años flujos financieros congruentes con las metas de crecimiento económico de México.

Se propone también el fomento de la competitividad externa a través de un apoyo fiscal que propone otorgar incentivos a la inversión con una reducción gradual del impuesto sobre la renta hasta alcanzar niveles semejantes a los de otros países.

Otra medida de este plan es fomentar la inversión extranjera para que aumente la modernización de la planta industrial, y dismi-

nuir el desempleo en el contexto de la política de apertura de nuevos canales para la exportación.

La política comercial tiene como objeto consolidar una estructura de producción en la economía mexicana aunque actualmente menos del 20% del valor de las exportaciones esta sujeto a algún tipo de restricción cuantitativa.

Se propone el gobierno federal lograr un crecimiento del PIB de alrededor del 6% por año hasta que será alcanzado si se logra que haya un aumento de la inversión actual que compone el PIB en 27 veces al llegar a 1994.

Tambien resulta necesario que las transferencias al exterior con respecto al PIB disminuyan de un 6% a un 2% en el mismo lapso.

Otra meta es que con base al Pacto de Estabilidad y Crecimiento Económico (PECE), pacto sustituto del Pacto de Solidaridad Económica (PSE). La inflación baje hasta alcanzar un 18% anual.

Las autoridades mexicanas consideran que las políticas y medidas descritas en esta carta son adecuadas para lograr los objetivos del programa. No obstante, están dispuestas a adoptar medidas adicionales si fuera necesario.

MARCO TEORICO

En el presente nuestro país está siendo golpeado por la peor crisis económica de su historia moderna. Uno de los aspectos principales es el deterioro de las relaciones con el exterior, caracterizado fundamentalmente por el alto nivel de endeudamiento y la gradual baja de los precios del petróleo, que es el producto de exportación más importante. Esto ha propiciado que cada año se canalice una proporción considerable de los ingresos por exportaciones al servicio de la deuda externa, mermando los recursos utilizables para importaciones de tecnología y materia prima que México requiere para desarrollar su economía y aumentar el empleo. Para contrarrestar los efectos adversos que están resultando y captar la mayor cantidad de divisas posibles.

La Administración actual se ha propuesto en otras políticas complementarias, liberalizar el sector externo de la economía mexicana, esto está encaminado básicamente a fomentar y diversificar más ampliamente las ventas del exterior del sector no petrolero, con lo cual la controversia sobre la entrada de nuestro país al Acuerdo General Sobre Aranceles y Tarifas (GATT). Este trabajo tiene como propósito esencial dar una idea más clara de qué es en realidad el GATT, así como los posibles beneficios y costos que se derivan del ingreso de México al organismo.

Posteriormente, informaremos y orientaremos al lector sobre los principios y normas que regulan el comercio internacional de textiles; presentando en términos generales, el "Acuerdo Relativo al Convenio internacional de Textiles", en donde se establecen las nuevas bases de regulación, no sólo para productos textiles de algodón, sino también para productos elaborados con fibras de lana y sintéticos. Así como también una síntesis de los Convenios Bilaterales signados entre México y Estados Unidos de Norteamérica en materia de textiles cuyo objetivo es establecer las normas de comercio para textiles y en algunos casos, limitar el intercambio de productos considerados como sensibles para la industria norteamericana.

Así mismo, es importante conocer las Estrategias Comerciales que son utilizadas o deberían utilizar las empresas que participan en la industria textil.

Por todo lo anterior, a continuación se presenta el Marco Teórico de lo que es el GATT, los Acuerdos Bilaterales y las Estrategias Comerciales más utilizadas.

EL GATT

Objetivos y principios básicos del GATT

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) es un acuerdo intergubernamental, un trato multilateral de comercio que otorga derechos y establece obligaciones a los países asignatarios del mismo, en función de sus objetivos y principios.

*Objetivos del GATT

Los objetivos que persigue el GATT son los siguientes:

- 1.- Las relaciones comerciales y económicas deben enfocarse al logro de niveles de vida más altos.
- 2.- Fomentar el pleno empleo y un nivel cada vez mayor - del ingreso real y de la demanda efectiva.
- 3.- La completa utilización de los recursos mundiales.
- 4.- El incremento de la producción y de los intercambios de productos.*

Ahora bien, el cumplimiento de estos objetivos se realizan mediante la celebración de acuerdos entre sus partes contratantes, los cuales se basarán en: la reciprocidad y las ventajas mutuas, la reducción sustancial de los aranceles aduaneros y de otras barreras comerciales no arancelarias y la eliminación del trato discriminatorio en materia de comercio internacional.*

Principios básicos del GATT

- 1.- La no discriminación en el comercio: Este principio se basa en la "cláusula de la nación más favorecida",

es decir, "...cualquier ventaja, favor, privilegio o inmunidad concedido por una parte contratante a un producto originario de otro país o destinado a él, se rá concedido inmediatamente a todo producto similar originario de los territorios de todas las demás partes contratantes o a ellos destinado...".

Esta cláusula evita la discriminación comercial a terceros países porque los iguala en las ventas correspondientes. Todos los países miembros del GATT están obligados a su cumplimiento.

- 2.- La multilateralidad: que se instrumenta mediante el otorgamiento de las facilidades que los países se obligan a conceder a todos los demás firmantes, bajo el principio de la Nación más favorecida y mediante la seguridad de que cada parte contratante tiene el apoyo de las otras en esa pretensión.
- 3.- La protección exclusivamente por aranceles aduaneros: la protección que un país otorgue a su industria nacional se hará exclusivamente a través de aranceles aduaneros, sin recurrir a otro tipo de medidas restrictivas no arancelarias; lo anterior con el objeto de detectar el grado de protección otorgada y evitar la práctica del "dumping" o competencia desleal.
- 4.- La compensación por el retiro y disminución de las concesiones arancelarias otorgadas durante el curso de negociaciones comerciales efectuadas en el seno del Acuerdo, para restablecer el equilibrio en las condiciones negociadas y evitar el uso de medidas de

represalia que pudiera aplicar algún país por los aumentos en las restricciones que se le impusieran a sus mercancías para entrar a otro país.

- 5.- El procedimiento de consulta: las consultas para la aplicación de cualquier medida restrictiva del comercio por parte de algún país miembro en perjuicio de otro puede ser objeto de consultas previas entre los involucrados, con el fin de llevar a un acuerdo sobre los términos de las medidas restrictivas, o bien para obtener la compensación correspondiente.
- 6.- Fungir como Centro de Negociación: el Acuerdo General proporciona un marco dentro del cual los países miembros del mismo pueden establecer negociaciones comerciales multilaterales para la reducción de las barreras arancelarias y no arancelarias.
- 7.- El intercambio equitativo: se refiere al mejoramiento del comercio de los países en vías de desarrollo.
- 8.- Las represalias: han sido estrictamente reglamentarias para instrumentarse únicamente después de haberse realizado consultas entre las partes en conflicto.
- 9.- Las excepciones: mediante las cuales se considera la posibilidad de no aplicar ciertas disposiciones a cualquiera de sus integrantes siempre y cuando fuese necesario para el cumplimiento de los objetivos generales del Acuerdo General.

Se han celebrado diferentes Rondas de Negociaciones: la

primera en Ginebra, Suiza, en el año de 1947; la segunda en Annecy, Francia, en 1949; la tercera en Torcuay, Reino Unido, en 1951; la cuarta en Ginebra, Suiza, también en 1960 y 1961, llamada la "Ronda Dilton"; la sexta en Ginebra, Suiza, denominada "Ronda Kennedy"; en 1964-1967 y la séptima en Tokio, Japón, en 1973-1979, conocida como la "Ronda Tokio".

En las cuatro primeras rondas las negociaciones arancelarias se hicieron bilateralmente. Al término, se incluían en el Acuerdo General a partir de la Ronda Dilton el procedimiento se convirtió en multilateral, proponiéndose reducciones que se generalizaban, o también líneas arancelarias de productos terminados.

En 1964, ante las fuertes presiones los países en desarrollo y la necesidad de tener un foro para plantear y resolver sus problemas de un trato más equitativo y equilibrado en su comercio, se convocó a la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), donde participaron 100 países.

El GATT aceptó, en junio de 1971, que los países desarrollados pudieran conceder preferencia a los países en desarrollo, de acuerdo a un sistema de preferencias generalizadas y no recíprocas.

La idea de un Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) la obtuvieron los países en desarrollo en 1969 en el seno de la UNCTAD.

En la Ronda Tokio, se obtuvieron tres acuerdos: el pri-

mero, reducción del nivel arancelario entre 30 y 35% en productos agrícolas e industriales; el segundo, la elaboración de una serie de acuerdos códigos de conducta, relacionados a la interpretación y aplicación de algunos artículos del GATT tales como subsidios y de hecho compensatorio, valoración aduanera, compras del sector público, etc. y el tercero, la elaboración de un aduenado sistema multilateral de salvaguardias.

Hasta ~~1973~~ se consideró que el ingreso de México al Acuerdo General no era conveniente por las siguientes razones:

- a) Los precios oficiales de importación establecidos para la determinación y cobros de impuestos, sólo podían ser modificados mediante un acuerdo previo con las partes contratantes del GATT.
- b) Se afectaría la política interna de México sobre el control de precios de ciertos productos importados.
- c) La eliminación de restricciones cuantitativas no era congruente con la política que se tenía establecida.
- d) La pérdida de flexibilidad que México había mantenido en la estructura de sus aranceles al aplicar la "Cláusula de la Nación más favorecida".
- e) México sostenía la mayor parte de su comercio con los Estados Unidos y debido a que se tenía un CONVENIO COMERCIAL con ese país, se consideraba que México no necesitaba adherirse al Acuerdo General.

El artículo XXXIII, del Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles Aduaneros establece: "Todo gobierno que no -

sea parte del presente acuerdo o todo gobierno que obre - en nombre de un territorio distinto que disfrute de completa autonomía en la dirección de sus relaciones comerciales exteriores y en las demás cuestiones tratadas en el presente Acuerdo, podrá acceder a él en su propio nombre o en el dicho territorio. En las condiciones que fijen dicho territorio y las partes contratantes. Las decisiones a las que se refiere este párrafo las adoptarán las partes contratantes por mayoría de los dos tercios".

Por lo tanto cuando un Estado decide adherirse al Acuerdo General, determina un marco económico y jurídico de - acuerdo con sus características, para su aplicación.

El procedimiento para que un país considere la posibilidad de adherirse al GATT se realiza por lo general en dos etapas: En la primera de ellas, el país solicitante elabora un "Protocolo de Adhesión", que es el documento donde se establece el marco económico y jurídico donde se establecen los derechos y obligaciones que se deriván del ingreso del país en cuestión; mismo que es discutido por un grupo de trabajo. Posteriormente en la segunda etapa se - realiza la negociación de las listas de concesiones arancelarias pertinentes.

A partir de 1973, México adoptó una serie de medidas - tendientes a modernizar sus políticas comerciales para hacerlas compatibles con las disposiciones del Acuerdo General, pero es hasta 1979 cuando se conoció a través del - "Procolo de Adhesión", las condiciones bajo las cuales México podría acceder al GATT y cual sería la serie de con-

secciones a la que estaría obligado.

Los principios básicos que se establecieron para la -- adhesión de México fueron los siguientes:

- 1.- México se considera como un país en desarrollo.
- 2.- México continuará aplicando con plenitud sus políticas de desarrollo político, económico y social.
- 3.- México debe tener flexibilidad para la regulación de sus importaciones.
- 4.- México necesita proteger su sector agrícola.
- 5.- El desarrollo industrial de México se debe promover conforme a las propias políticas internas del país.
- 6.- México conservará plena vigencia de sus ordenamientos jurídicos.

En la actualidad México es miembro de este organismo pero esto no solucionará todos los problemas de la economía nacional, ya que las ventajas que proporciona sólo serán aprovechadas por aquellas empresas que cuenten con la infraestructura necesaria para desarrollarse dentro del sector productivo.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL GATT

El GATT representa varias ventajas para las empresas - que se dedican a la exportación y para las factorías que desean crecer:

- 1a.- Las exportaciones de los países miembros tienen un e amplio mercado no descriminado y seguro con la posibilidad de integrarse al 85% del comercio internacional.
- 2a.- Las exportaciones tienen un tratamiento arancelario prefijado, sin modificaciones lo que permite planear a mediano y largo plazo las producciones exportables.
- 3a.- En lo que respecta a las importaciones estas se introducen en su mercado con precios y costos internacionalmente razonables, esto beneficia a la población consumidora interna.
- 4a.- Las exportaciones manufactureras generan divisas que no estan sujetas al vaiven del mercado.

*Las desventajas del ingreso al GATT para México son severas debido a que se contaba con una planta productiva - altamente protegida y que no implementó un programa gradual para hacerla eficiente y de esa manera prepararla para competir con los productos importados que cuentan con alta calidad y un precio menor. Estas son:

- 1a.- El ingreso de México al GATT, repercutió de manera - negativa en la pequeña y mediana industria, por lo que varias de estas, tendieron a desaparecer, debido a que cuentan con maquinaria obsoleta e ineficiente para su producción.

- 2a.- La importación masiva de productos al mercado interno repercute en las ventajas de las empresas que ven mermados sus intereses y se ven obligados a reducir su producción.
- 3a.- Existe un apoderamiento de la planta industrial nacional por parte de capital extranjero.
- 4a.- Implantación de nuevas tecnologías de producción que consecuentemente aumentan el desempleo del país. ➤

ACUERDO RELATIVO AL CONVENIO INTERNACIONAL DE LOS TEXTILES

Debido a la importancia del sector textil en la economía de los países y de sus repercusiones en el empleo, este sector es altamente sensible, por lo que existe la tendencia a nivel internacional, de establecer barreras al comercio exterior.

A efecto de organizar e imprimir una mayor fluidez en el comercio mundial de textiles, así como impedir la proliferación de restricciones cuantitativas, en la década de los 60's, los principales países importadores y exportadores - inician procesos internacionales de negociación que se concretan en distintos acuerdos, como es el caso de los " - "Acuerdos de Corto y Largo Plazo sobre Textiles" cuyo objetivo fue el regular el comercio de productos de algodón.

Bajo auspicios del GATT, el 20 de diciembre de 1973 se firmó "El Acuerdo Relativo al Convenio Internacional de - los Textiles", conocido como "El Acuerdo Multifibras" - (AMF). En éste se establecen las nuevas bases de regulación no sólo para productos textiles de algodón, sino también - para productos elaborados con fibras de lana y sintéticos, en virtud del creciente auge que para entonces habían alcanzado en el mercado internacional.

Con el establecimiento del A.M.F., se ha pretendido expandir el comercio vía una liberación progresiva del mercado de textiles; asegurar un desarrollo ordenado y equitativo del mismo evitar los efectos desorganizadores en los -

distintos mercados y ramas de producción; así como fomentar al desarrollo económico y social de los países en vías de desarrollo.

En la actualidad, 43 países son signatarios del Acuerdo Multifibras y su comercio representa el 48% del comercio mundial textil y de prendas de vestir; el 52% se lleva a cabo entre países fuera del Acuerdo así como entre estos y no signatarios.

CONVENIOS BILATERALES MEXICO/ESTADOS
UNIDOS EN MATERIA DE TEXTILES

En el marco de los principios y Normas del Acuerdo Multifibras, nuestro país tiene celebrados convenios con Estados Unidos y la Comunidad Económica Europea.

México ha signado 5 Convenios Bilaterales con los Estados Unidos. Estos instrumentos han presentado diversas modalidades en el tiempo; sin embargo, su objetivo permanente ha sido establecer las normas de comercio para textiles y en algunos casos, limitar el intercambio de productos considerados como sensibles para la industria norteamericana.

En el período 1967 y 1975, se reguló exclusivamente la exportación de textiles de algodón. A partir de ese año se amplía la cobertura a productos de fibras de lana y sintéticos.

Los artículos exportables se clasifican en grupos y categorías, y los cupos en yardas cuadradas, libras o docenas, se convierten factores de conversión para establecer su equivalencia y así contar con un común denominador como medida. En 1967, se controlaban 64 productos, actualmente el número asciende a 131.

Para administrar y controlar las exportaciones, se implanta el sistema de visas. Las artesanías quedan exentas del esquema de cuota y para su exportación se requiere del certificado de producto artesanal.

QUINTO CONVENIO BILATERAL
MEXICO-ESTADOS UNIDOS EN MATERIA
DE TEXTILES.

Principales Características.

El nuevo Acuerdo tendrá una duración del 1o. de enero de 1988 al 31 de diciembre de 1991. Previéndose una revisión mayor en junio de 1989, a efecto de permitir a las administraciones de ambos países el ajuste, en su caso, del convenio con base a las corrientes de comercio vigentes.

La cobertura del Convenio se mantiene para productos de fibras de algodón, lana y sintéticas. Se encuentra dividido en 4 grupos y 131 categorías. Está negociado, en atención a la nomenclatura establecida en el Código del Sistema Armonizado. La recla

sificación que se origine al pasar los productos del actual régimen al armonizado, no tendrá un efecto de deterioro en los niveles de acceso negociados.

En el nuevo Convenio, se establecen las bases para instrumentar el Sistema Espacial para 27 categorías de 75 que amparan prendas de vestir. Bajo este sistema se dará un tratamiento especial al ensamble de prendas con tela producida y cortada en los Estados Unidos.

Para el establecimiento del Sistema Especial, se acordaron aumentos sustanciales en los cupos de las categorías seleccionadas, pero bajo la modalidad de límites específicos, estableciendo sublímites para las exportaciones que utilicen tela de origen distinto al americano.

En consecuencia el exportador puede concurrir al mercado norteamericano bajo dos esquemas, el tradicional, utilizando tela de cualquier parte del mundo; y, el especial circunscrito a la utilización de tela fabricada y cortada en Estados Unidos.

A partir de 1989, el Convenio garantiza a las categorías bajo límites específicos, un crecimiento promedio anual de las exportaciones del 6%, independientemente de los ajustes que se puedan adicionar por las flexibilidades establecidas.

Hilos

Los aumentos en este grupo se registran fundamentalmente en el segmento de hilos sintéticos, y son del orden del 370%. Los aumentos para hilos de algodón y acrílico dos cabos fueron modestos 16 y 4% respectivamente.

Finalmente, se excluyen del Sistema de Cuotas, las exportaciones de hilos texturizados y se mantienen bajo el mecanismo de consulta 4 diferentes tipos de hilos dado el bajo nivel de exportación.

Tejidos

El acceso de la industria productora de telas, se incrementa en un 52% promedio con respecto a 1987. Considerando el grupo Telas, el crecimiento fue de 37.5%. Asimismo, se logra una mayor flexibilidad entre las distintas categorías que lo integran, a efecto de fortalecer las distintas corrientes de comercio que se registran en este grupo.

En cuanto al grupo "Otras Telas", se alcanza un crecimiento del 72%, lográndose los aumentos más importantes en tejido de punto y productos no tejidos.

En cuanto a mezclas de lana con otras fibras, se mantiene el mecanismo de caonsulta, a efecto de permitir a los exportadores - el desarrollo de sus mercados, garantizándole por lo menos un millón de yardas cuadradas.

Prendas de Vestir.

Los aumentos más importantes en este grupo, se registran en categorías en las cuales México tiene una mayor ventaja comparativa. Los principales crecimientos se tienen en categorías bajo régimen especial.

Se establecen las bases para aplicar el "Sistema Especial" - en 27 categorías de las 75 que clasifican a productos de la confección. En el resto del grupo, los incrementos son modestos y en algunos casos no se registra movimiento, lo cual obedece fundamentalmente a la falta de utilización de las cuotas.

Otras Manufacturas.

Bajo el grupo de otras manufacturas, concurre la industria textil, del vestido y la maquiladora. El nivel de crecimiento fue de 45%, destacándose los principales incrementos en cuerdas y piolas; cubiertas para calzado y otras manufacturas.

Se mantiene el 42% de las categorías, bajo el mecanismo de consulta; el 29% bajo el esquema de límite específico, con tasas de crecimiento hasta de 9%; y, el restante 29%, en un nivel mínimo de consulta sujeto a que nuestro país, con base a su corriente de comercio, demande mayor cuota. ✕

~~POLITICA DE ASIGNACION DE CUOTA TEXTIL.~~

- Como consecuencia de la gran demanda de cuota textil observada desde 1984 y con el propósito de asegurar la participación en el mercado norteamericano a los exportadores y en especial a los tradicionales, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial instrumentó la Política de Asignación de Cuota Textil.

Con esta política, se tiene como objetivo el optimizar la captación de divisas, a través de la saturación de los cupos establecidos en el convenio y la promoción de exportaciones en categorías de bajo nivel de utilización; así como el fomentar de manera selectiva la concurrencia de textiles destinados a segmentos de altos ingresos.

Se han establecido como criterios el grado de integración nacional; los volúmenes exportados en los últimos dos años; el mayor valor agregado; y la promoción de desarrollo regional en zonas de industrialización incipiente.

Para el calculo de la cuota anual; se toma el volumen promedio exportado por la empresa en los dos ultimos años, a éste se le aplica el porcentaje del grado de integración nacional costopartes. La suma de lo asignado por contenido nacional se deduce de la cuota total anual. El remanente se distribuye tomando en consideración, el porcentaje de participación de las empresas con respecto al total exportado.

Los resultados de este procedimiento se tomarán y al monto obtenido se le aplicará un factor de ponderación determinado por el promedio del valor agregado unitario de exportación. Por último, a la cifra obtenida se le aplicara nuevamente un factor de ponderación determinado por la localización de la industria. El resultado obtenido se constituye en la cuota a asignar para el año de 1988.

Las empresas interesadas en tener acceso a la cuota textil, deberán presentar sus programas de exportación anual en el mes señalado.

Ahora bien, una vez que la empresa haya sido notificada de su nivel de cuota tendrá que solicitar en la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial o sus delegaciones, la expedición de los sellos visa o sellos certificados, para lo cual deberán presentar original y copia de la o las facturas que amparen cada embarque con la descripción correcta de la mercancía y su categoría correspondiente.

CERTIFICADOS DE EXPORTACION
Y MUESTRAS COMERCIALES

1. En relación a las muestras comerciales sin valor comercial su envío no requiere de visa siempre y cuando:
 - a) Las facturas para estos embarques contengan la leyenda "muestra comercial" - "no negociable".
 - b) En la parte interior del artículo este escrito en forma indeleble la palabra "muestra".

La impresión deberá estar en color contrastante a la etiqueta del producto, cerca del país de origen en una pulgada o letras grandes y físicamente en un lugar del artículo.

- c) Los productos que son transparentes o que son difíciles de marcar, bikinis, blusas sin cuello, prendas transparentes o muy delgadas, etc., y para los cuales la impresión de "muestra comercial" es difícil, deberá seguir el siguiente lineamiento:

Las señales de marca no serán menores de 2 1/2 pulgadas conteniendo las palabras "muestras no es para venta" deberá sobresalir y estar pegado permanentemente al artículo cerrado, cerca de la etiqueta del país de origen.

- d) Las facturas o embarques deberán haber sido llenadas con la a notación solicitada en el parrafo a) y el articulo marcado de acuerdo con lo, señalado en el punto b) y C) arriba señalados, antes de su importación en U.S. Al importador no se le permitirá cubrir este requisito despues de la importación.
2. De la misma manera los embarques personales no requerirán de visa. Para calificar un embarque como personal, el producto - deberá ser de uso personal o para la casa del importador (incluyendo regalos) y no para reventa, venta o comisión.
3. En relación a los certificados de exportación quedan vigentes 3 tipos de certificación en el Combenio Bilateral México-Estados Unidos en materia de textiles y son:
 - a. Telas de la industria artesanal tejidas en telares manuales - cuya descripción en el sello equivale a "Hand Loomed Fabric".
 - b. Productos artesanales textiles del folklore tradicional descripción "Tradicional Folklore Handicraft Textile Products", "Cha

rrero", "Blusa de punto de cruz", "Blusa Oaxaca", "Jorongo", -
"Mestiza" entre otros, según Federal Register 23-VI-1981.

- c. Productos de la industria artesanal tejidos a mano semejantes a las telas de telares manuales y cuya descripción es "Handma
de Cottage Industry Products Made of Handloomed Fabric".

Los certificados de Exportación deberán ser solicitados, tramitados y expedidos en las mismas oficinas de su delegación. El interesado deberá presentar factura original y 2 copias reservado una copia la delegación y la restante para ser enviada a la Dirección General de la Industria Química y Bienes de Consumo. *X*

LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES

Toda empresa que compite en un sector industrial posee una estrategia competitiva, ya sea explícita ó implícita. Esta estrategia pudo haber sido desarrollada explícitamente mediante un proceso de planeación ó pudo haberse originado en forma implícita a través de la actividad agregada de los diferentes departamentos funcionales de la empresa .

La importancia que actualmente se da a la planeación estratégica de la empresa, refleja el hecho de que existen beneficios significativos por obtener mediante un proceso explícito de formulación y una estrategia, para asegurar que por lo menos las políticas (si no las acciones) de los departamentos estén coordinadas y dirigidas a un grupo de objetivos comunes.

Dentro de este capítulo se pasará a describir los diferentes tipos de estrategias que confrontan las empresas que compiten en el sector industrial.

Por lo tanto se analizará la estrategia empresarial que comprende la formulación e implantación de la misma; y al mismo tiempo se analizará la estrategia comercial que es un factor determinante en los resultados de la empresa.

La estrategia competitiva que puede ser una acción ofensiva ó una defensiva, comprende varias alternativas entre las que se encuentran :

- Cambios en la posición relativa de los sustitutos.
- Penetración del grupo cliente.
- Conocimiento de los competidores.
- Competencia internacional, etc.

También se analizará la integración Vertical y Horizontal, en donde cada una de éstas, está diseñada para ayudar a una empresa a que tome decisiones clave para el mejor funcionamiento de la misma.

Para que el lector tenga un enfoque general de lo que es la estrategia global se menciona un ejemplo para todas las industrias en general, y así poder discernir de todas las demás estrategias.

Este capítulo presenta una estructura para el análisis de los sectores industriales y su futura evolución, para entender a la competencia y su propia posición y, así el lector obtendrá un conocimiento global para enfrentarse a un problema de estrategia en particular.

Definición de Estrategia :

La palabra estrategia tiene una raíz griega, strategia, que significa táctica militar. Los tratadistas de dirección de empresas han intentado ajustar el concepto general de la palabra a los conceptos y operaciones empresariales, de éstos se han desprendido varias definiciones, una de ellas nos dice: " Es el modelo de los principales objetivos, metas, fines de las políticas y planes esenciales para alcanzarlos, definido de tal modo, que permita describir cuáles son los negocios que lleva adelante ó debería de llevar adelante la empresa y cuál es ó debería ser el tipo de empresas ".⁽¹⁾

Existen dos tipos de estrategias enfocadas a los negocios : La Estrategia Empresarial y la Estrategia Comercial.

Estrategia Empresarial.- Es el esquema de los objetivos y políticas que define la empresa y sus negocios, así como los planes de acción y presupuestos para completarlos en un plazo determinado.²

Según Kenneth R. Andrews la estrategia empresarial comprende dos fases : ⁽²⁾

1.- Formulación de la estrategia.

- a) Identificación de riesgos y oportunidades.
- b) Determinación de recursos materiales, técnicos, financieros y de Dirección de Empresas.
- c) Valores personales : Aspiraciones de la alta gerencia.
- d) Aportación de empresas a la sociedad.

2.- Implantación de la estrategia.

- a) Organización de la estructura y sus relaciones.
 - División de trabajo.
 - Coordinación de responsabilidades.
 - Sistema de Información.
- b) Procesos organizativos y de comportamiento.
 - Sistema de motivación e incentivos.
 - Sistemas de control de personal selección y desarrollo.
 - Estándares y medidas (Normalización)
- c) Capacitación de la alta dirección.

Estrategia Comercial .- Peter Drucker lo define como " La empresa en su conjunto considerada desde el punto de vista del resultado final, es decir, desde el punto de vista del cliente ".³

Es a su vez el análisis de las condiciones de mercado, las situaciones competitivas, ventajas y desventajas para lanzar un producto y los recursos materiales y financieros con los que se cuenta.

La Estrategia Comercial es un factor determinante en los resultados de la empresa y éxito de la misma.

Otra definición nos señala que Estrategia Comercial es :

" El proceso de descubrimiento de las necesidades ó deseos (físicos, intelectuales, emocionales) del mercado, de su materialización en productos, servicios e imágenes y de conversión de la demanda latente de éstos, es una respuesta determinada que puede

revestir diversas formas como cambios de actitud, compras, contribuciones, etc. ⁴

Las Estrategias Comerciales son :

- 1) Segmentación de mercado.
- 2) Combinación de factores comerciales.
- 3) Producto - Mercado.
- 4) Posicionamiento del producto.
- 5) Lanzamiento de productos al mercado.

1) Segmentación de mercado.

La segmentación de mercado es la estrategia de dividir los mercados a fin de conquistarlos, requiere de una política dirigida a observar las diferencias geográficas y de cualquier otro tipo, en el ámbito del mercado global y la continua investigación de estas diferencias.

La segmentación del mercado es realizada para individualizar la clientela de la empresa, ya sea con respecto a un sólo producto ó a un conjunto homogéneo de productos, su división es la siguiente :

- a) Segmentación Territorial.
- b) Segmentación por canales de distribución.
- c) Segmentación por clases de clientes, volumen de ventas ó pedidos.
- d) Segmentación por clases de consumidores.

2) Combinación de factores comerciales.

Es una estrategia que conjunta todos los aspectos inherentes al producto como son sus propiedades físicas y psicológicas y sus características de envase, marca, distribución, precio, publicidad, promoción de ventas (venta directa e indirecta), y todas las variables que influyen en la preferencia del consumidor.

Existen actualmente dos tendencias diferentes de acuerdo al tipo de artículo que produzca la fábrica; aquellas empresas dedicadas a la fabricación de bienes de consumo, asignan recursos cada vez mas elevados a la publicidad, promoción y distribución, mientras que las factorías que manufacturan productos industriales se inclinan por financiar programas de investigación y desarrollo, ventas personales y servicios de posventa.

3) Producto - Mercado.

Se establece como estrategia porque se requiere de la elección de productos y mercados.

El producto es el resultado de las siguientes partes :

Su tecnología, sus materiales y su construcción (recursos tecnológicos, financieros y humanos), éstos asociados y organizaciones, darán como resultado la creación de un producto que será consumido de acuerdo a su rendimiento y a los servicios que con él se asocian (entrega, recambio de piezas, asistencia técnica de posventa, etc.). El producto puede ser un servicio, por lo tanto, no necesariamente hablamos de un ente físico.

Un producto tiene un objetivo definido, mismo que cuenta con tres aspectos : función que realiza, universo de consumidores servidos y las tecnologías empleadas para lograr las funciones del producto.

Por Mercado vamos a definir a los clientes actuales ó potenciales, mismas que pueden formar un mercado heterogéneo ó un número reducido de mercados homogéneos, de acuerdo a preferencias de compra y de productos.

La estrategia de producto-mercado es un planteamiento conjunto del producto y del mercado donde podemos identificar cuatro tipos de diseños estratégicos :

- Penetración de Mercados.
- Desarrollo de Mercados.
- Desarrollo del producto.
- Diversificación.

4) Posicionamiento del producto.

Es la estrategia que segmenta un mercado, buscando encontrar un sitio adecuado en el que el producto tenga más probabilidades de ser aceptado; se estudian las necesidades del consumidor y se adecúa el producto a éstas, para así lograr posesionarse de éste mercado de acuerdo a las demandas identificadas, éste es el enfoque tradicional.

Actualmente, por medio de la publicidad se desarrollan necesidades en los consumidores para productos ya creados, ó sólo se modifican tamaños, presentaciones y envases.

Podemos también decir que se trata de desarrollar los mercados, fraccionando las necesidades y deseos del consumidor.

5) Lanzamiento de productos al mercado.

Esta fase se inicia cuando un nuevo producto es distribuido por primera vez y se pone a la venta. La introducción se lleva bastante tiempo, y el crecimiento de las ventas tiende a ser lento. Algunas causas de crecimiento lento son: a) Rezagos en la expansión de la capacidad productiva; b) Problemas de naturaleza técnica (tiempo en que se tarda en resolver las dificultades; c) Lentitud con que se hace llegar el producto al público, en especial la tardanza en obtener adecuados canales de distribución al detalle; d) Remuencia de los clientes a cambiar sus patrones conductuales. En el caso de productos nuevos y caros, el crecimiento de ventas es lento por otros factores adicionales: el reducido número de los que pueden adoptarlo y adquirirlo.

En esta etapa, las utilidades son bajas o nulas debido a las ventas escasas y a los grandes gastos de distribución y promoción. Estos últimos son el desembolso más importante por necesitar un enorme esfuerzo promocional para dar a conocer un producto nuevo y desconocido, lograr así que el público pruebe el producto y garantizar la distribución en el comercio minorista.

ESTRATEGIA : GLOBALIZACION

Coca-Cola y las compañías internacionales de petróleo han estado haciendo esto por décadas. En los últimos años, han adoptado la estrategia de globalización agresiva más y más productores de artículos de consumo sencillos y productos de alta tecnología. Kenichi Ohmae argumenta que el decidirse a la globalización depende de las noticias de ayer : sólo el "cómo" es aún de interés.

Una globalización indiscriminada no es una estrategia sensible. Cuando el movimiento a la globalización ha comenzado, ó donde las condiciones ya son propias para alguien para hacer el primer movimiento, el mismo patrón de señales básico puede observarse :

Reduciendo diferencias entre los mercados nacionales. Las preferencias de los consumidores en todo el mundo van siendo más y más homogéneas así como mejor educación, ingresos más altos, mayor tiempo libre, más viajes internacionales y más intensivo intercambio de información crean un grupo social con estilos de vida comparables y patrones de comportamiento similares. El proceso de globalización se alimenta a sí mismo, en forma creciente los fabricantes de bienes industriales también están operando internacionalmente y sus proveedores en cambio deben encontrar especificaciones y estándares internacionales.

Oportunidades para economías substanciales de escala en el lado de abastecimiento. El efecto de la escala en los costos unitarios de fabricación es un fenómeno familiar.

Sin embargo, la tecnología y la reorganización de la producción ha hecho posible la fabricación de volúmenes más pequeños sin repercusiones en los costos.

Al mismo tiempo, la necesidad de enormes inversiones en equipo de producción y otras etapas del proceso de aumento de valor crean un incentivo poderoso para distribuir los costos sobre grande volúmenes.

Similares ventajas de escala pueden ser obtenidas explotando la fuerza de las corporaciones en todo el mundo. Las compañías electrónicas americanas han multiplicado los beneficios de la atmósfera innovadora y los recursos humanos del Valle del Silicio y de la Ruta 128 en Massachusetts. El mismo efecto es conseguido por Coca-Cola con su fórmula propia y su exitoso concepto de franquicia, por Mc Donalds y por Ikea, los cuales están aplicando exitosamente los conceptos de distribución en una escala global muy amplia.

La reducción en impuestos a los ~~ente~~ clientes y otras barreras de comercio ofrecen muchas oportunidades para los productos de "comercialidad mundial".

Hay importantes áreas de la industria donde los factores de globalización aún no han emergido, por ejemplo, materia prima industrial como cemento ó químicos básicos, algunos tipos de bienes capitales y la mayoría de la industria de procesamiento de alimentos.

Cuando comparamos la fuerza de los factores de globalización y las ventajas de la globalización contra la importancia de la adaptación local, cuatro tipos de negocios emergen :

- Negocios donde la fuerte adaptación local es inapropiada y las fuerzas de globalización pueden ser explotadas para gran ventaja. Estos son los negocios globales propiamente; las computadoras y electrónica doméstica pertenecen a ésta categoría .

- Negocios que requieren algún grado de adaptación local y donde la globalización de todas las funciones no ofrece ventajas competitivas decisivas, tales como equipo eléctrico. El mercado mundial para tal negocio multinacional está dividido en varias regiones con diferentes características de clientes. Muchos de los negocios globales de hoy comensaron con ésta estructura policéntrica. Por ejemplo, la fabricación de automóviles y motocicletas, electrónica doméstica y automatización de la producción.

- Negocios en los cuales, tanto los factores de globalización, como la necesidad para adaptación local son fuertes. Este grupo consiste principalmente de negocios que serían globales desde un punto de vista puramente económico si no fueran obligados por la Ley ó políticas de comercio del gobierno para adaptar sus productos. Las redes regionales de teléfono y sectores de la industria de armamentos son típicos ejemplos de tal negocio global.

- Negocios como procesamiento de alimentos y químicos básicos, en los cuales la fuerte adaptación local es decisiva para el éxito y/o no hay mayores argumentos en favor de la globalización. Estos son verdaderos negocios locales.

Cambios de largo alcance.

En respuesta a los nuevos patrones de competencia internacional, de las oportunidades de globalización, las soluciones que funcionaban bien en el pasado, pueden hoy ser muy malas e inútiles. De ésta forma el comportamiento de la inversión y mercado de la exitosa globalización contrasta mucho con los conceptos tradicionales europeos de desarrollo de productos ~~en~~ e introducción, presencia regional y estructura de organización.

Desarrollo del producto.

En la mayoría de los países europeos, el desarrollo de los productos ha sido tradicionalmente enfocado al mercado doméstico. La compañía NEC y otras compañías electrónicas japonesas actualmente están interesadas en tener sus propios laboratorios en los Estados Unidos, empleando científicos e ingenieros americanos. En el Valle del Silicio sólo, existen 6,000 gentes trabajando para una docena de compañías con matriz en Japón.

Hay, por supuesto, compañías cuyo país de origen (el "made in Germany") por ejemplo, es el único atributo competitivo importante, como sucede con el caso de los automóviles alemanes en los Estados Unidos. Pero un mercado basado en características específicas de un producto y valor alto de imagen, puede ser vulnerable. Sólo hace algunos años la industria alemana de herramientas y maquinaria se vió despojada por los competidores japoneses que ofrecían tecnología de control sofisticada y producción en serie de herramientas en favor del mercado.

RESULTADOS Y ANALISIS DEL CUESTIONARIO

1.- ¿ Los productos que exporta pueden competir con los de otros países en lo referente a ?

Los productos textiles mexicanos de exportación pueden competir por las siguientes características

Calidad	87 %	Novedad	45 %
Precio	68 %	Prestigio	24 %

2.- ¿ Con las cualidades antes mencionadas sus productos son aceptados en otros países sin obstáculos .?

El 93.75 % de los productos de las empresas exportadoras textiles son aceptados en el mercado internacional y solo el 6.25 % restante mostro tener obstaculos.

3.- ¿Cuál es el volumen de su producción anual ?

Deacuerdo a los datos proporcionados por las empresas exportadoras textiles deducimos que estan trabajando de un 80 a un 90 % de su capacidad instalada.

4.- ¿ Qué porcentaje de su producción exporta ?

Deacuerdo a los siguientes resultados se observa que existe la tendencia a exportar en un porcentaje del 10 al 30 %

El 37.5 % de las empresas, exporta del 10 al 30 % de su producción total anual.

El 56.25 % de estas exporta del 30 al 50 % de su producción total.

Y solo el 6.25 % exporta del 80 al 100 % de su producción.

5.- ¿ Su nivel de producción como se ha comportado en los dos últimos años . ?

Del total de las empresas

el 38.9 % consideran su producción estable en este periodo

el 38.9 % la ha aumentado

el 22.2 % disminuyó su producción en este lapso.

6.- ¿ El capital social de la empresa es de carácter . ?

El 72.2 % de las empresas se considera 100 % nacional y el 27 % tiene capital mixto (Nacional-Extranjero).

7.- ¿ Sus productos son competitivos a nivel nacional con los de importación . ?

El 83.3 de estas empresas si es competitivo y el 16.4 % no considera a sus productos competitivos.

8.- ¿ La demanda de sus productos en los dos últimos años que cambios ha tenido. ?

Para el 61.1 aumento su demanda y para el 22.2 % a permanecido estable y para el 16.7 % restante disminuyó.

9.- ¿ La maquinaria que tiene su empresa, cuántos años tiene ~~que la~~ -- adquirió. ?

El 35 % de las empresas cuentan con maquinaria de 1 a 10 años, un 30 % de 11 a 14 años, el 20 % de 15 a 20 años y el 15% es de 20 años o más.

10.- ¿ La compro nueva o de segunda mano ?

El 75% de las empresas compraron su maquinaria nueva y el otro 25% la compraron de segunda mano.

11.- ¿ Cómo clasifica la maquinaria de su empresa ?

El 88.9 % de las empresas cuentan con maquinaria moderna y el 11.1% cuentan con maquinaria avanzada .

12.- ¿ A qué se debe que su empresa no cuente con maquinaria avanzada ?

El 16.1% de las empresas no cuentan con maquinaria avanzada debido a los altos costos de ésta, el 44.4 % por falta de financiamiento y el 11.1% por otras causas.

13.- ¿ Cuenta con cursos de capacitación en caso de implantar nueva --
tecnología ?

Solo el 50% de las empresas que si tienen cursos de capacitación.

14.-¿ Dónde se imparten estos cursos ?

De las empresas que cuentan con cursos con capacitación el 38.4% los imparten particulares, el 23.1% capacita a su personal en la --
Camara Nacional de la Industria Textil, el Politecnico Nacional --
capacita al 7.7% y el 30.8 % los capacita en otros lados.

15.-¿ La importación de productos al país ha provocado cambios en su --
empresa, de que tipo ?

Se observaron cambios en la tecnología para el 38.8% , para el 33.3%
beneficios económicos, para otros el 33.3% ha bajado su economía y el
~~5.5% ha tenido cambios diversos.~~

16.- ¿ Actualmente ha tenido problemas de abastecimiento de materias
primas ?

Para el 50% si a traído problemas y para el otro 50% no ha tenido
problemas.

17.-¿ Cual es la causa de éste problema ?

Para el 46.1% ha sido la escasez de materia prima, otro 36.46%
opina que el problema es el alto costo de ellas y el 15.3% restan
te atribuye la inexistencia de esta.

18.-¿ Ha necesitado financiamiento en los dos ultimos años ?

El 88.9% de las factorias si ha necesitado financiamiento.

19.-¿ Cómo lo ha obtenido, a travez de que institución ?

A travez de Bancos el 68.9% , por pa

19.-¿ Cómo lo ha obtenido, a travez de que institución ?

A travez de Bancos el 88.9%, por parte de particulares y Secofi el 16.6% y otras instituciones el 5.5% .

20.-¿ Cómo clasifica la situación actual de su empresa ?

El análisis realizado muestra que el 45% de empresas esta en vias de desarrollo, el 35% es estable, y en crisis el 20% restante .

21.-¿ Ha efectuado recorte de personal en los dos ultimos años ?

Si = 33.3 % No = 66.7

22.- ¿ A que se debe el recorte de personal ?

De las empresas que hicieron recorte de personal el 75% lo atribuye al bajo nável de producción y el 12.5 al posible cierre de la empresa mientras que para el 5.5% restante manifiesta otras causas.

23.- ¿ Tiene perspectivas de modificación, la tecnología de la empresa?

Si = 61.1% No = 38.9%

24.- ¿ El personal de la empresa realiza sus labores con eficiencia ?

Si = 72.2% No = 27.8 %

25.- ¿ Las medidas económicas adaptadas por el gobierno han estimulado su producción ?

Si = 53.3% No = 47%

26.-¿ Cuáles son las estrategias comerciales, que actualmente lleva a cabo la mepresa, para hacerle frente a su competencia. ?

Han abierto nuevos canales de distribución en el extranjero el 50% de estas empresas , el 38.8% han buscado mejorar la calidad de sus productos de exportación, el 16.6% se a anunciado en un medio de comunicación masiva y el 44.4% ha ocupado otro tipo de estrategias .

27.- ¿

27.- ¿ Con las importaciones de productos textiles al mercado nacional, su producto sigue teniendo la misma demanda ?

Si = 64.8% No = 35.2%

28.- ¿ A qué atribuye estos cambios ?

Los cambios originados fueron los siguientes :

Mejor precio del producto extranjero 38.3%

Al crecimiento de la Industria Textil Nacional 22.2%

A una recesión del mercado nacional 16.7%

A una mejor calidad del producto extranjero 11.1%

Por otras causas el 16.2%

29.- ¿ Desde su punto de vista, se ha beneficiado la industria textil con la adhesión de México al Gatt ?

Si = 61.1% No = 38.9%

CONCLUSIONES

Con la entrada de México al GATT se han abierto nuevos canales de distribución en el extranjero y se han diversificado los mercados internacionales porque los productos mexicanos textiles que se exportan cuentan con una buena calidad y bajo precio, éstas son las características que se buscan en los mercados internacionales.

Según datos obtenidos en este estudio, la tecnología que utiliza la industria textil de exportación en más de la mitad de las fábricas, tiene una antigüedad menor a los 15 años por lo que se considera moderna. Actualmente existe una tendencia generalizada de sustituir los equipos de producción que resultan obsoletos por otros más avanzados pero su costo es un obstáculo para adquirirlos a corto plazo.

Estas empresas para poder crecer y mantenerse han buscado fuentes de financiamiento en la banca nacionalizada, SECOFI, y por parte de particulares; éstos han sido los instrumentos que han apoyado a esta industria de exportación.

Las empresas textiles que han depurado su maquinaria reciben como promoción la capacitación de su personal por parte de los fabricantes de éstas, mientras que otros cursos son impartidos en el interior de las empresas por particulares y por la CANAINTEX.

Se encontraron anomalías en el abasto de materia prima, principalmente porque se agotan las existencias o se valoran a precios altos en el mercado nacional, por lo

que algunas empresas han tenido que abastecerse en el extranjero aunque a precios altos, pero la buena calidad y variabilidad permiten obtener productos de mejor calidad que pueden competir en el mercado internacional. El GATT permite a las empresas nacionales tener acceso a los proveedores de materia prima del exterior.

Con base a los resultados obtenidos de esta investigación se comprueba la hipótesis # 1 que dice:

"El ingreso de México al GATT ha propiciado el incremento de las exportaciones de la industria textil".

Ya que se han ampliado nuevos canales de distribución en el mercado internacional para la exportación de productos mexicanos, también se ha tenido que implantar nueva tecnología en la planta productiva y realizar estudios tanto de mercado como de estrategias comerciales.

La hipótesis # 2 se cumple solamente en algunas empresas de la industria textil, ya que dice:

"El ingreso de México al GATT ha ocasionado la quiebra de pequeñas y medianas empresas textiles".

Esto se confirma dado que en nuestro país, algunas empresas no cuentan con una planta productiva que produzca con calidad y responda a las necesidades que se requieren para que puedan hacer frente a la competencia de productos de importación o para que puedan convertirse en empresas de exportación.

La mayor parte de la industria textil utiliza los tipos de estrategia comerciales mencionadas en el capítulo, lo que les permite conquistar mercados, definir el segmento

to de mercado al que se dirigen, así como para tener imagen de marca, dirigir su publicidad, promoción y distribución para que influyan en la preferencia del consumidor.

En la industria textil la gran variabilidad de productos que existen han ido mejorando, esto se debe a los adelantos tecnológicos con que cuenta la industria nacional y debido a las importaciones que se han dado en estos últimos años, ya que estos productos han tenido una gran demanda y con esto la industria textil se ha esforzado para hacer cambios en su tecnología para así poder competir con productos de importación y para que su economía no se vea afectada.

Por otra parte la situación por la que atravieza la industria se encuentra en vías de desarrollo, este es un factor muy importante para la estabilidad económica ya que pro medio de las exportaciones se incrementan las divisas y esto trae como consecuencia un adelanto para la nación, mucho de este adelanto se debe a que el gobierno ha procurado mantener constante la productividad y el desarrollo económico de dicho ramo.

En resumen, la industria textil ha aumentado sus exportaciones con la nueva apertura comercial, porque ha hecho uso de diversas estrategias comerciales, entre otras segmentación de mercado, promoción y publicidad, así como la obtención de nuevos clientes con base a recomendaciones de los actuales clientes, ya que también ha cuidado y mejorado la calidad del producto.

Aún cuando han aumentado las exportaciones no se han

aprovechado las ventajas que otorga un organismo comercial como lo es el GATT, porque no se ha tratado de desarrollar una estrategia donde las empresas dedicadas a trabajar con fibras sintéticas o artificiales, que son las que se han visto afectadas por la apertura comercial, puedan hacer frente a la calidad extranjera y a la vez poder incrementar su demanda, estabilizando así su economía y evitar la quiebra de estas empresas.

RECOMENDACIONES

- Existen importantes áreas de la industria en donde la estrategia de la globalización no se ha conocido y los gerentes necesitan entender que la globalización es una decisión en favor de cambios radicales en varias áreas ya que las preferencias de los consumidores de todo el mundo son cada vez más homogéneas con esta se crea una reducción de costos que beneficia a los clientes y esto trae consigo - oportunidades de demanda para los productos de comercialidad mundial.

- Para industriales que son mayoristas se les recomienda que tomen decisiones entre las cuales se encuentran: selección de mercado-meta, gama de los productos y servicios, fijación de precios, promoción y lugar. Debe tener constante asesoría en lo que a capacitación y administración se refiere ya que con esto contará con una mayor coordinación y serán más eficientes y eficaces.

- Las empresas que penetran en el mercado internacional tienen que observar:

- a) El ambiente de la mercadotecnia internacional, en particular el sistema comercial internacional.
- b) Evaluar las características económicas, político-legales y culturales, para penetrar a un mercado extranjero.

- La empresa textil no puede financiarse en la bolsa de valores porque en su mayoría son consideradas medianas y pequeñas, pero sugerimos que a nivel Cámara se organice una fusión de varias empresas que tengan actividades homo-

geneas y de manera científica y administrativa se valore - su rentabilidad y su crecimiento a mediano y largo plazo y se establezca con ésta evaluación una sociedad o grupo de empresas que por su capital común puedan entrar finalmente en la bolsa de valores.

Una vez adentro se sugiere que se contraten asesores financieros que puedan equilibrar la cantidad demandada - miento del grupo partiendo del costo del mercado de los re - cursos ajenos y los propios, en función de las expectati - vas de rendimiento de sus activos, lo que será posible del beneficio a obtener a partir de los precios de venta posi - bles y los costos de los artículos vendidos al exterior.

Se recomienda que a través de la Camara se realicen permanentemente investigaciones de mercado donde se identi - fiquen las necesidades de los consumidores así como los - gustos y preferencias de cada población nacional o extran - jera.

Esta investigación deberá de contener como base la es - trategia de globalización usada con éxito por las grandes corporaciones que poseen filiales a nivel mundial.

Esta estrategia puede ser utilizada por las induatrias mexicanas y como punto de partida se deben de formar alian - zas entre aquellos que tengan producciones homogeneas en - calidad, precio, diseño, etc., (no necesitan producir artíe - culos iguales, más bien diferentes artículos y en sus dis - tintas variedades).

Una vez que se identificó el mercado potencial se acu

dirá a él con la certeza de que estos artículos serán aceptados y así se podrá competir más aficientemente en los mercados internacionales.

Se hace un llamado al gobierno federal para que haga respetar uno de los principios del Gatt que pugna por no perjudicar a la economía de nuestro país y cierre las fronteras a la importación de ropa usada y de segunda ya que con esto se realiza una competencia desleal, y perjudica a la planta productiva de México y en especial a la industria textil.

Se recomienda que el sector textil se ligue a los Institutos que producen ciencias y tecnología (Centro de estudios avanzados, Institutos Tecnológicos y Universidades) y haga inversiones para desarrollar proyectos de investigación, con el fin de generar productos nuevos que le permitan fijar condiciones en el mercado internacional.

Esta propuesta pueden aprovecharla las pequeñas y medianas empresas dado que poseen una gran flexibilidad para modificar procesos productivos al mismo tiempo que se conviertan en una importante fuente de ideas y patentes y así dejarse ser solo proveedores de partes y componentes de artículos terminados.

Se debe de aprovechar la cercanía de nuestro país con Estados Unidos por ser este el mayor mercado potencial a nivel mundial, con estudios que logren detectar las necesidades de su población así como sus gustos y preferencias.

A Norteamérica también se le debe de aprovechar como trampolín para llegar a otros mercados como la Comunidad Económica Europea (CEE), la Cuenca del Pacífico y los demás países del Orbe. Dada la infraestructura con la cuenta este país en materia de comunicaciones.

Todo producto textil exportado debe llevar una marca mexicana que de preferencia se registre a nivel internacional, lo que permitirá que por las características del producto se abra mercado y a la vez se cree una imagen de marca cuyos beneficios son: la permanencia en el mercado y la garantía de calidad de los productos mexicanos.

1.- Los productos que exporta pueden competir con los de otros países en lo referente a:

Calidad	_____	87%
Precio	_____	68%
Novedad	_____	45%
Prestigio	_____	24%

2.- Con las cualidades antes mencionadas, sus productos son aceptados en otros países sin obstáculos:

Si	_____	93.75%
No	_____	6.25%

4.- ¿Qué porcentaje de su producción exporta?

10 a 30%	_____	37.5%
30 a 50%	_____	56.25%
80 a 100%	_____	6.25%

5.- Su nivel de producción como se ha comportado en los dos últimos años:

Estable	_____	38.9%
Disminuido	_____	22.2%
Aumento	_____	38.9%

6.- ¿El capital social de la empresa es de carácter?

Nacional-Extranjero	_____	27.8%
Nacional	_____	72.2%

7.- ¿Sus productos son competitivos a nivel nacional con los de importación?

Si	_____	83.6%
No	_____	16.4%

9.- La maquinaria que tiene su empresa, ¿cuántos años tiene que la adquirió?

1 a 10 años	_____	35%
11 a 14 años	_____	30%

15 a 20 años	20%
Más de 20 años	15%

10.- La compró nueva o de segunda mano?

Nueva	75%
De segunda mano	25%

11.- ¿Cómo clasifica a la maquinaria de su empresa?

Moderna	88.9%
Avanzada	11.1%

12.- ¿A qué se debe que su empresa no cuente con maquinaria moderna?

Falta de financiamiento	44.4%
Costos elevados	61.1%
Otras causas	11.11%

15.- ¿La importación de productos al país ha provocado cambios en su empresa, de qué tipo?

Beneficios economicos	33.3%
Cambios de tecnología	38.8%
Reducción de la emp.	16.6%
Baja en la econ. de emp.	33.3%
Otros	5.5%

18.- ¿Ha necesitado financiamiento en los dos últimos años?

Si	88.9%
No	11.1%

19.- ¿Cómo lo ha obtenido, a través de que Institución?

Bancos	83.3%
Particulares	16.6%
SECOFI	16.6%
Otros	5.5%

20.- ¿Cómo clasifica la situación actual de la empresa?

En vías de desarrollo	45%
-----------------------	-----

Estable	35%
En crisis	20%

21.- ¿A efectuado recorte de personal significativo en los dos últimos años?

Si	33.3%
No	66.7%

22.- ¿A qué se debe el recorte del personal?

Bajo nivel de produc. y vta.	75%
Posible cierre de la emp.	12.5%
otros	12.5%

23.- ¿Tiene perspectivas de modificación la tecnología de su empresa?

Si	61.1%
No	38.9%

24.- ¿El personal de la empresa realiza sus labores con eficiencia?

Si	72.2%
No	27.8%

25.- ¿Las medidas económicas adoptadas por el gobierno han estimulado su producción?

Si	53%
No	47%

26.- ¿Cuáles son las estrategias comerciales que actualmente lleva a cabo la empresa para hacerle frente a la competencia?

Servicio de agencias public.	16.6%
Mercado	50%
Publicidad	22.2%
Calidad	38.8%
otros	44.4%

27.- Con las importaciones de producto textiles al mercado nacional, su producto sigue teniendo la misma demanda?

Si _____ 64.8%

No _____ 35.2%

28.- ¿A qué atribuye estos cambios?

Crecimiento de la Ind. Tex. 22.2%

Calidad de produc. extranj. 11.1%

Menor precio de produc. ext. 38.8%

Recesión de mercado nac. 16.7%

Otros 16.7%

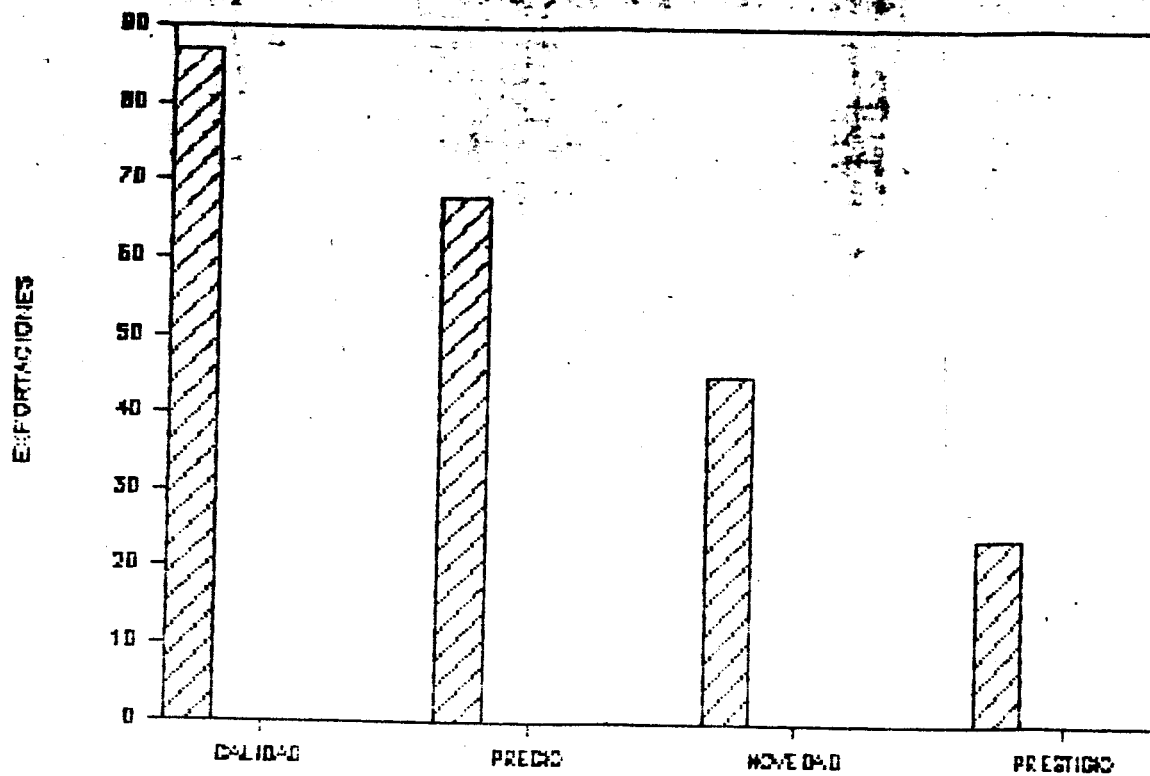
29.- Desde su punto de vista, se ha beneficiado la industria textil con la adhesión de México al GATT?

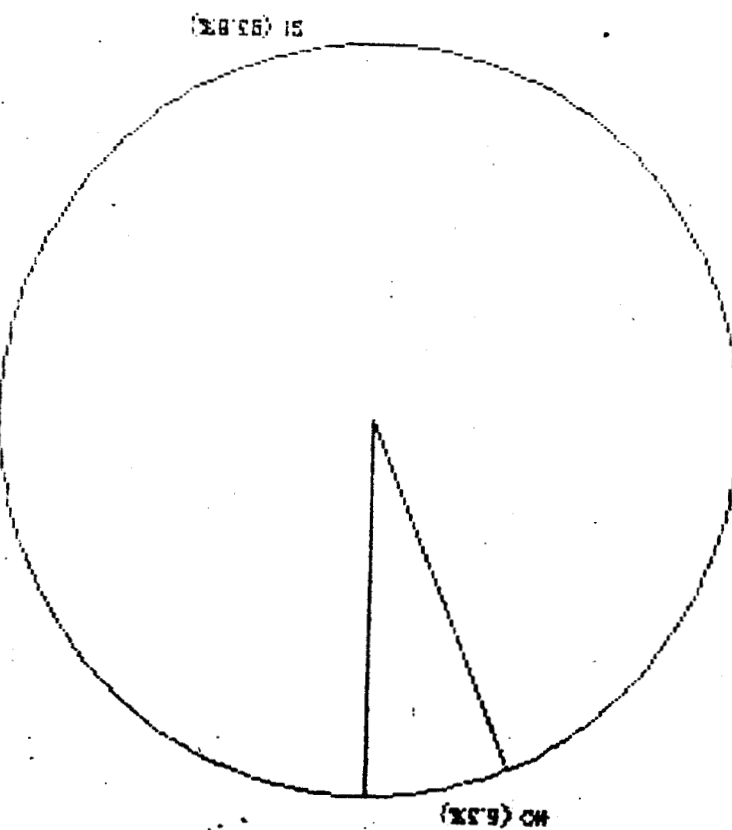
Si _____ 61.1%

No _____ 38.9%

REFERENCIA: PREGUNTA No. 1 DEL CUESTIONARIO.

NIVEL DE COMPETENCIA DE LOS PRODUCTOS



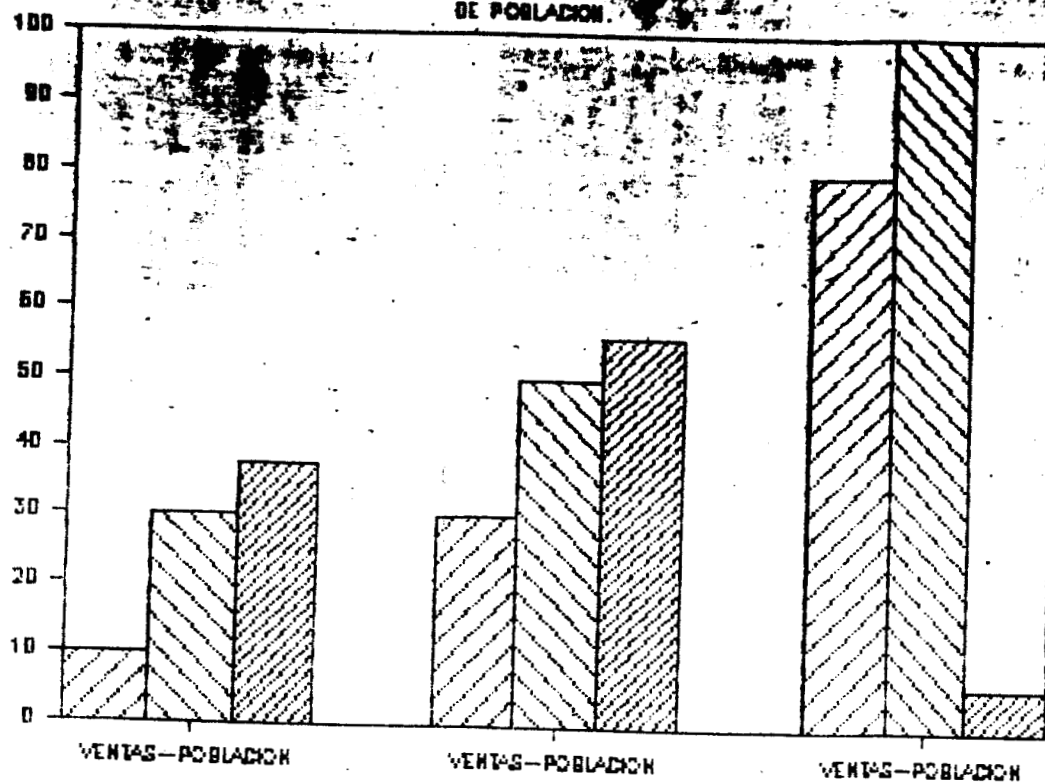


CUADROS DE LOS PRODUCTOS

REFERENCIA: PREGUNTA No. 2 DEL CUESTIONARIO.

REFERENCIA: PREGUNTA No. 4 DEL CUESTIONARIO.

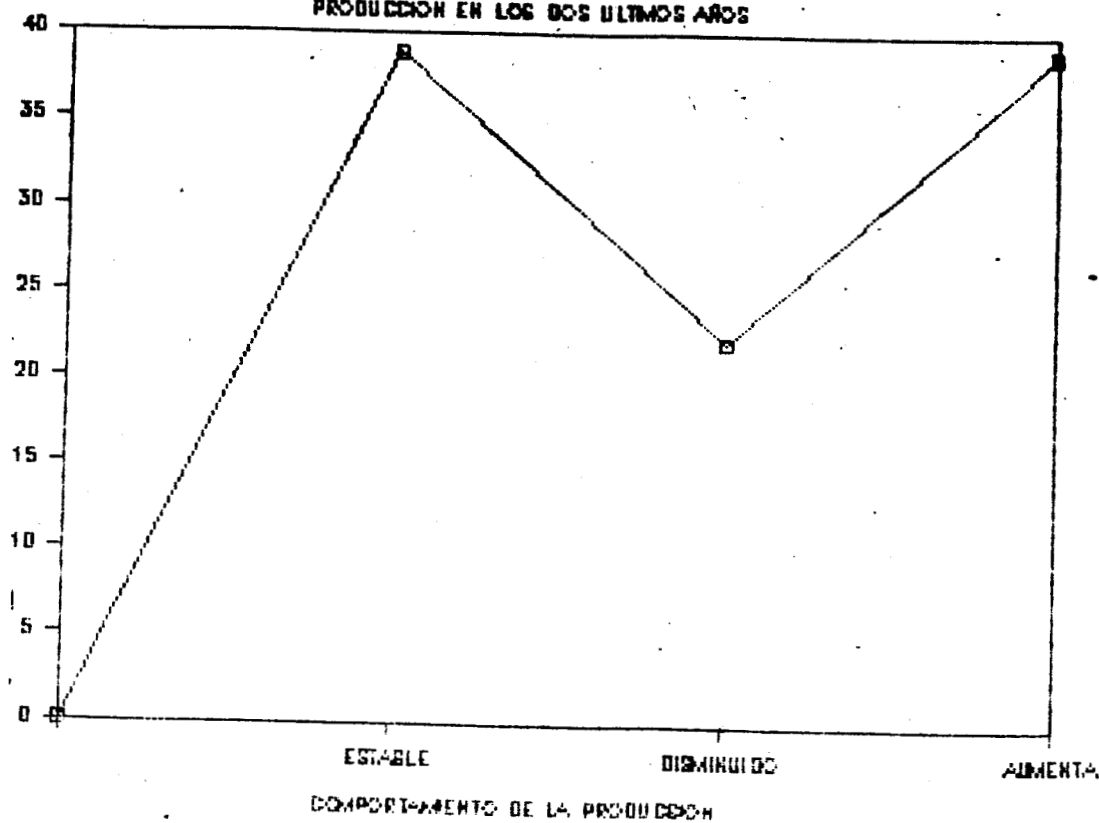
PORCENTAJES DE EXPORTACION VS CANTIDAD DE POBLACION



LAS 2 BARRAS OSCURAS MUESTRAN VARIACION

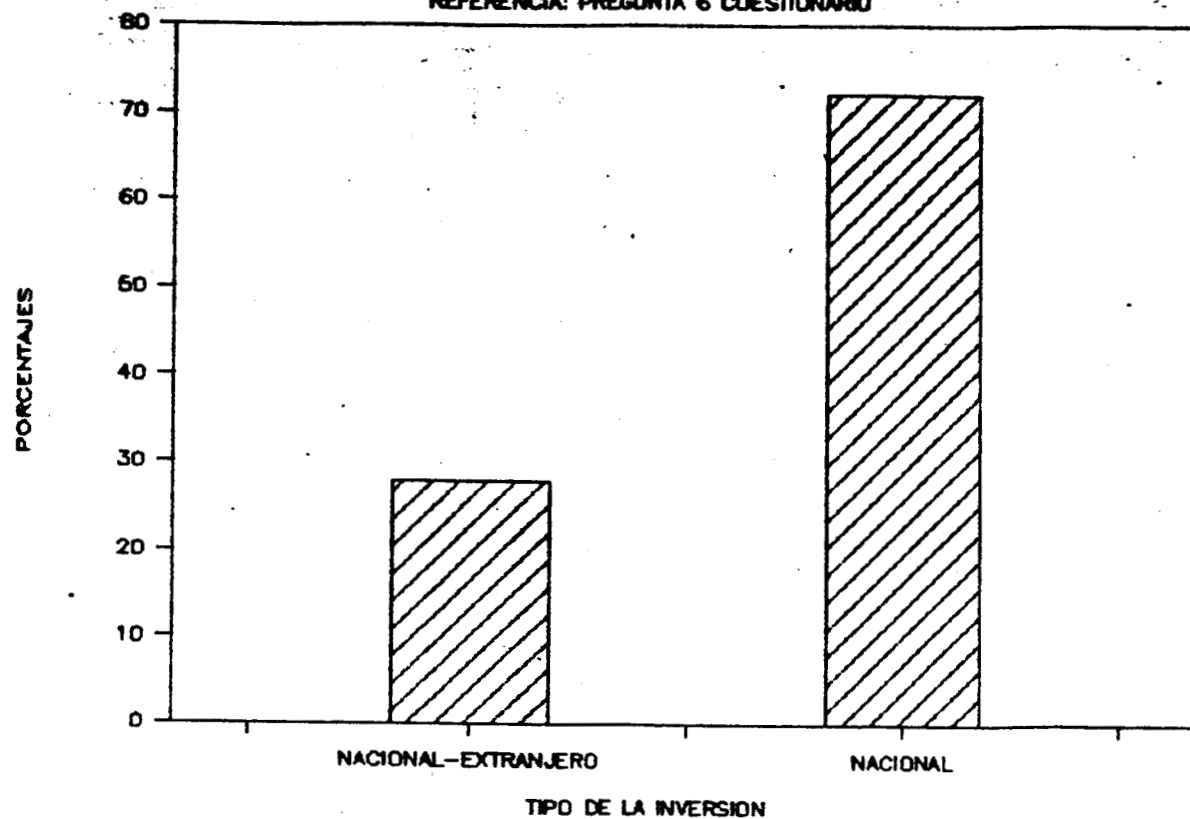
REFERENCIA: PREGUNTA No. 5 DEL CUESTIONARIO.

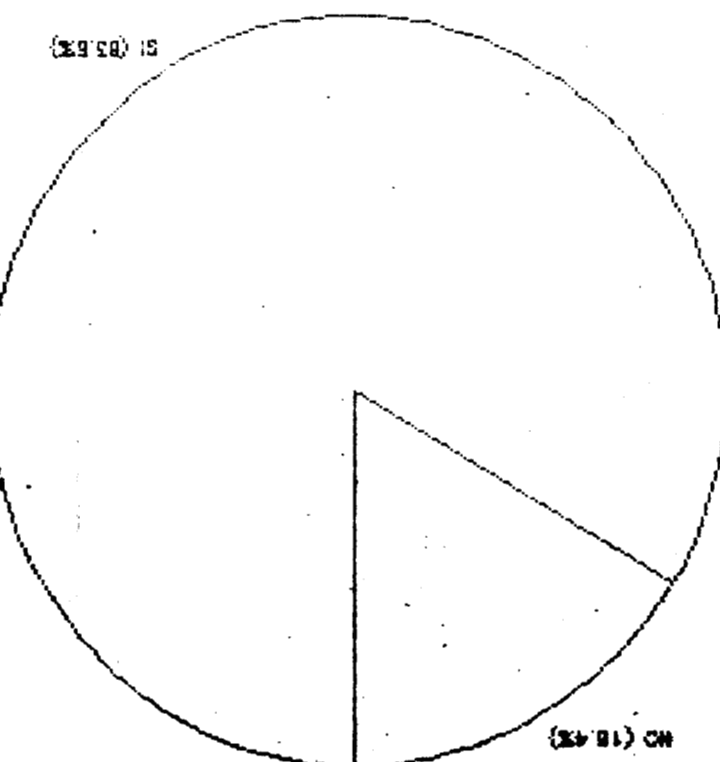
PROMEDIO DE VARIACIONES DE LA
PRODUCCION EN LOS DOS ULTIMOS AÑOS



CAPITAL SOCIAL DE LA EMPRESA

REFERENCIA: PREGUNTA 6 CUESTIONARIO



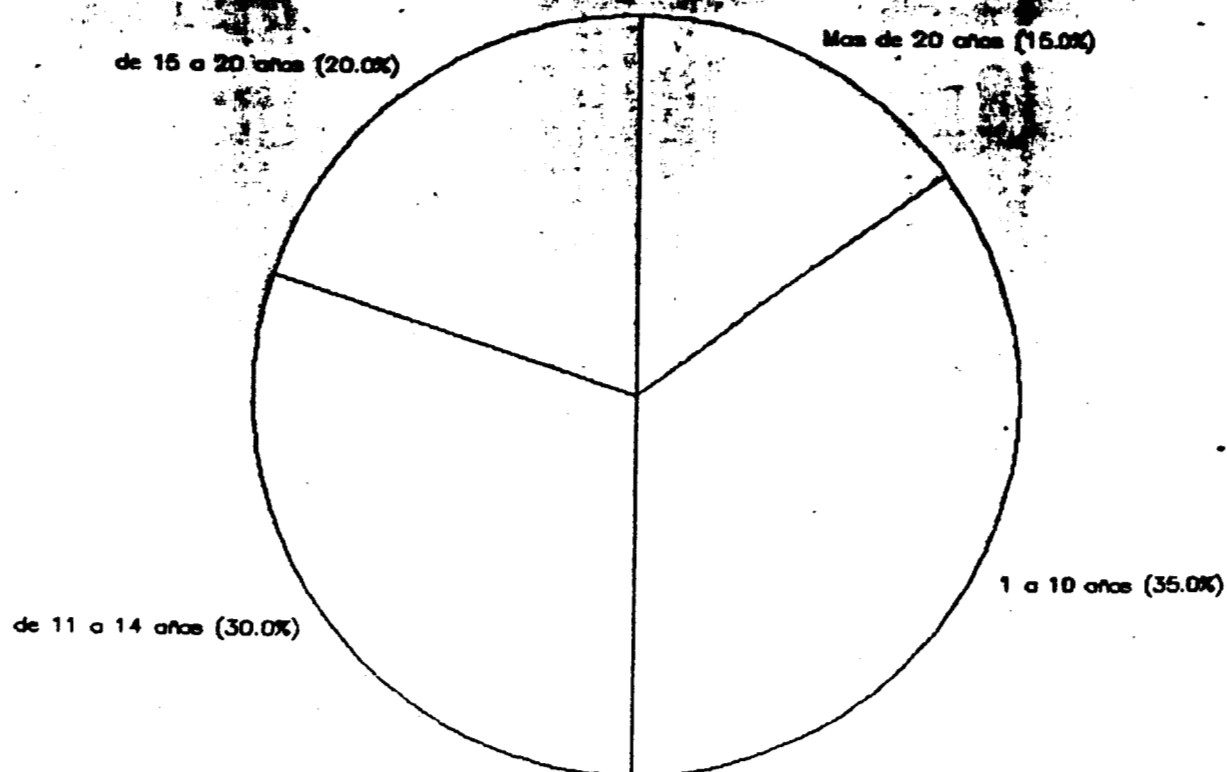


NIVEL COMPETITIVO DE LOS PRODUCTOS
EXPRESADO EN PORCENTAJES

REFERENCIA: PREGUNTA NO. 7 DEL CUESTIONARIO

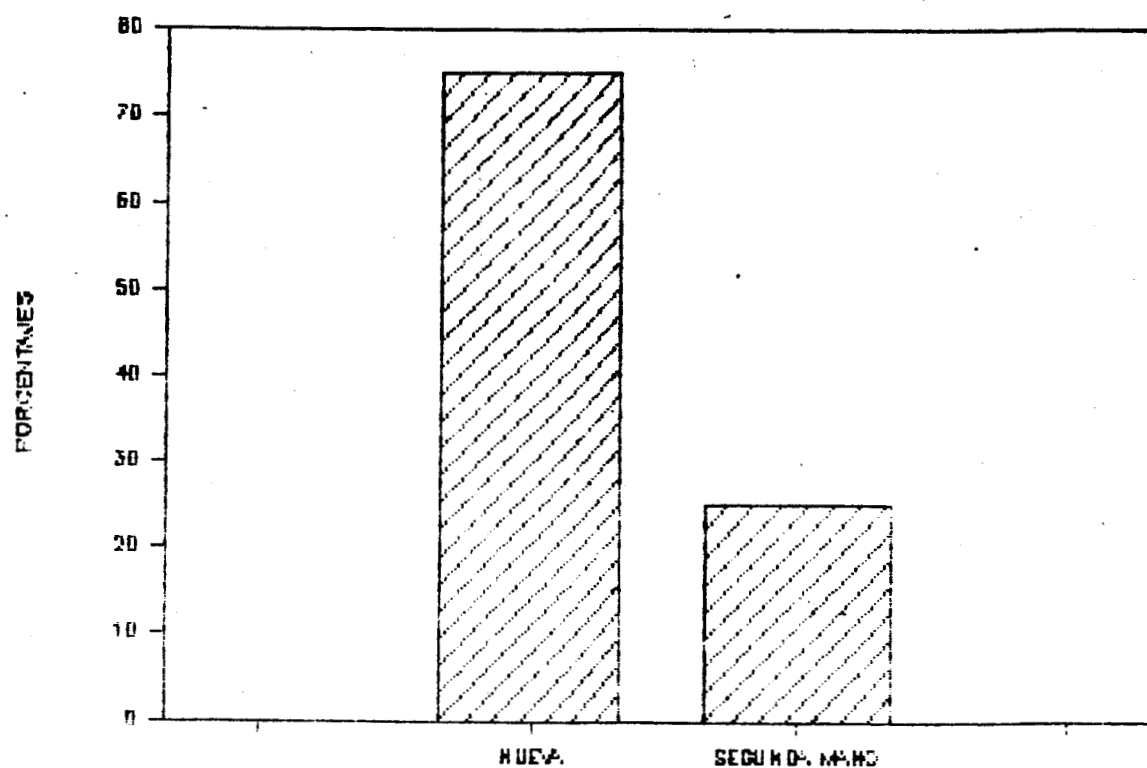
AÑOS DE VIDA DE LOS ACTIVOS FIJOS

REFERENCIA: PREGUNTA 9 CUESTIONARIO



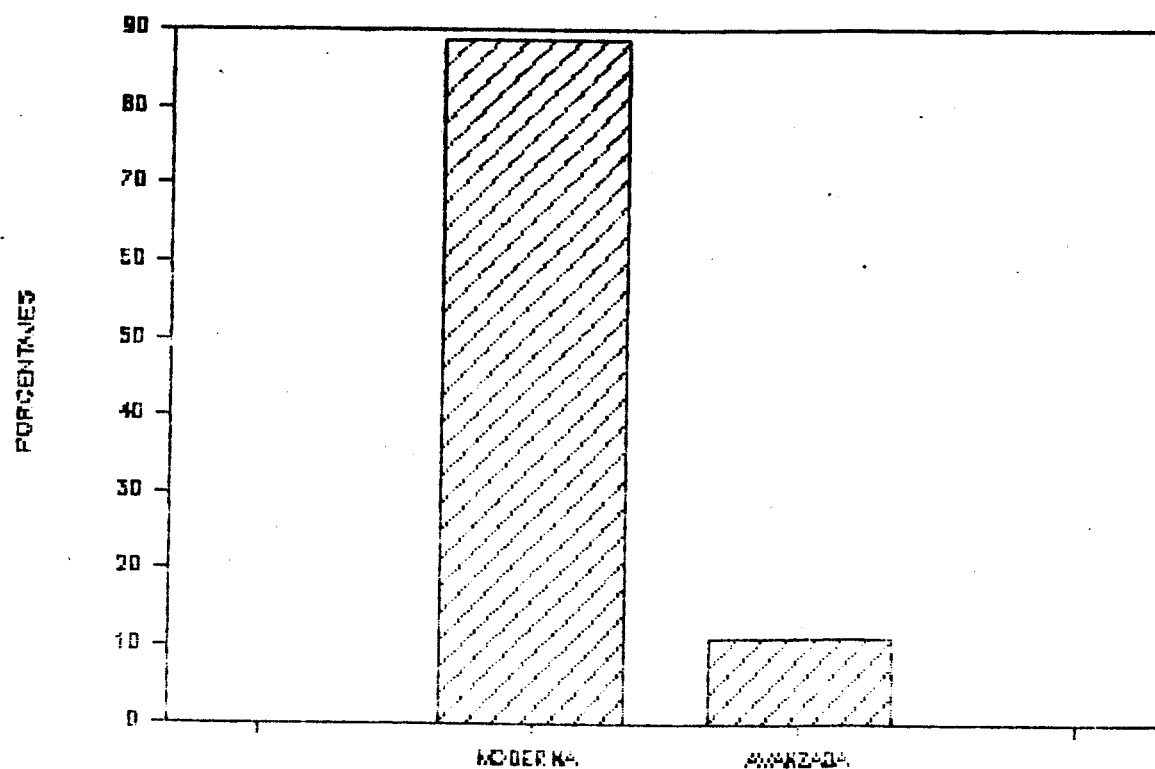
REFERENCIA: PREGUNTA No. 10 DEL CUESTIONARIO.

TIPO DE MAQUINARIA POR SU ADQUISICION



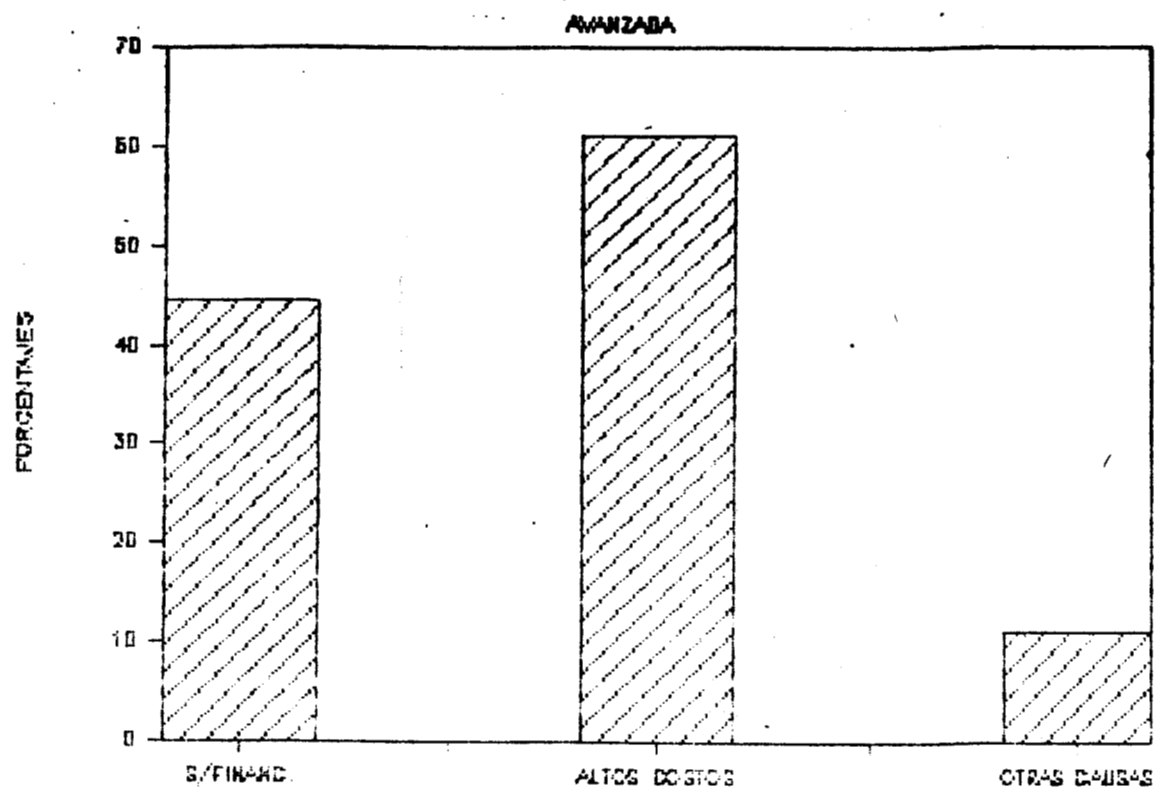
REFERENCIA: PREGUNTA No. 11 DEL CUESTIONARIO.

GRADO TECNOLÓGICO DE LA MAQUINARIA

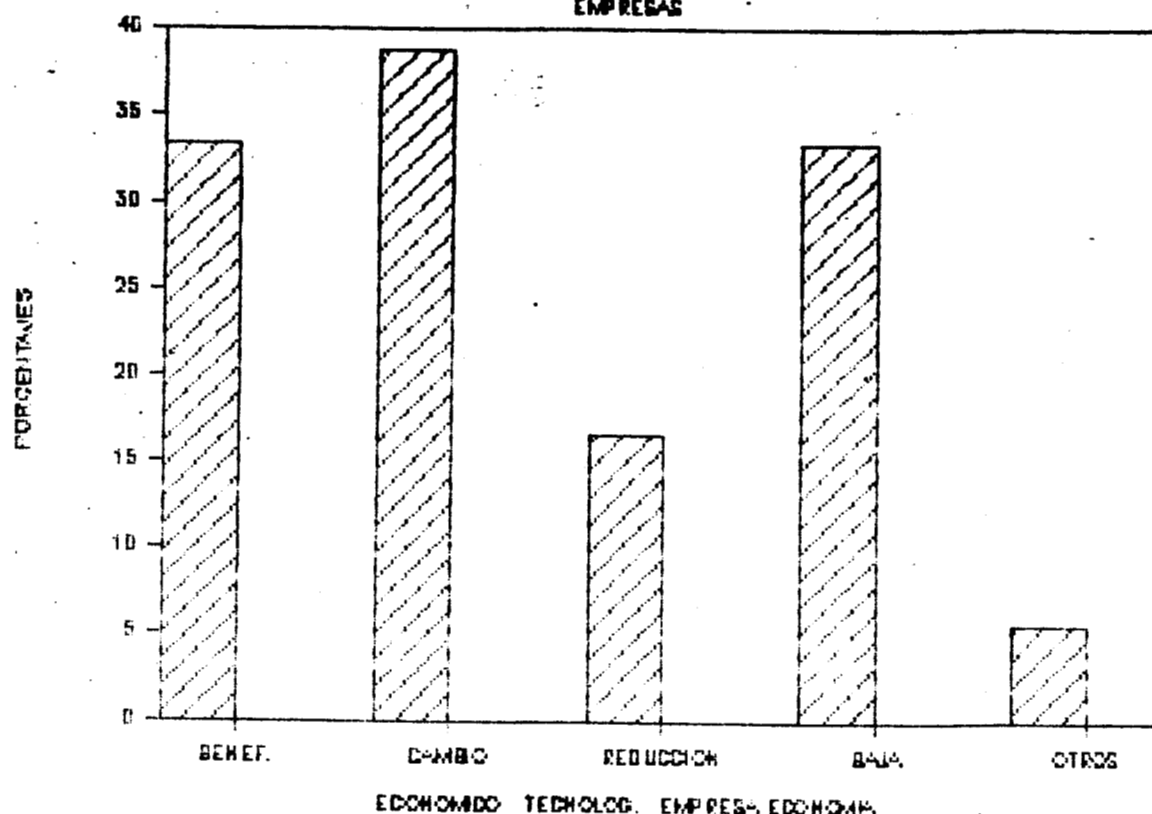


REFERENCIA: PREGUNTA No. 12 DEL CUESTIONARIO.

CAUSAS DE NO ADQUISICION DE TECNOLOGIA

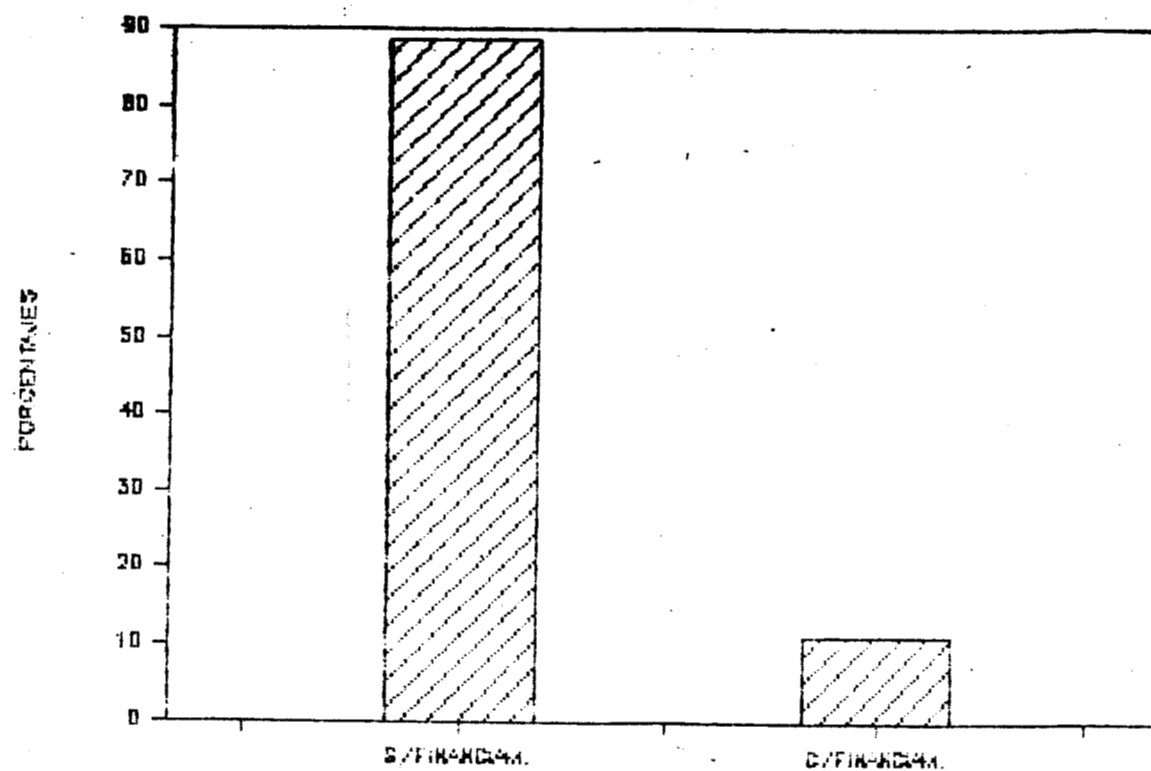


REFERENCIA: PREGUNTA No. 15 DEL CUESTIONARIO.

IMPACTO DE LAS IMPORTACIONES EN LAS
EMPRESAS

REFERENCIA: PREGUNTA No. 18 DEL CUESTIONARIO.

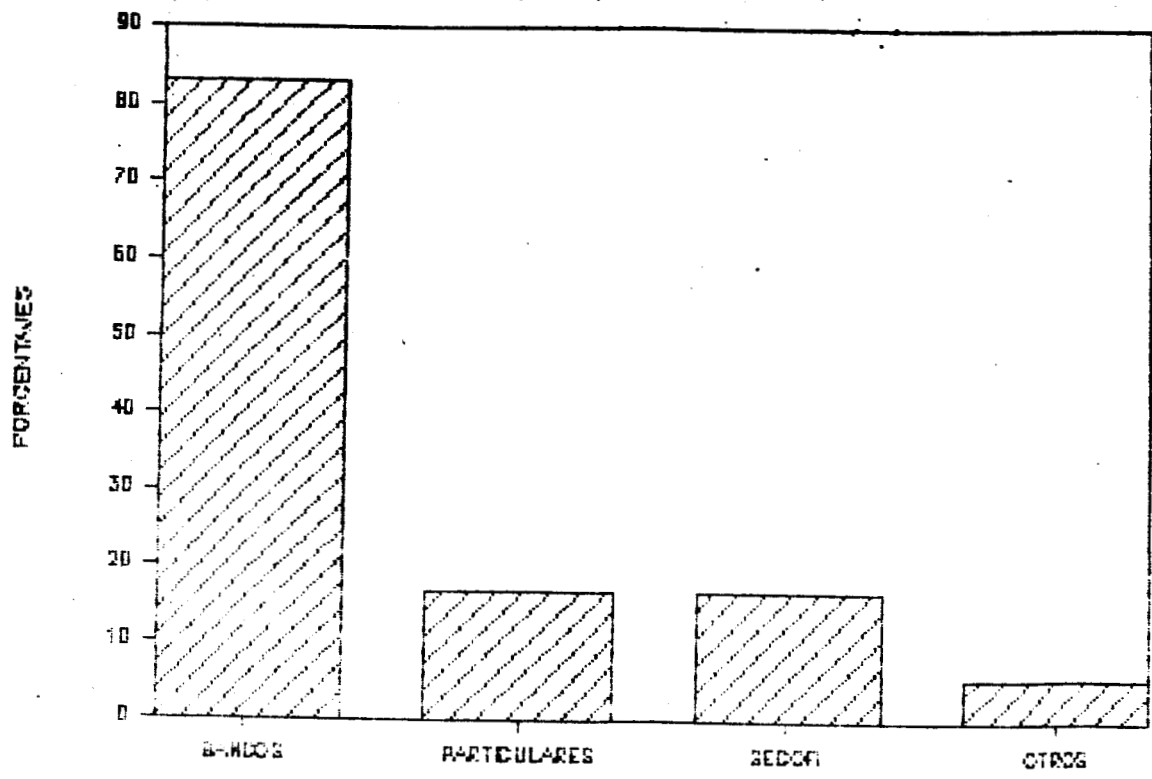
NECESIDADES DE PASIVOS DE LA EMPRESA



REFERENCIA: PREGUNTA No. 19 DEL CUESTIONARIO.

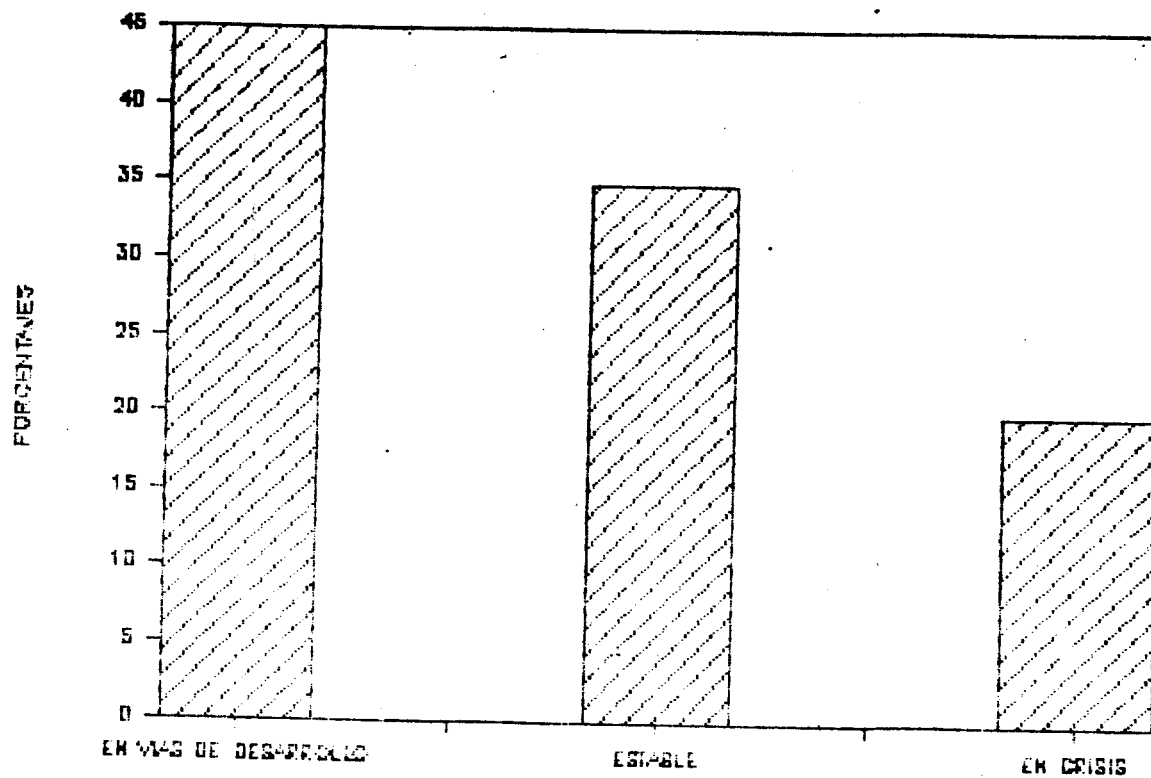
107805

FUENTES DE FINANCIAMIENTO



75
REFERENCIA: PREGUNTA No. 20 DEL CUESTIONARIO.

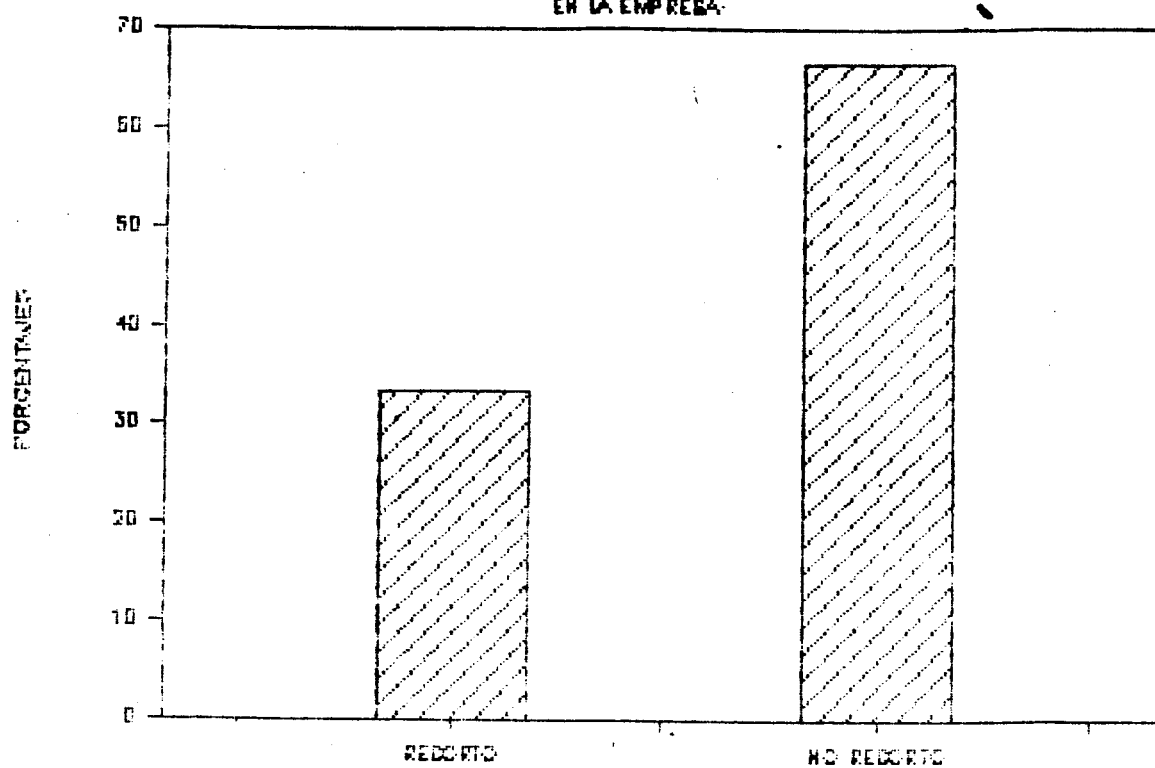
SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA



REFERENCIA: PREGUNTA No. 21 DEL CUESTIONARIO.

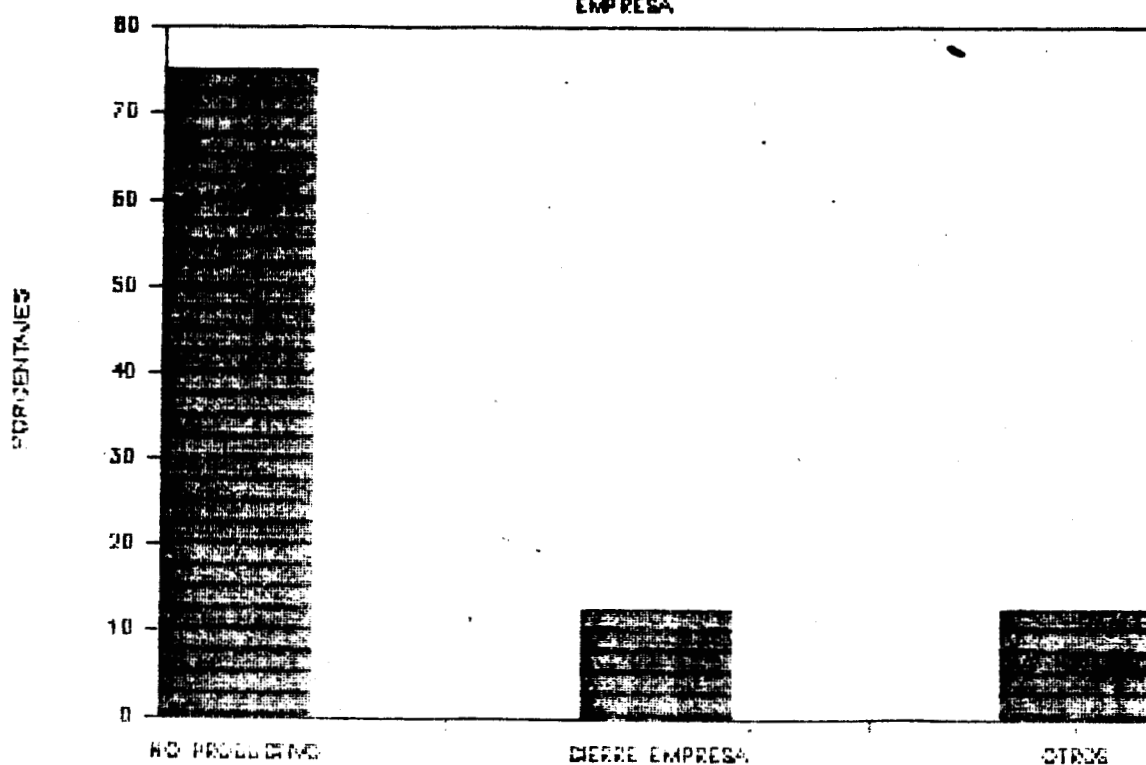
AUTOMATIZACION Y SITUACION DEL PERSONAL

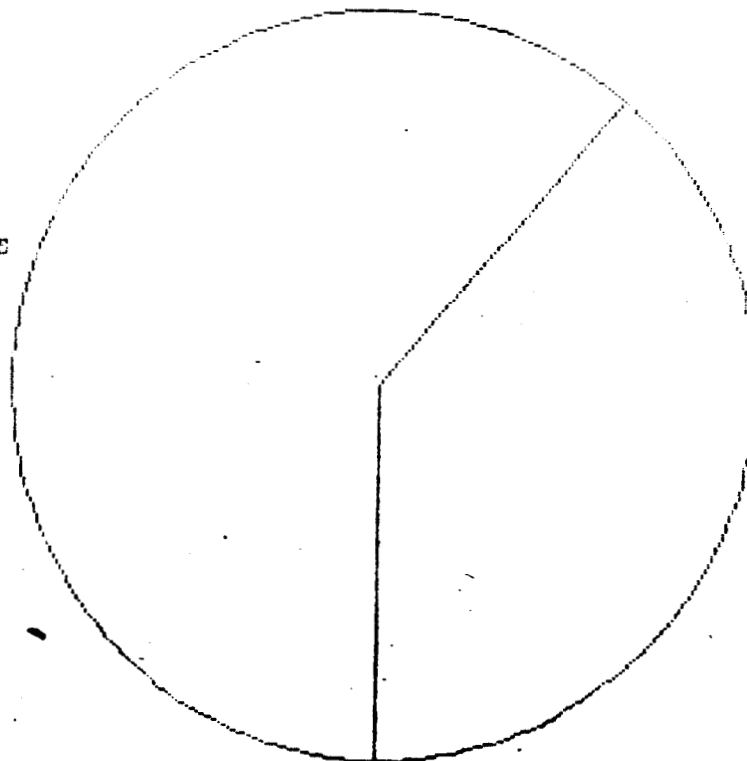
EN LA EMPRESA



REFERENCIA: PREGUNTA No. 22 DEL CUESTIONARIO.

CAUSAS DEL RECORTE AL PERSONAL EN LA EMPRESA





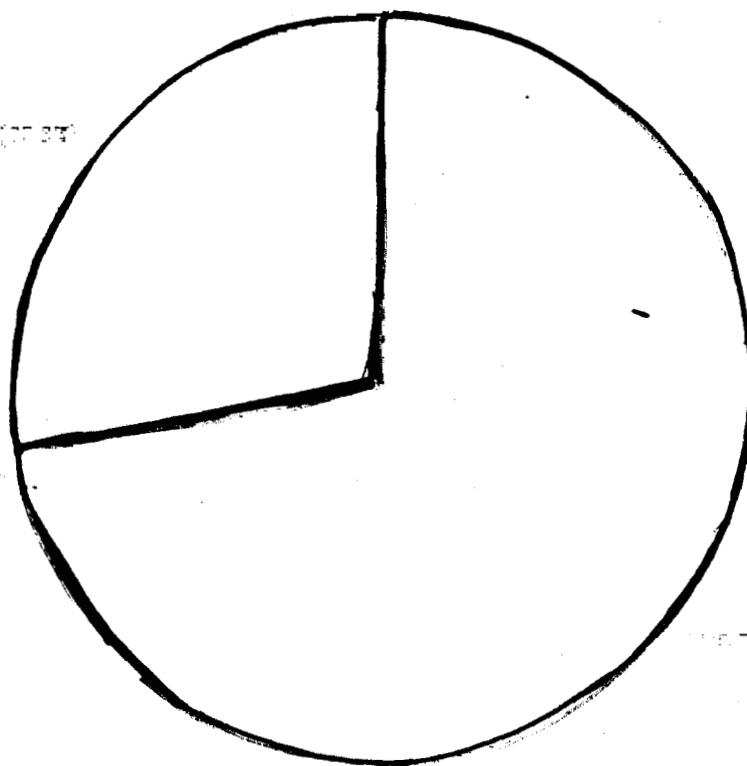
POSIBILIDADES DE MODIFICACION
TECNOLOGIA DE LA IMPRESA

REFERENCIA: PREGUNTA NO. 23 DEL CUESTIONARIO.

REFERENCIA: PREGUNTA NÚM. 24 DEL CUESTIONARIO.

CALIDAD DE LA LABOR DEL PERSONAL
DE LA EMPRESA

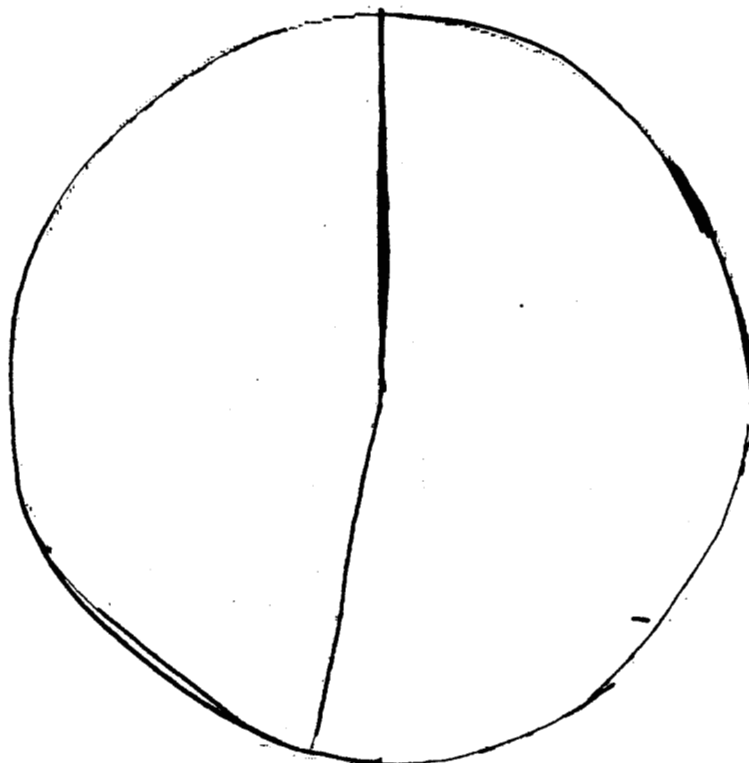
MEJOR QUE ANTES



PEOR QUE ANTES

REFERENCIA: PREGUNTA N.º 25 DEL CUESTIONARIO.
PRODUCEN ESTIMULOS LAS MEDIDAS

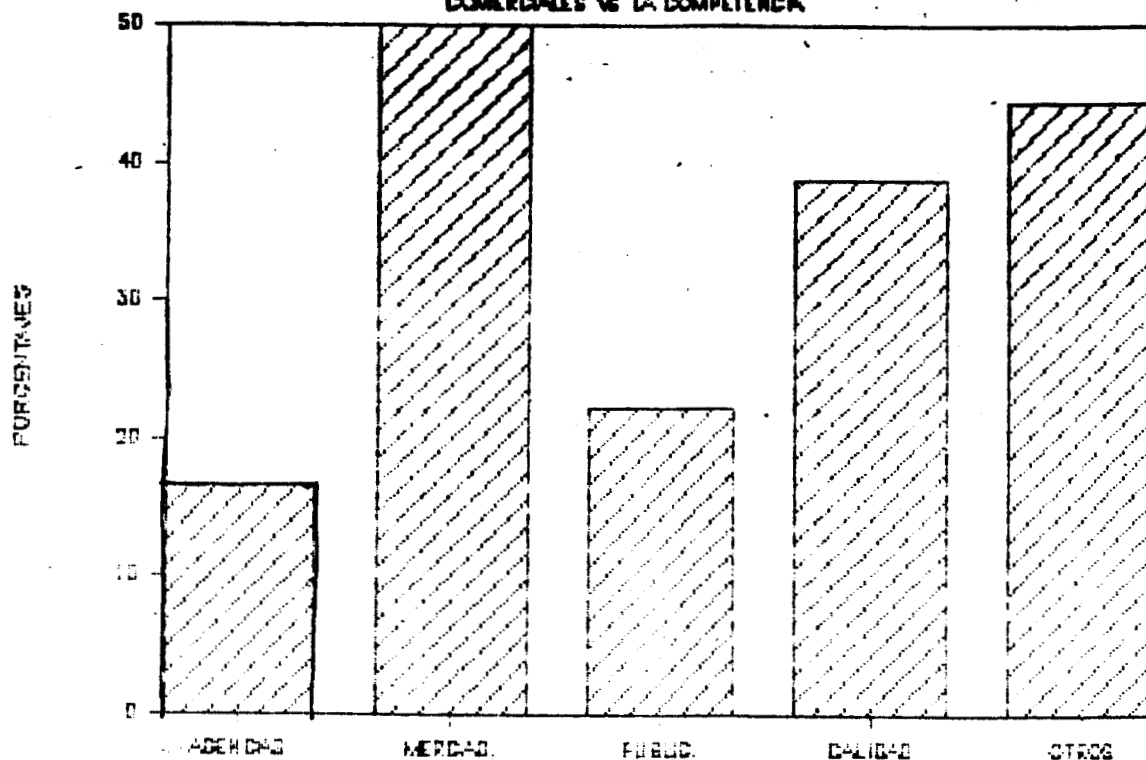
EDICIONES ADOPTADAS POR EL DCE



REFERENCIA: PREGUNTA No. 26 DEL CUESTIONARIO.

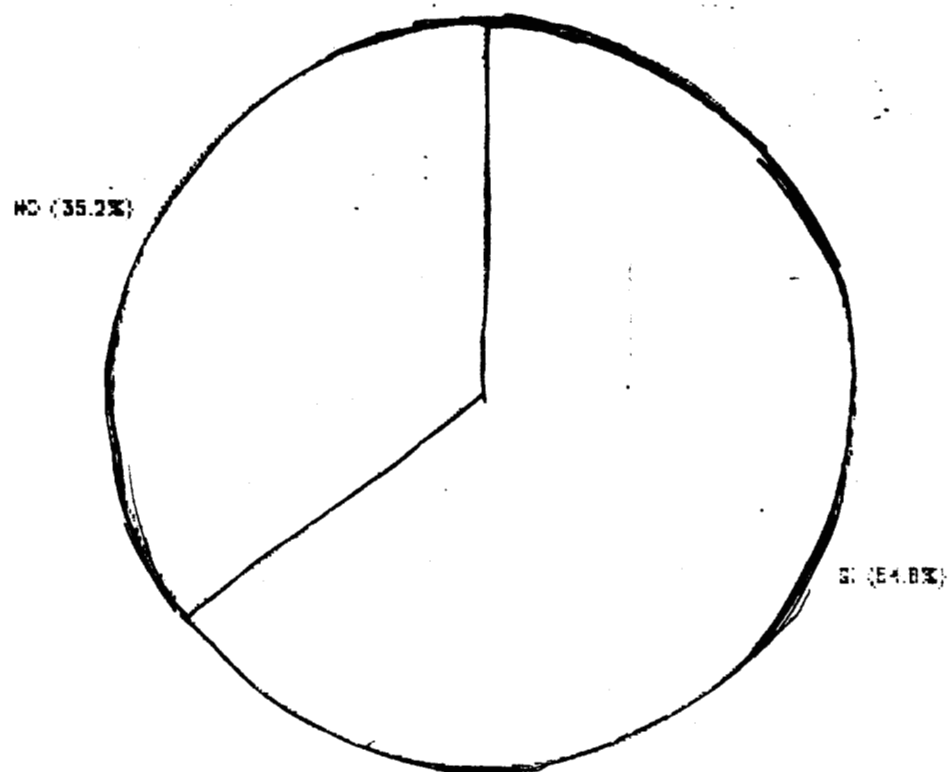
ORIENTACION DE LAS ESTRATEGIAS

COMERCIALES VS LA COMPETENCIA



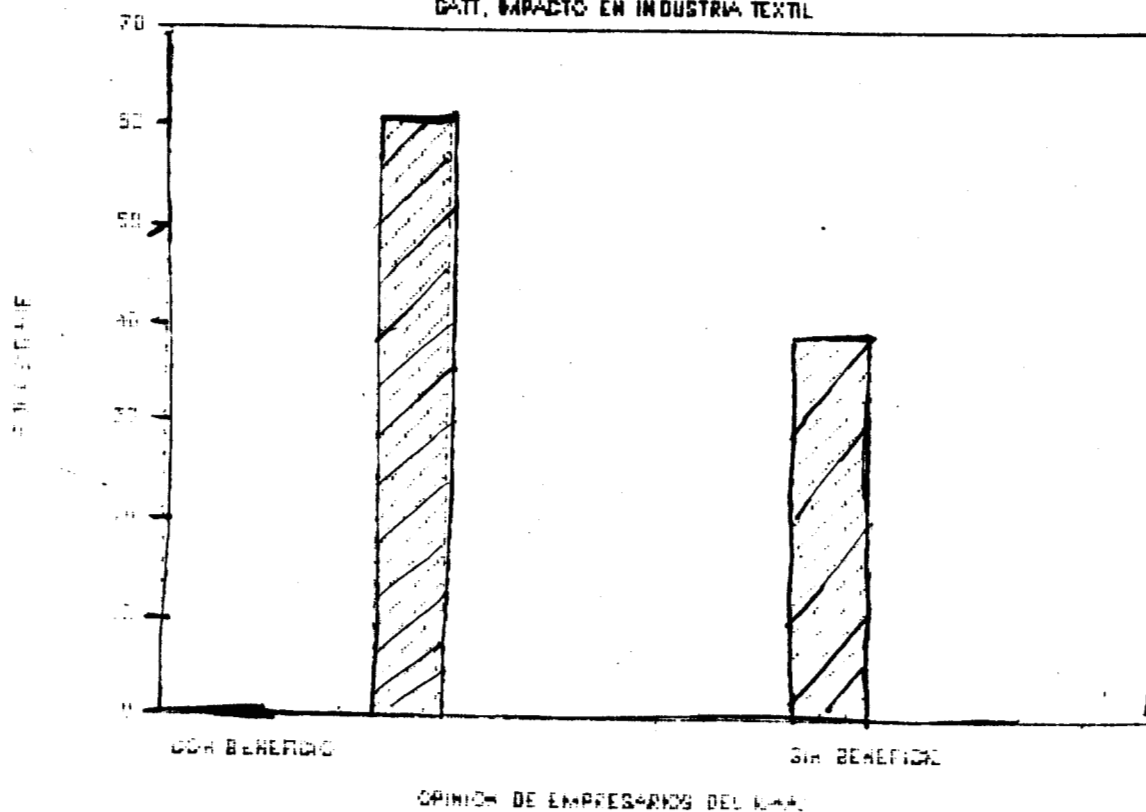
REFERENCIA: PREGUNTA No. 27 DEL CUESTIONARIO.

LAS IMPORTACIONES DE TEXTILES SOSTIENEN
SU DEMANDA INTERNACIONAL CONSTANTE



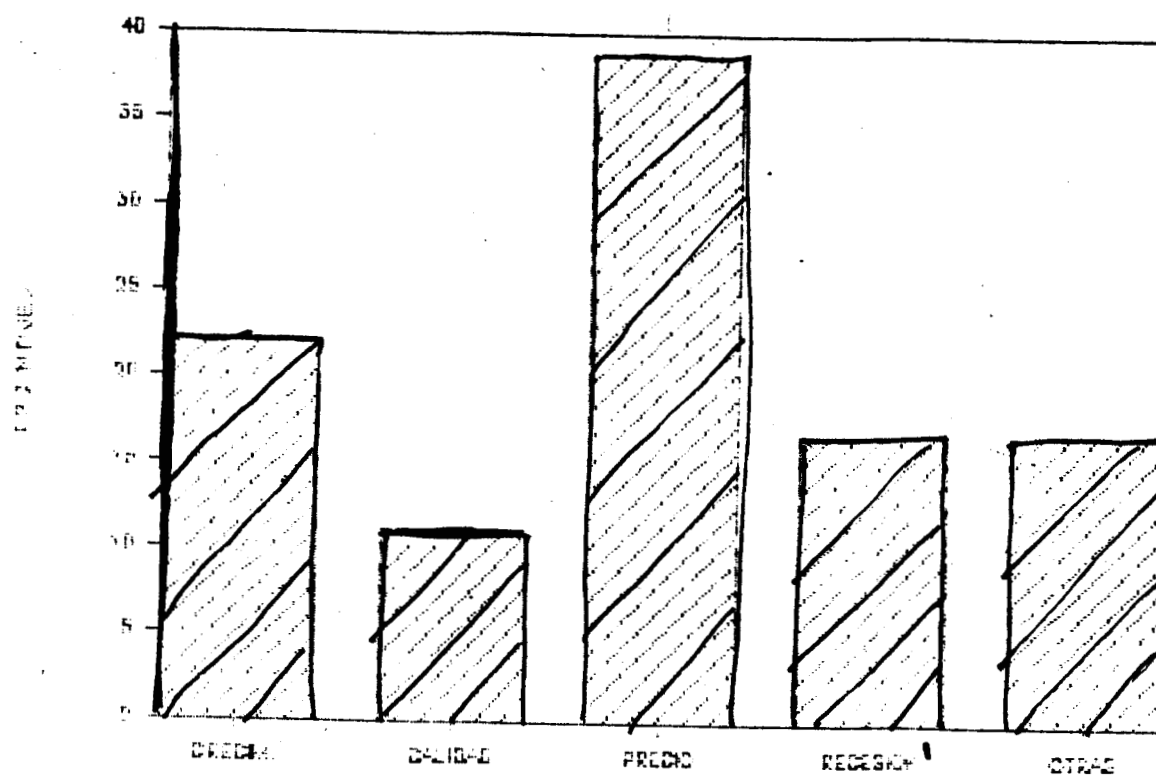
REFERENCIA: PREGUNTA No. 29 DEL CUESTIONARIO.

EFFECTOS DE LA ADHESION DE MEXICO AL
GATT, IMPACTO EN INDUSTRIA TEXTIL



REFERENCIA: PREGUNTA No. 28 DEL CUESTIONARIO.

MOTIVO DE LOS CAMBIOS EN LA DEMANDA



CITAS TEXTUALES

- 1) Harry L. Hansen, Enciclopedia de Dirección y Administración de la Empresa. (Fascículo 2, Ediciones _ Orbis S.A., Barcelona España, 1986 pag. 1).
- 2) Op. cit. pag. 3-4 .
- 3) Op. cit. pag. 6 .
- 4) Op. cit. pag. 6-7 .