

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA DE IZTAPALAPA

C 5 H

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA BIBLIOTECA

Lico. Administración

129219

“LA INDUSTRIA DE LA CONFECION EN MEXICO”

Asesor: RAUL CORNEJO

JESÚS RAFAEL TABLEROS HIDALGO

TESINA ELABORADA POR:

GUERRERO ARCE, ANTONIO

DAMIRON SURIAN, YOLANDA

1992

INTRODUCCION

EN CASI TODOS LOS PAISES DEL MUNDO LA PEQUEÑA INDUSTRIA Y LA MICROINDUSTRIA HAN VENIDO IMPACTANDO SIGNIFICATIVAMENTE EN LA CREACION DE EMPLEOS Y EN SU CONTRIBUCION AL CRECIMIENTO DEL PIB (PRODUCTO INTERNO BRUTO). NO HAN SIDO SOLO PAISES EN DESARROLLO LOS QUE HAN OBTENIDO BENEFICIOS DERIVADOS DEL CRECIMIENTO DE ESTE SUBGRUPO INDUSTRIAL, TAMBIEN LOS PAISES DESARROLLADOS SE HAN VISTO FAVORECIDOS POR LA ACTIVIDAD DINAMICA DE LAS INDUSTRIAS.

CONSIDERANDO QUE LA INDUSTRIA TEXTIL DE LA CONFECCION SE SITUA COMO UNA DE LAS ACTIVIDADES MICROINDUSTRIALES MAS POPULARES QUE EXISTEN EN NUESTRO PAIS Y QUE CUENTA CON UN PORCENTAJE BASTANTE ELEVADO DE ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES DENTRO DE AREAS GEOGRAFICAS MUY LIMITADAS (PUEBLA, DISTRITO FEDERAL PRINCIPALMENTE).

EN EL MARCO DE UNA NUEVA Y MODERNA APERTURA COMERCIAL CON AMERICA DEL NORTE, LA INDUSTRIA MICRO Y PEQUEÑA VUELVEN A SER OBJETO DE LAS POLITICAS GUBERNAMENTALES QUE OBSERVAN EN ELAS AMPLIAS POSIBILIDADES DE CRECIMIENTO, ADEMAS DE SER UN IMPORTANTE RENGLON DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL ANTE EL MUNDO COMPETITIVO.

LA NUEVA ESTRATEGIA ANTE EL MUNDO DEBE INCLUIR NO SOLO GRANDES INVERSIONES Y PRIVATIZACION, SINO TAMBIEN LA GENERACION DE EMPRESAS MICRO Y PEQUEÑAS QUE COMO LAS DE LA INDUSTRIA DE LA CONFECCION APORTEN LOS ENORMES RECURSOS QUE MEXICO NECESITA PARA HACER FRENTE A UN MUNDO COMPETITIVO.

BAJO ESTA PERSPECTIVA SE ESTA GESTANDO UN NUEVO MODELO ECONOMICO MEDIANTE LA CONCERTACION Y QUEREMOS INFLUIR EN SU DISEÑO. NUESTRA INVESTIGACION PUGNA POR OFRECER LA PERSPECTIVA ESTRATEGICA DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS QUE FORMAN PARTE DE UN MODELO DE ECONOMIA DE MERCADO, ANTE LA APERTURA COMERCIAL A FIN DE QUE SU ESPIRITU EMPRESARIAL SE TRADUZCA EN FOMENTO A LA COMPETENCIA, EMPLEOS, EMPRESAS Y POR ENDE BENEFICIOS PARA EL PAIS.

LA IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION, SE EXPLICA SI SE CONSIDERA QUE EN LOS PAISES EN DESARROLLO LA MAYORIA DE LAS EMPRESAS SON PEQUEÑAS. SE PUEDE AFIRMAR QUE LA INSTITUCION MAS POPULAR DESPUES DE LA FAMILIA, ES LA MICROEMPRESA.

EN INDONESIA POR EJEMPLO, EL 85% DE LAS EMPRESAS TIENEN MENOS DE VEINTE EMPLEADOS, EN GUATEMALA EL 71.6%, EN BRASIL EL 68.4%, EN VENEZUELA EL 62.5% Y EN PERU EL 63.5%.

EN AMÉRICA LATINA LA MICROEMPRESA ES TAN ANTIGUA COMO LA COLONIZACIÓN Y PROPORCIONA DESDE ENTONCES EMPLEO A UN NÚMERO ELEVADO DE PERSONAS (QUE VA DESDE EL 40% HASTA EL 70%) DE LA FUERZA DE TRABAJO.

ESTA RENOVADA IMPORTANCIA SE DEBE PRINCIPALMENTE AL FRACASO DE LAS ESTRATEGIAS DE INDUSTRIALIZACIÓN QUE HAN SEGUIDO LOS PAISES EN DESARROLLO. ES EVIDENTE QUE LA ESTRATIFICACIÓN Y LAS POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES Y SUSTITUCIÓN DE LAS MISMAS SOLÓ FAVORECE A EMPRESAS MEDIANAS Y GRANDES, PROVOCANDO EL MAYOR DESEMPLEO Y ENDEUDAMIENTO QUE JAMAS SE ALLÁ REGISTRADO EN ESTOS PAISES (ENTRE LOS CUALES SE ENCUENTRA MÉXICO). LA NUEVA ESTRATEGIA DEBE INCLUIR NO SOLO GRANDES INVERSIONES Y PRIVATIZACIÓN, SINO TAMBIÉN LA GENERACIÓN DE EMPRESAS MICRO Y PEQUEÑAS QUE NO SOLO SUBSISTAN, SINO QUE CREZCAN ARMÓNICAMENTE CON EL ENTORNO ECONÓMICO MUNDIAL.

DE SIGNIFICATIVA IMPORTANCIA, ES LA DE INVESTIGAR CUALES SON LOS DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES QUE ENFRENTA LA INDUSTRIA TEXTIL DE LA CONECCIÓN EN EL MARCO DE UNA ZONA DE LIBRE COMERCIO CON AMÉRICA DEL NORTE.

LAS EMPRESAS MICRO Y PEQUEÑAS OFRECEN LA PERSPECTIVA DE UN CRECIMIENTO SIENDO ESTE A LARGO PLAZO DENTRO DEL CUAL LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA JUEGA UN PAPEL DETERMINANTE EN EL PLAN FUTURO DE DESARROLLO.

129219

"Los cambios no se dan aislados sino totalmente inherentes a circunstancias que la experiencia nos enseña como fundamentales y que ya es tiempo de evaluarlos, considerarlos y actuar a partir de la estrategia de crecimiento de la empresa y el medio."¹

La Planeación Estratégica, considerada por los estudiosos de la Administración y los Negocios como una arma fundamental de la calidad en la Administración es hoy en día uno de los parámetros a evaluar para constituir el crecimiento completo y ordenado de las micro y pequeñas industrias del país.

1. Rodríguez Leonardo. "La pequeña microempresa en los países

en desarrollo ", Textos, Septiembre, 1988, p.18.

OBJETIVOS GENERALES

OBJETIVOS QUE SE PERSIGUEN:

- 1.- CONOCER LAS FUERZAS Y DEBILIDADES QUE TIENE LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN ANTE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO.
- 2.- IDENTIFICAR LOS PARÁMETROS QUE BLOQUEAN A LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA Y QUE LOGRAN HACERLA POCO COMPETITIVA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.
- 3.- DETERMINAR EL PROCESO DE PLANEACIÓN QUE SIGUEN ESTAS MICROINDUSTRIAS PARA DISEÑAR SUS PRODUCTOS FINALES.
- 4.- CONOCER LAS ESTRATEGIAS DE MERCADO QUE DE MANERA FORMAL E INFORMAL SIGUEN ESTAS MICROEMPRESAS.
- 5.- CONOCER CUAL ES LA PERSPECTIVA DE ÉXITO O FRACASO QUE LE OFRECEN LAS ESTRATEGIAS DE MERCADO.
- 6.- SABER CUAL ES LA TENDENCIA DE ESTAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS CONFECCIONISTAS ANTE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO.
- 7.- DELINEAR UNA PERSPECTIVA DE COMPETITIVIDAD DE LA CONFECCIÓN SOBRE EL MERCADO INTERNACIONAL.

HIPOTESIS PARA MICRO Y PEQUEÑOS INDUSTRIALES.

1.-El micro y pequeño empresario confeccionistas recibe financiamientos adecuados las necesidades de su negocio.

El microempresario confeccionista no recibe financiamientos adecuados a las necesidades de su negocio.

2.- La creación de diseños propios del confeccionista le proporciona una ventaja competitiva.

La creación de diseños propios del confeccionista no le proporciona una ventaja competitiva.

3.- El confeccionista reacciona imitando a los diseños de moda del extranjero limitando su capacidad de competidor.

El confeccionista reacciona imitando a los diseño de moda del extranjero no limitando esto, su capacidad de competidor.

4.- El confeccionista tiene la habilidad de innovar diseños de moda.

El confeccionista no tiene la habilidad para innovar diseños de moda.

5.- La falta de imagen de sus productos permite el fácil acceso de productos sustitutos.

La falta de imagen de sus productos, no permite el fácil acceso de productos sustitutos.

6.- Mediante la producción coordinada de microindustriales del ramo, estos tendrán acceso a mercados internacionales.

Mediante la producción coordinada de microindustriales del ramo, estos no tendrán acceso a mercados internacionales.

7.- LA CALIDAD DE LAS CONFECCIONES MEXICANAS REPRESENTAN UN OBSTÁCULO PARA SU COMERCIALIZACIÓN.

LA CALIDAD DE LAS CONFECCIONES MEXICANAS NO REPRESENTAN UN OBSTÁCULO PARA SU COMERCIALIZACIÓN.

8.- ANTE LA APERTURA COMERCIAL, EL CONFECCIONISTA QUE CUENTE CON UNA MARCA PROPIA EN SUS PRODUCTOS PODRÁ COMPETIR CON LOS NUEVOS MICROEMPRESARIOS DEL RAMO.

ANTE LA APERTURA COMERCIAL EL CONFECCIONISTA QUE CUENTE CON UNA MARCA PROPIA EN SUS PRODUCTOS NO PODRÁ COMPETIR CON LOS NUEVOS MICROEMPRESARIOS DEL RAMO.

9.- LAS ESTRATEGIAS DE MERCADO SON EL PUNTO ESENCIAL PARA LOGRAR SER UN COMPETIDOR POTENCIAL EN EL EXTRANJERO.

LAS ESTRATEGIAS DE MERCADO NO SON EL PUNTO ESENCIAL PARA LOGRAR SER UN COMPETIDOR POTENCIAL EN EL EXTRANJERO.

HIPOTESIS PARA CONSUMIDORES.

1.- El consumidor compra prendas de vestir sin importarle el precio del producto.

El consumidor compra prendas de vestir importándole el precio del producto.

2.- Al consumidor le importa la calidad de una prenda de vestir al comprarla.

Al consumidor no le importa la calidad de una prenda de vestir al comprarla.

3.- Al comprar prendas de vestir el consumidor no se rige por la moda existente.

Al comprar prendas de vestir el consumidor se rige por la moda existente.

4.- El consumidor adquiere las prendas de vestir por la marca que estas poseen.

El consumidor no adquiere las prendas de vestir por la marca que estas poseen.

5.- El consumidor adquiere las prendas de vestir en función de sus necesidades.

El consumidor adquiere las prendas de vestir sin contemplar sus necesidades.

6.- El consumidor adquiere las prendas de vestir de acuerdo con su capacidad económica.

El consumidor no adquiere las prendas de vestir de acuerdo a su capacidad económica.

7.- El consumidor hace un análisis detallado de la prenda para adquirirla.

El consumidor no hace un análisis detallado de la prenda para adquirirla.

8.- El consumidor adquiere las prendas de vestir conforme a la temporada.

El consumidor no adquiere las prendas de vestir conforme a la temporada.

9.- El consumidor adquiere las prendas de vestir cuando estas están en oferta.

El consumidor no adquiere las prendas de vestir cuando estas están en oferta.

El consumidor solo adquiere prendas extranjeras.

El consumidor adquiere prendas sin importarle la nacionalidad de estas.

DESCRIPCION DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN MEXICO

EN MÉXICO COMO EN OTROS PAÍSES EN DESARROLLO, LA MICROEMPRESA REPRESENTA UN IMPORTANTE PAPEL EN LA ECONOMÍA DEL PAÍS.

DE ACUERDO CON INFORMES RECIENTES LA MICROEMPRESA EN MÉXICO, REPRESENTA EL 2.3% DEL PIB, EL 6% DEL EMPLEO Y EL 11.4% NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS. EN EL SECTOR INDUSTRIAL LA MICROINDUSTRIA REPRESENTA EL 77.7% DEL TOTAL DE EMPRESAS, EL 11.3% PERSONAL OCUPADO Y CONTRIBUYE CON EL 6% DE LOS IMPUESTOS.²

UNO DE LOS ASPECTOS MÁS RELEVANTES DE LOS ÚLTIMOS AÑOS HA SIDO LA CAPACIDAD DEMOSTRADA EN LA CREACIÓN DE EMPLEOS, YA QUE AÚN ÉPOCA DE CRISIS HA MANTENIDO UNA GENERACIÓN NETA DEL 6% DE NUEVOS EMPLEOS.

LA PEQUEÑA EMPRESA REPRESENTA EL 17.8% DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS Y PROPORCIONA EMPLEOS AL 23.6% DEL SECTOR INDUSTRIAL.

LA MICRO Y PEQUEÑA INDUSTRIA EN CONJUNTO REPRESENTA EL 94.8% DE LAS FACTORÍAS EN MÉXICO Y PROPORCIONA EL 34.9% DE LOS EMPLEOS DEL SECTOR.

EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS LA MICROINDUSTRIA CONFECCIONISTA SE HA DESARROLLADO EN FORMA INDEPENDIENTE, SUJETÁNDOSE PRINCIPALMENTE A LAS LEYES DEL MERCADO PERMITIENDO ASÍ SU CRECIMIENTO Y DINAMISMO ACTUAL.

² SECOFI. "EVALUACIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA 1988-1990, POR SECTORES ECONÓMICOS. D.G. DE LA INDUSTRIA MICRO Y PEQUEÑA.", PUBLICACIONES SECOFI, 1991.

crisis económica que amenazaba con convertirse en un problema político, obligó al Gobierno a combatir la inflación, a cerrar empresas y a pensar en políticas económicas realistas, tales como la apertura de la economía. A partir de este nuevo modelo económico basado en la concertación hacia el interior de las estructuras industriales del país se está forjando y la industria textil juega un papel más que importante, vital para el desarrollo del País.

una microempresa puede ser promovida por cualquier entidad con influencia en la vida social y económica del país, pues en esta instancia consiste en solicitar una nueva actitud de las personas ante el trabajo, la economía y la crisis en lugar de esperanzado y a veces desesperadamente.

Algunas microempresas por sus características tiene poco futuro, otras en cambio son susceptibles de tecnificación, aumento de productividad y adecuación al mercado, cualidades que les permitirán un buen ritmo de crecimiento.

Las decisiones de política económica ya tomadas por el Gobierno (TLC), tiende a acelerar la modernización económica, pero someter a las empresas de todos los tamaños a una mayor competencia y a mayores exigencias.

La capacidad para la microempresa busca elevar la competitividad a fin de que las microempresas sean viables; de lo contrario desaparecerán.

Países como Francia, Italia, España, Japón y Los Estados Unidos de Norteamérica, han desarrollado una estructura de empresas que ha facilitado la flexibilidad de las estructuras productivas y la modernización de la economía sin desempleo.

INDUSTRIA TEXTIL

PRODUCCION, PROCESOS Y CADENA PRODUCTIVA

" EN EL PERIODO COMPRENDIDO DE 1986 A 1990, LA INDUSTRIA TEXTIL PARTICIPÓ, EN PROMEDIO, CON EL 2.5% Y EL 12% DEL PIB TOTAL Y DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA, RESPECTIVAMENTE."³

LA PARTICIPACIÓN DE ESTA INDUSTRIA EN LA ECONOMIA SE HA MANTENIDO PRÁCTICAMENTE CONSTANTE DURANTE EL PERIODO.

EL TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS DE LA INDUSTRIA TEXTIL SE CALCULA EN ALREDEDOR DE 11 MIL, QUE GENERA CERCA DE 850 MIL EMPLEOS. LA MAYORÍA DE ESTOS ESTABLECIMIENTOS Y EMPLEOS SE LOCALIZAN EN EL SECTOR DE CONFECCIÓN, QUE ES LA ACTIVIDAD MÁS INTENSIVA EN LA UTILIZACIÓN DE MANO DE OBRA.

CON BASE EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN QUE LA INDUSTRIA DESARROLLA PUEDEN IDENTIFICARSE TRES SECTORES. EN PRIMER LUGAR, EL SECTOR PRODUCTOR DE FIBRAS SINTÉTICAS Y ARTIFICIALES., LAS FIBRAS SINTÉTICAS SON ELABORADAS A PARTIR DE DERIVADOS DEL PETRÓLEO Y LAS ARTIFICIALES A PARTIR, ENTRE OTRAS MATERIAS PRIMAS, DE CELULOSA.

EN LO SUCESIVO ESTE SECTOR SERÁ MENCIONADO COMO EL SECTOR DE FIBRAS.

3. ESTOS TOTALES FUERON OBTENIDOS POR ESTIMACIONES DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA INDUSTRIA QUÍMICA, LA CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y LA CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO. EL SISTEMAS DE CUENTAS NACIONALES INFORMO EL PROMEDIO DE OCUPACIONES REMUNERADAS DE LA INDUSTRIA TEXTIL, SIENDO DE 280,134 LO QUE ES EQUIVALENTE AL 11.5% DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA.

SEGUNDO LUGAR EL SECTOR TEXTIL, QUE ABARCA LA FABRICACIÓN DE FIBRAS NATURALES DE TODO TIPO DE HILADOS Y TEJIDOS, TELAS Y LABADOS, ASÍ COMO DE PERODUCTOS TERMINADOS PROCESADOS DIRECTAMENTE A TRAVEZ DEL TEJIDO (INCLUYENDO ALFOMBRAS). POR ÚLTIMO CTOR DE CONFECCION, ES DECIR, LA FABRICACIÓN DE ROPA Y DE OTRAS PRENDAS INCLUYENDO LA CONFECCIÓN EN PIEL Y CUERO.

FIBRAS

SECTOR DE FIBRAS ES INTENSIVO EN CAPITAL Y SUELE ESTAR CONCENTRADO EN UN PEQUEÑO NÚMERO DE EMPRESAS. EN MÉXICO, ESTA DO POR NUEVE COMPAÑÍAS QUE GENERAN 19 MIL EMPLEOS EN FORMA DIRECTA QUE REPRESENTAN ALREDEDOR DEL 2% DEL TOTAL DE ONAS OCUPADAS POR LA INDUSTRIA.

PRODUCCIÓN ESTÁ DISTRIBUIDA GEOGRÁFICAMENTE DE LA SIGUIENTE MANERA:

JALISCO 24 %

DISTRITO FEDERAL 7%

NUEVO LEON 22 %

TAMAULIPAS 24 %

QUERETARO 19 %

TLAXCALA 2 %

MEXICO 14 %

VERACRUZ 8 %

A PARTICIPACIÓN DEL CAPITAL EXTRANJEROS LA PRODUCCIÓN DE FIBRAS VARÍA DE ACUERDO AL TIPO DE FIBRAS Y AL SECTOR INDUSTRIAL Y SE NA QUE SU PARTICIPACIÓN ALCANZA EL 20%.

MÉXICO EXISTE UNA ADECUADA INTEGRACIÓN ENTRE LAS ETAPAS DEL PROCESO PRODUCTIVO DE LAS FIBRAS SINTÉTICAS Y ARTIFICIALES. EL PAÍS ES AUTOSUFICIENTE EN EL ABASTO DE MATERIAS PRIMAS PARA LA FABRICACIÓN DE ESTAS FIBRAS Y UN IMPORTANTE (34 % DEL TOTAL MUNDIAL) EXPORTADOR DE VARIAS DE ellas ES EL CASO DEL ANHIDRIDOTEREFÁLICO (TPA) DIMITIL TEREFALATO (DMT) Y GLICOL.

EMBARGO, EN EL CASO DE ALGUNOS DE LOS PETROQUÍMICOS BÁSICOS ENCADENADOS A ESTAS MATERIAS PRIMAS POR EJEMPLO EL PARA- LA PRODUCCIÓN NACIONAL NO ES SUFICIENTE Y ES NECESARIO RECURRIR A IMPORTACIONES PARA COMPLEMENTARLA.

EL SECTOR DE FIBRAS DE NUESTRO PAÍS ES COMPETITIVO A NIVEL INTERNACIONAL EN FUNCIÓN DE SUS NIVELES DE PRODUCTIVIDAD, TECNOLOGÍA, ABUNDANCIA Y DISPONIBILIDAD DE MATERIAS PRIMAS LOCALES, PRECIO, CALIDAD Y EXPERIENCIA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.

TEXTILES

EL SECTOR TEXTIL NO ES TAN INTENSIVO EN CAPITAL COMO EL DE FIBRAS, NI TAN INTENSIVO EN MANO DE OBRA COMO EL DE LA CONFECCIÓN. EMBARGO, LOS AVANCES TECNOLÓGICOS JUEGAN UN PAPEL CADA VEZ MÁS IMPORTANTE EN LA MODERNIZACIÓN DE LA INDUSTRIA, INCLUYENDO LA PARTICIPACIÓN A LAS MODAS.

EL SECTOR ESTA CONSTITUIDO POR 2.249 EMPRESAS QUE GENERAN 250 MIL EMPLEOS. ESTO ES, CERCA DEL 28% DEL TOTAL DE LA INDUSTRIA. EL 86% DE LOS ESTABLECIMIENTOS SON PEQUEÑOS O MICROS, Y EL 70% DE LAS EMPRESAS SE LOCALIZAN EN LOS ESTADOS DE PUEBLA, VERACRUZ, MÉXICO, 76%, Y EL DISTRITO FEDERAL 18 %.

CON ALGUNAS EXCEPCIONES, LA MAYORÍA DE LAS EMPRESAS SON MEXICANAS YA QUE LA PARTICIPACIÓN DE LOS CAPITALES EXTRANJEROS NO SUPERA EL 10%.

EL SECTOR TEXTIL COEXISTEN MÉTODOS DE PRODUCCIÓN TRADICIONALES Y MODERNOS Y EN GENERAL, MÉXICO CUENTA CON TECNOLOGÍA Y EQUIPOS EQUIVALENTES A LOS QUE SE EMPLEAN EN PAISES MÁS DESARROLLADOS EN LA ELABORACIÓN DE TELAS Y TEJIDOS, DESTACANDO LA AVANZADA TECNOLOGÍA QUE SE UTILIZA EN LA FABRICACIÓN DE HILADOS DE FIBRAS NATURALES. EN LO REFERENTE A LA FABRICACIÓN DE ALFOMBRAS TAMBIÉN SE EMPLEAN CON TECNOLOGÍA Y MAQUINARIA EQUIVALENTES A LA UTILIZADA EN EL RESTO DEL MUNDO, SIN EMBARGO PARTE DE LA CAPACIDAD INSTALADA QUEDA FUERA DE USO.

QUE EL SECTOR ES COMPETITIVO INTERNACIONALMENTE, EN ALGUNOS CASOS ESTA COMPETITIVIDAD SE VE AFECTADA POR EL INSUFICIENTE ABASTO DE MATERIAS PRIMAS NATURALES Y OTROS INSUMOS, ASÍ COMO POR EL REZAJO EN INVERSIÓN Y TECNOLOGÍA.

CONFECCION

LOS PROCESOS DE CONFECCION SON INTENSIVOS EN MANO DE OBRA. PARA EFECTOS PRÁCTICOS EL 50% DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN IRVEN LOS MATERIALES Y EL 50 % RESTANTE LA MANO DE OBRA. EL SECTOR CUENTA CON 9,125 EMPRESAS Y GENERA MÁS DE 600 MIL S DIRECTOS, QUE REPRESENTAN CERCA DEL 70% DEL TOTAL DE LA INDUSTRIA.

BAJO COSTO DE ENTRADA A ESTE SECTOR A PERMITIDO EL ESTABLECIMIENTO DE LOCALES PEQUEÑOS MUCHOS DE ELLOS CON MENOS DE 10 IS, DISPERSOS EN TODA LA REPÚBLICA. EL 96% DE LOS ESTABLECIMIENTOS SON MICRO O PEQUEÑAS EMPRESAS Y MUCHAS SE ENCUENTRAN EN DIFERENTES CIUDADES PARTICULARMENTE EN LA CIUDAD DE MEXICO Y EN LA FRONTERA NORTE. CON ALGUNAS EXCEPCIONES, PARTICULARMENTE EN LA INDUSTRIA MAQUILADORA LA MAYORÍA DE LAS EMPRESAS SON MEXICANAS EN UN 100 %.

EL SECTOR NO TIENE SERIOS PROBLEMAS CON EL ABASTECIMIENTO DE INSUMOS. NO OBSTANTE ENFRENTA ALGUNAS DIFICULTADES POR LOS ALTOS PRECIOS DE LOS MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN Y SU POCO VERSATILIDAD ANTE LOS CAMBIOS DE LA MODA.

COMERCIALIZACION

CON EXCEPCIÓN DE LAS FIBRAS SINTÉTICAS Y ARTIFICIALES Y ALGUNOS DE SUS HILADOS, ASÍ COMO DE CIERTOS HILADOS DE ALGODON, LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS MEXICANOS ES DÉBIL EN EL EXTERIOR. ESTA DEBILIDAD SE EXPLICA, EN GRAN PARTE, POR EL EFECTO DE LAS CUOTAS QUE ESTADOS UNIDOS IMPONE A LOS PRODUCTOS TEXTILES MECINADOS POR EL ACUERDO MULTIFIBRAS AL INHIBIR LA EXPORTACIÓN EN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN ANTE LA INCERTIDUMBRE DE LOGRAR UN MAYOR ACCESO QUE JUSTIFIQUE ESTAS INVERSIONES.

MAQUILADORAS

LAS MAQUILADORAS TEXTILES JUEGAN UN IMPORTANTE PAPEL EN LA GENERACIÓN DE EMPLEOS YA QUE ACTUALMENTE OCUPAN ALREDEDOR DE 42 MIL PERSONAS, LO QUE REPRESENTA EL 9.5% DEL TOTAL OCUPADO EN EL SECTOR.

EL NÚMERO DE PLANTAS PARA PRODUCTOS TEXTILES MOSTRÓ UNA TENDENCIA ASCENDENTE EN LOS AÑOS 80'S, LLEGANDO A 245 ESTABLECIMIENTOS EN 1989, LO QUE REPRESENTO EL 14.8% DEL TOTAL. LA PARTICIPACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS TEXTILES EN EL VALOR AGREGADO TOTAL DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA FUE DE 6% EN 1990 Y LA MAYOR PARTE ESTÁ DEDICADA DE LLENO A LA CONFECCIÓN DE ROPA USANDO LAS CONFECCIONES EN CUERO Y PIELS.

COMERCIO CON ESTADOS

UNIDOS Y CANADA

LA INDUSTRIA TEXTIL MEXICANA, EXCLUYENDO A LAS 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 DINÁMISMO DE LAS IMPORTACIONES.

ESTA INFORMACIÓN SE PUEDE OBSERVAR EN LOS GRÁFICOS QUE SE OFRECEN SOBRE LA BALANZA COMERCIAL TEXTIL DE MÉXICO CON EL MUNDO (VER ANEXO, CUADRO 1), BALANZA CON ESTADOS UNIDOS (VER ANEXO, CUADRO 2), BALANZA CON CANADÁ (VER ANEXO, CUADRO 3), EN ELAS SE ILUSTRA LA PARTICIPACIÓN DE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ EN LAS IMPORTACIONES MEXICANAS.

MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

CIÓN.

Los índices inflacionarios mostrados por el Banco de México, han reestructurado los diversos conceptos que existen en la definición de micro y pequeñas empresas: por ejemplo en la primera reunión de apoyo a la mediana empresa que el 13 de marzo de 1983, se dieron a conocer las modificaciones en relación al capital contable como determinantes para establecer el instrumento definitorio del tamaño y concepto de cada empresa. Con lo que respecta a nuestro tema en un momento el monto de la inversión era de 100,000 hasta 10 millones, ahora fluctúa de 1 a 50 millones.

El número de personal ocupado era de 1 hasta 10 trabajadores en la micro y de 1 hasta 15 trabajadores en la pequeña, ahora ambas de 1 hasta 15 trabajadores.

En este país, algunas instituciones las clasifican por sus características estructurales, ya que las variables que normalmente se usan para ello, son: Número de trabajadores y Capital invertido.

CRITERIO PARA SU CLASIFICACION

Existen varios criterios para clasificar a la micro y pequeña empresa y en realidad existen muy pocas diferencias entre ambas; la clasificación de ésta, va de acuerdo a los objetivos que persigue, así como por los factores que comunmente son tomados en cuenta y son los siguientes:

- a) Por el número de trabajadores.
- b) Por el capital contable.
- c) Por los activos fijos.
- d) Por la tecnología aplicada.
- e) Por el valor de su producción.
- f) Por las ventas netas, entre otros.

El doctor Alfred W. Klein economista, desarrolló para el Banco de México, un trabajo sobre la pequeña industria en nuestro país, en el que enumera a su juicio las características principales de este tipo de empresas:

El tamaño corresponde al grado de limitación de los programas de trabajo de cada una de ellas y a la capacidad de los recursos para administrarlos.

Operan en un mercado limitado o dentro de un mercado más amplio a un reducido número de clientes.

DIRIGEN PRODUCTOS COMUNES CON TENDENCIA A UNA CIERTA ESPECIALIDAD, USANDO SENCILLOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN.

UTILIZAN MATERIAS PRIMAS LOCALES DE FÁCIL ACCESO NO SIEMPRE CONSERVABLES O BIEN MATERIALES SEMI-TERMINADOS.

LAS EMPRESAS PARTICIPAN DIRECTAMENTE EN LA ELABORACIÓN, O EN LA SUPERVISIÓN MEDIANTE UN REDUCIDO NÚMERO DE CAPATACES.

DISPONEN DE RECURSOS FINANCIEROS BASTANTE LIMITADOS.

LOS DUEÑOS O EMPRESARIOS TIENE A SU CARGO LA VENTA DIRECTA DE LOS PRODUCTOS O SUPERVISAN ÉSTA EN FORMA DIRECTA.

LOS SISTEMAS DE CONTROL Y CONTABILIDAD TIENDEN A TENER COMÚNMENTE ERRORES.

LA ESTRUCTURA PARA LA CLASIFICACIÓN LA MARCA DE LA SIGUIENTE FORMA:

NO TIENEN COMO ESCASA LA ESPECIALIZACIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN, YA QUE GENERALMENTE ES UN SOLO HOMBRE EL QUE ADMINISTRA Y DIRIGE LA EMPRESA.

EXISTE UN CONTACTO ESTRECHO Y DIRECTO ENTRE EL DUEÑO Y LOS EMPLEADOS.

ES DIFÍCILMENTE PUEDEN OBTENER RECURSOS FINANCIEROS EN EL MERCADO DE CAPITAL.

MICRO Y PEQUEÑA

CARACTERÍSTICAS DEL AMBITO DE OPERACION ESTRATEGICA

EN LA GENERALIDAD DE LOS CASOS EL GERENTE GENERAL ES EL DUEÑO.

EL GERENTE GENERAL EFECTUA CASI TODAS LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN.

SU ÁMBITO DE OPERACIÓN ES SOCIAL.

ORGANIZACIÓN CON CARACTERÍSTICAS SENCILLAS.

Propiedad individual.

EL GERENTE O ADMINISTRADOR CONOCE PERFECTAMENTE AL PERSONAL Y SUS FUNCIONES DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN.

DEBIDO A LA FALTA DE PLANEACIÓN REGISTRAN UN ALTO PORCENTAJE DE FRACASOS.

ACTUAN EN UN MERCADO LOCAL DIFÍCILMENTE DEFINIDO Y SUJETO A MUCHOS INPONDERABLES EN EL GUSTO DEL CLIENTE Y SATISFACCIÓN.

LOS FRACASOS Y CRITERIOS EN DIVERSOS PAÍSES SE UTILIZAN PARA AMBAS ORGANIZACIONES.

EL GOBIERNO MEXICANO APOYA AL MICRO Y PEQUEÑO INDUSTRIAL, POR TAL MOTIVO HA CREADO ORGANISMOS, LOS CUALES ENMARCAN A LA MEDIANA EMPRESA BAJO DIVERSOS CRITERIOS.

EN EL SIGUIENTE CUADRO MENCIONAREMOS ALGUNOS COMUNES:

CANTIDAD	CRITERIO	CLASIFICACION
NAFIN	No.de Trabajadores	1 A 15 empleos.
DANACINTRA	No.de Trabajadores	1 A 15 empleos.
SEC. TRABAJO	No. de Trabajadores	1 A 22 empleos.
SERVICIO NAC. DE ADIESTRA- MIENTO DE LA MANO DE OBRA.	NO. de Trabajadores	5 trabajadores MÍNIMO.

LA PEQUEÑA EMPRESA PRÁCTICAMENTE SE ENCUENTRA EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL, LO CUAL DEBE COADYUVAR A ALCANZAR UN DESARROLLO REGIONAL MÁS EQUILIBRADO.

SIN EMBARGO, A PESAR DE SU IMPORTANCIA, ESTE SECTOR SE ENCUENTRA REZAGADO, FRAGMENTADO Y DESARTICULADO DE LA GRAN EMPRESA, LO CUAL SE HA TRADUCIDO EN UNA ESCAZA PRODUCTIVIDAD Y BAJOS NIVELES DE CALIDAD, ASÍ COMO EN UNA POTENCIAL BARRERA PARA SU PARTICIPACIÓN EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.

ASIMISMO, SE ENFRENTA A UNA DEFICIENTE ADMINISTRACIÓN DE TIPO FAMILIAR QUE SE CARACTERIZA POR LA EXISTENCIA DE UN HOMBRE ORQUESTA, ENCARGADO AL MISMO TIEMPO, DE LAS FINANZAS, LA ADMINISTRACIÓN, LAS VENTAS Y LA PRODUCCIÓN.

AUNADO A LO ANTERIOR, AFRONTA PROBLEMAS DE ACCESO AL CRÉDITO; DE FALTA DE CAPACITACIÓN DE SU PERSONAL; DE OBSOLENCIA EN SU EQUIPO ; DE UNA LIMITADA CULTURA COMERCIAL Y MERCADOLÓGICA, ETC.

POR LO QUE SE REFIERE A LA APERTURA COMERCIAL, SI BIEN ESTA HA IMPLICADO EL CIERRE DE VARIAS PEQUEÑAS INDUSTRIAS, LAS QUE HAN SOBREVIVIDO A ESTE PROCESO Y LAS QUE HAN SURGIDO EN AÑOS RECIENTES, HAN LOGRADO DE UNA U OTRA FORMA MEJORAR SUS PROCESOS PRODUCTIVOS, AÚN CUANDO LA COMPETENCIA DEL EXTERIOR SIQUE SIENDO UN SERIO PROBLEMA PARA ESTE TIPO DE EMPRESAS.

POR ELLO, ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD Y FAVORECER SU GESTACIÓN Y CRECIMIENTO, SON CONDICIONES FUNDAMENTALES PARA FORTALECER EL MERCADO INTERNO Y POR ENDE PARA INCREMENTAR EL EMPLEO Y ELEVAR EL NIVEL DE VIDA DE LA POBLACIÓN.

SIN EMBARGO, SUS BAJOS INGRESOS HAN FOMENTADO LA INFORMALIDAD DE SUS ACTIVIDADES Y COMO SE SEÑALÓ, TAMBIÉN HAN COMPLICADO EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO, LO CUAL HA GENERADO UN CÍRCULO VICIOSO QUE ES NECESARIO ROMPER; DE AHÍ QUE EL GOBIERNO ATRAVÉS DE LA SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, DE NACIONAL FINANCIERA PRINCIPALMENTE, HAYA PUESTO EN MARCHA UNA SERIE DE MECANISMOS PARA ESTIMULAR SU DESARROLLO.

A PRINCIPIOS DE 1991, EL GOBIERNO FEDERAL DIÓ A CONOCER EL PROGRAMA PARA LA MODERNIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA INDUSTRIA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA, EN EL QUE SE ESTABLECIERON SIETE ESTRATEGIAS BÁSICAS PARA APOYAR EL DESARROLLO DE ESTE TIPO DE EMPRESAS, Y QUE PERSIGUEN LOS SIGUIENTES FINES:

- a) INCREMENTAR LA EFICIENCIA PRODUCTIVA.
- b) IMPULSAR LA ADOPCIÓN DE NORMAS DE CALIDAD Y LA CAPACITACIÓN GERENCIAL Y DE MANO DE OBRA.
- c) ORGANIZAR EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.
- d) FOMENTAR LA ESPECIALIZACIÓN EN PRODUCTOS Y PROCESOS EN LOS QUE SE PUEDAN DESARROLLAR VENTAJAS COMPETITIVAS,
- e) CONTINUAR CON LA DESREGULACIÓN, DESCONCENTRACIÓN Y SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA.
- f) CONVOCAR A UNA PARTICIPACIÓN DE LOS SECTORES PRIVADO Y SOCIAL, SIN LA CUAL NO ES POSIBLE EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS.

DICHO PROGRAMA TAMBIÉN PRETENDE EL QUE SE GENERE LA ORGANIZACIÓN INTEREMPRESARIAL, A FIN DE QUE LAS EMPRESAS SUMEN SUS ESFUERZOS PARA TRABAJAR Y APROVECHAR INTEGRALMENTE SOLO SUS VENTAJAS, SINO TAMBIÉN LAS QUE SE DERIVEN DE SUS CLIENTES Y PROVEEDORES.

OTRA PRIORIDAD ES ALCANZAR UNA PARTICIPACIÓN MÁS ACTIVA DE LAS PEQUEÑAS COMPAÑÍAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL, YA SEA ATRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DIRECTA, O EN MANCUERNA CON LAS EXPORTADORAS.

ASIMISMO, EL PROGRAMA PERSIGUE QUE EL CRÉDITO SEA OPORTUNO, SUFICIENTE Y ADECUADO PARA LOS DIFERENTES ESTRATOS INDUSTRIALES, NO SOLO PARA DARLES LIQUIDEZ Y CAPITAL DE TRABAJO, SINO PARA IMPULSAR SU CRECIMIENTO Y MODERNIZACIÓN.

OJALÁ QUE ESTOS OBJETIVOS SE LOGREN, PUES MÁS ALLÁ DE LOS PELIGROS Y LIMITACIONES QUE ENFRENTAN ESTE TIPO DE EMPRESAS PARTICULARMENTE LA DE LA CONFECCIÓN, LA ECONOMÍA MEXICANA PUEDE ENCONTRAR EN ESTE SECTOR UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA AMPLIAR SU BASE INDUSTRIAL.

AÚN CUANDO EL RETO PARESCA MUY GRANDE, IMPULSAR Y HACER EFICIENTE Y COMPETITIVA A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, REPRESENTA UNA TAREA QUE DE NINGUNA FORMA SE DEBE DE MENOSPRECIAR.

LA MICRO Y PEQUEÑAS CONFECCIONISTAS DE MEXICO.

¿ QUE ESTRATEGIA SEGUIR ?

EN CARA AL TRATADO DE LIBRE COMERCIO, PRÁCTICAMENTE TODOS LOS ORGANISMOS GUBERNAMENTALES Y DEL SECTOR PRIVADO RELACIONADOS A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA CONFECCIONISTA EXPRESAN SU PREOCUPACIÓN POR SU SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS. Y NO ES PARA MENOS SI CONOCE QUE LA MAYORÍA DE LOS ESTABLECIMIENTOS CONFECCIONISTAS EN MÉXICO SON MICRO O PEQUEÑOS, ADMÉAS DE SER IMPORTANTES GENERADORES DE EMPLEO.

EN LA ACTUAL ADMINISTRACIÓN GUBERNAMENTAL SE HA AUNADO EN LAS MEDIDAS ENCAMINADAS A SIMPLIFICAR LOS TRÁMITES TRIBUTARIOS DEL SECTOR, ASÍ COMO DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN, ASISTENCIA TÉCNICA Y DESARROLLO TECNOLÓGICO PARA EL SECTOR. TAMBIÉN EN EL ÁMBITO FINANCIERO, A TRAVÉS DE BANCOMEXT SE PRETENDER OTORGAR \$700 MILLONES DE DÓLARES A MICROEMPRESARIOS EXPORTADORES Y LA COMISIÓN DE FOMENTO CANALIZARÁ UNA BUENA SUMA QUE SE CANALIZARÁ AL BENEFICIO DE 300,000 COMPAÑÍAS.

OTRO MECANISMO ES EL DE SE HA ANUNCIADO EL FORTALECIMIENTO DE ORGANISMOS QUE FUNCIONAN COMO INTERMEDIARIOS FINANCIEROS, TALES COMO UNIONES DE CRÉDITO Y LAS SOCIEDADES DE AHORRO PRINCIPALMENTE.

CON UNA VISIÓN A MEDIANO PLAZO - Y CON LA EXPERIENCIA QUE VIVEN LOS MODELOS ITALIANO Y JAPONÉS -, SE HA PODIDO PROPONER LA REGURACION DE PEQUEÑAS EMPRESAS EN CONSORCIOS AFÍN DE INCREMENTAR SU CAPACIDAD DE GESTIÓN, ASÍ COMO DE SU ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y LA TECNOLOGÍA PARA ABATIR COSTOS.

ES FRECUENTE OBSERVAR A EMPRESARIOS MICRO Y PEQUEÑOS, QUE CITEN LOS OBSTÁCULOS QUE ENFRENTAN PARA ACCEDER A UN CRÉDITO POR PARTE DE LAS INSTITUCIONES, JUNTO CON SU ALTO COSTO. ADEMÁS DE LA CARENCIA DE APOYO EN MATERIA TECNOLÓGICA QUE LES PERMITA REPARAR SU REZAÑO HISTÓRICO.

SIN DUDA ALGUN UN ACERCAMIENTO A LA SOLUCIÓN DE ESTA PROBLEMÁTICA REAL QUE SOMETE A LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS TIENE QUE PASAR POR LA MODIFICACIÓN PROFUNDA DE LA ESTRUCTURA ACTUAL DEL SECTOR; ASÍ LAS ACCIONES QUE SE EMPRENDAN AHORA TENDRÁN EFECTOS SOLO EN EL TIEMPO, ADMÁS DE QUE ESTE ALCANCE DEPENDERÁ DE LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES Y SU CORRECTA APLICACIÓN.

ASÍ, LA ATENCIÓN DE LAS CUESTIONES DE CORTO PLAZO NO ES EL ÚNICO RETO PARA ESTE SEGMENTO DEL APARATO PRODUCTIVO. EN REALIDAD EL NIVEL QUE EXIGE LA APERTURA COMERCIAL PLANTÉA NUEVOS DESAFÍOS EN MATERIA DE CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD.

EL DEZPLAZAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL POR EL CRECIENTE FLUJO DE IMPORTACIONES DE ROPA, COLOCA A MUCHAS ENTIDADES EMPRESARIALES EN RIESGO DE DESAPARECER, SI NO LOGRAN CONSOLIDARSE A LOS CAMBIOS DE RITMO QUE HA IMPUESTO LA APERTURA ECONÓMICA.

ANTE TAL SITUACIÓN ES NECESARIO QUE LAS COMPAÑÍAS DEN RESPUESTA CONOCIENDO SU SITUACIÓN ANTE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO Y OBSERVAR EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA LA HERRAMIENTA FUNDAMENTAL QUE EN EL PRESENTE AYUDE A DEFINIR AMPLIAMENTE SU LABOR Y FUNDAMENTO EN LA ECONOMÍA DEL PAÍS.

TRATADO DE LIBRE COMERCIO

LA INDUSTRIA MEXICANA LLEVA AL REDEDOR DE 7 AÑOS PREPARÁNDOSE PARA PARTICIPAR EN EL COMERCIO MUNDIAL GLOBALIZADO. DURANTE ESTA ETAPA LA CONCAMIN HA INSISTIDO EN QUE LA COMPETITIVIDAD ES UN LOGRO QUE DEBE SER DE INTERÉS PARA TODA LA SOCIEDAD MEXICANA. ES DECIR A LAS EMPRESAS CORRESPONDE LA EFICIENCIA, EFICACIA Y PRODUCTIVIDAD, MIENTRAS AL GOBIERNO Y AL RESTO DE LA SOCIEDAD LES CORRESPONDE QUE EXISTAN CONDICIONES POLÍTICO, ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES PROPICIAS PARA EL MEJORAMIENTO DEL APARATO PRODUCTIVO NACIONAL Y CON ÉL EL DEL EMPLEO.

ESTA OPORTUNIDAD DE MÉXICO DE PARTICIPAR EN EL COMERCIO MUNDIAL GLOBALIZADO PARECE ESTAR MAS CERCA QUE NUNCA, YA QUE LA FIRMA DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE MÉXICO, ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ ES INMINENTE.

LAS NEGOCIACIONES A LA FECHA ESTÁN TERMINADAS, EL PASO SIGUIENTE SON LOS TRÁMITES QUE HARAN DEL DOCUMENTO, PRIMERAMENTE UN ACUERDO EJECUTIVO ENTRE LOS GOBIERNOS, PARA QUE LOS PODERES LEGISLATIVOS DE LOS TRES PAISES LO CONVIERTAN POSTERIORMENTE EN LEY, PARA REGULAR EL COMPORTAMIENTO COMERCIAL TANTO DE LOS GOBIERNOS COMO DE LOS PARTICULARES EN TODA EL ÁREA DE NORTEAMÉRICA.

A PARTIR DE AHORA SE DEBERA DE PONER ESPECIAL ATENCIÓN POR PARTE DE LOS EMPRESARIOS, LOS TRABAJADORES Y EL GOBIERNO EN LA CREACIÓN DE PROGRAMAS DIRIGIDOS A LA EXPORTACIÓN, QUE APORTEN A NUESTRO PAÍS LAS DIVIDIAS NECESARIAS, NO SOLO PARA CONTINUAR EL PROCESO DE MODERNIZACIÓN SINO PARA FINANCIAR NUESTRO DEARROLLO DADO NUESTRO BAJO NIVEL DE AHORRO INTERNO Y DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA.

ES ASÍ ENTONCES COMO LA ORIENTACIÓN DE LA POLÍTICA INDUSTRIAL MEXICANA HACIA EL MERCADO EXTERNO SURGE COMO LA " GRAN ESPERANZA", DE QUE LOS MEXICANOS PODAMOS HACER EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO EL INSTRUMENTO IDÓNEO PARA DARLE A NUESTRO

EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO TIENE IMPLICACIONES POLÍTICAS Y ECONÓMICAS QUE PUEDEN REPRESENTAR CIERTAS VENTAJAS Y TAMBIÉN CIERTAS DESVENTAJAS PARA MÉXICO SEGÚN LA ANTICIPACIÓN DE ALGUNOS INVESTIGADORES.

LAS RELACIONES ENTRE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS SON MUY POSITIVAS, PERO MUCHO VA A DEPENDER DE LO QUE SUCEDA CON EL TRATADO PARA SEGUIR CON TALES RELACIONES DE IGUAL MANERA EN EL FUTURO .

EN CASO DE QUE EL TLC, QUEDARA BLOQUEADO EN LO QUE RESTA DEL SEXENIO EL PRESIDENTE SALINAS VA A TENER QUE AGUANTAR ATAQUES Y PRECISIONES SUMAMENTE FUERTES DENTRO DEL PAÍS PARA RESPONDER ANTE EL PUEBLO Y LA CLASE POLÍTICA, DENTRO DE ESTAS CONDICIONES SERÍA MUCHO MÁS DIFÍCIL SEGUIR COLABORANDO CON EL GOBIERNO ESTADOUNIDENSE EN CUESTIONES COMO EL NARCOTRÁFICO, LA MIGRACIÓN Y EL MEDIO AMBIENTE.

A PESAR DE QUE SERÍA DIFÍCIL LA APROVACIÓN DEL TLC POR LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE ESTADOS UNIDOS (DE RECESIÓN) YA SE LOGRO, LO UNICO QUE FALTA ES QUE SE FIRME LA INICIACIÓN DE ESTE, QUE SERÍA LIBRAR EL ÚLTIMO OBSTACULO DE ESTAS NEGOCIACIONES.

PAPECE QUE LA RECESIÓN DE ESTADOS UNIDOS NO ESTÁ AGOBIANDO A MÉXICO, HASTA EL MOMENTO, PERO LA ECONOMÍA SEGUIRÁ POR VARIOS AÑOS. ESTO TIENE QUE AFECTAR LA CONFIANZA DEL SECTOR PRIVADO EN MÉXICO, LAS INVERSIONES, EL MERCADO PARA LOS PRODUCTORES MEXICANOS EN ESTADOS UNIDOS, TANTO LOS BENEFICIOS DE ESTE TRATADO COMO LOS PELIGROS SON MUCHO MÁS REDUCIDOS PARA MÉXICO QUE PARA LOS ESTADOS UNIDOS. EL PELIGRO PRINCIPAL SE PRESENTA EN EL SECTOR AGRÍCOLA SOBRE TODO PARA LOS PRODUCTORES DE MAÍZ.

PARA MÉXICO EL TLC ES MUY IMPORTANTE PARA SU POLÍTICA INTERNA Y DEBERÁ TENER MUCHO CUIDADO CON LA MIGRACIÓN DEL CAMPO A CIUDADES. ESTADOS UNIDOS RECONOCE ESE PELIGRO Y ESTÁ DISPUESTO A HACER CONCESIONES EN ESE ÁMBITO, YA QUE LE INTERESA PRECIONAR EN EL SECTOR PETROLERO Y AUTOMOTRIZ DONDE FORMARÁ POSICIONES PROTECCIONISTAS.

EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO PUEDE SER LA MEDIDA NECESARIA Y SUFICIENTE PARA CONSOLIDAR EN MÉXICO LA TASA DE CRECIMIENTO NÓMICO MÁS ALTA EN LOS ÚLTIMOS 10 O 15 AÑOS. SI MÉXICO PASARA DE UN CRECIMIENTO DE 4.5 % A UNO DE 6 O 7%, ESTO SERÍA SOLUCIÓN A MEDIADO Y LARGO PLAZO A SUS PROBLEMAS.

EL TLC PODRÍA HACER DE MÉXICO LA POTENCIA ECONÓMICA DEL TERCER MUNDO Y TAMBIÉN EL MEJOR EXPORTADOR.

EL TLC SE RELACIONA CON TRES ASPECTOS BÁSICOS:

UNA ESTRATEGIA ECONÓMICA MUCHO MÁS AMPLIA, QUE EMPEZO CON LA APERTURA OBTENIDA DEL GATT, ENCAMINADA A LA FORMACIÓN DE ZONAS COMERCIALES.

ESTADOS UNIDOS TIENE QUE ASOCIARSE CON SU BLOQUE GEOGRÁFICO NATURAL, NORTEAMÉRICA. ANTE ESTO MÉXICO NO PUEDE ESTAR AFUERA DE TODO RECORDANDO QUE DURANTE LA ÉPOCA DE 1960 PRETENDIÓ DIVERSIFICAR SU MERCADO SIN ÉXITO ALGUNO,

ES UNA MEDIDA IDEOLÓGICA CON EFECTOS PSICOLÓGICOS INMEDIATOS. EN MÉXICO SE PLANTEO MODIFICAR LA FORMA PROTECTORA DEL ESTADO HACIENDO UNA POLÍTICA DE MODERNIZACIÓN ECONÓMICA, LO QUE IMPLICA ATENDER LAS NECESIDADES DEL COMERCIO EXTERIOR.

DESPUES DE TRES SEXENIOS EN LOS QUE MÉXICO MANTUVO ACTITUDES BELIGERANTES HACIA ESTADOS UNIDOS, EL ACTUAL GOBIERNO NO PUDO ESTABLECER BUENAS RELACIONES BILATERALES CON UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO.

EL TRATADO ES UN CONJUNTO DE REGLAS QUE LOS TRES PAÍSES ACORDARON PARA VENDER Y COMPRAR PRODUCTOS DE AMÉRICA DEL NORTE. SE LLAMA TRATADO DE LIBRE COMERCIO PORQUE ESTAS REGLAS DEFINEN COMO Y CUANDO SE ELIMINARAN LAS BARRERAS AL LIBRE PASO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ENTRE LAS NACIONES; ESTO ES, COMO Y CUANDO SE ELIMINARAN LOS PERMISOS, LAS CUOTAS Y LAS LICENCIAS ADemás DE LAS TARIFAS Y IMPUESTOS, ES DECIR LOS IMPUESTOS QUE SE COBRAR POR IMPORTAR UNA MERCANCÍA.

VENTAJAS Y RETOS DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

- Vincula a México a uno de los centros de la economía mundial.
- ASUGURA UN ACCESO AMPLIO Y PERMANENTE DE NUESTROS PRODUCTOS AL GRAN MERCADO DE AMÉRICA DEL NORTE, QUE TIENE MÁS DE 360 MILLONES DE PERSONAS. POR LO TANTO DA MÁS EMPLEO A LOS MEXICANOS AL PRODUCIR PARA MÁS GENTE A MENOR COSTO Y CON MEJOR EFICIENCIA.
- EL TRATADO DA REGLAS CLARAS Y CERTIDUMBRES AL INTERCAMBIO CON EL NORTE.
- SE PODRÁ ESPECIALIZAR LA PRODUCCIÓN DONDE SE TIENEN VENTAJAS DE CLIMAS, RECURSOS Y HABILIDADES Y SE PODRÁ UTILIZAR TECNOLOGÍA MÁS AVANZADA.
- SE ENCONTRARÁ MÁS VARIEDAD DE PRODUCTOS DE MEJOR CALIDAD Y A MÁS BAJO PRECIO.

El tratado significa más empleo y mejor pagado para los mexicanos, más inversión y crecimientos rápido.

Los productores, los comerciantes, los trabajadores y quienes ofrecen servicios tendrán que esforzarse más para competir eficazmente, ofrecer artículos de calidad y de buen precio, y aprender a adaptarse; se tiene que seguir saneando la economía y hacer crecer la infraestructura de comunicaciones, carreteras servicios y que las industrias y empresas lleguen a donde vive la gente.

" EN TRAVES DE TRATADO DE LIBRE COMERCIO, PORQUE QUEREMOS QUE LA ECONOMÍA CREZCA A TASAS MÁS ALTAS Y POR LO TANTO, CON INCREMENTOS EN LA PRODUCTIVIDAD PARA PROPORCIONAR SALARIOS REALES MÁS ALTOS A LOS TRABAJADORES SOBRE UNA BASE PERMANENTE"4

4. SALINAS DE GORTARI CARLOS. INFORME CON MOTIVO DE LA FIRMA
CADENA NACIONAL.

del Tratado de Libre Comercio, Agosto, 1992,

ACASO EN LAS NEGOCIACIONES, SIN EMBARGO, PODRÍA TENER DOS CONSECUENCIAS NEGATIVAS PARA NUESTRO PAÍS: SERÍA UN GOLPE SEVERO PARA EL PRESIDENTE Y SU ADMINISTRACIÓN; A FIN DE CUENTAS, EL TRATADO NO SOLO ES UNA PIEZA CLAVE PARA LA ECONOMÍA, SINO QUE IMPLICA UN ENORME RIESGO POLÍTICO PARA EL GOBIERNO EN ESTAS NEGOCIACIONES. LA PRIMERA CAUSA SERÍA UN GOLPE A LA REFORMA ECONÓMICA COMO RESULTADO DE ALTERAR SUS EXPECTATIVAS, ADEMÁS DE QUE DEPENDERÍA COMPLETO DE LA MANERA COMO EL GOBIERNO MANEJA SU PROCESO POLÍTICO.

LO TANTO, CUALQUIER INTENTO POR PREVENIR ESTA REFORMA SE TRADUCIRÍA EN UN MENOR CRECIMIENTO, EN MENORES NIVELES DE EMPLEO Y EN MENOR NUMERO DE FUENTES DE EMPLEO PARA LOS MEXICANOS.

UN ACUERDO ÉXITOSO NO SOLO FORTALECERÍA AL GOBIERNO SINO QUE LE CONFERIRÍA A LA REFORMA UNA DINÁMICA PROPIA. LA REFORMA SERÍA EN ALGO INDISPENSABLE Y OBLIGATORIO PARA LOS GOBIERNOS FUTUROS, TANTO EN TÉRMINOS POLÍTICOS COMO EN TÉRMINOS ECONÓMICOS; DE OTRA MANERA, LA COMPETENCIA DEL PAÍS NO SE MANTENDRÍA ASÍ COMO SU ESTABILIDAD. MÉXICO PASARÍA A FORMAR PARTE DEL MUNDO MÁS GRANDE DEL MUNDO.

LA RACIONALIDAD DE ACUERDO DEL LIBRE COMERCIO TANTO ECONÓMICA COMO POLÍTICA, SE INSCRIBE EN EL PANORAMA MÁS AMPLIO DE LA ECONOMÍA POR LA COMPETITIVIDAD ENTRE LOS GRANDES BLOQUES ECONÓMICOS DEL MUNDO.

EL TRATADO DEL LIBRE COMERCIO ES, EN EL ÚLTIMO DE LOS CASOS, UNA PIEZA CENTRAL DEL PROCESO DE REESTRUCTURACIÓN COMERCIAL QUE SE LLEVA A CABO EN TODO EL MUNDO, EN ARAS DE ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD Y SER COMPETITIVOS INTERNACIONALMENTE.

PROGRAMA GENERAL DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

EN ESTE APARTADO SE TRATA DE DAR UN PROGRAMA GENERAL DE LO QUE ES Y REPRESENTA EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC), EN AMÉRICA DEL NOROCCIDENTE.

EL 12 DE AGOSTO DE 1992, EL SECRETARIO DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL DE MÉXICO, JAIME SERRA; EL MINISTRO DE INDUSTRIA, ENERGÍA, TECNOLOGÍA Y COMERCIO INTERNACIONAL DE CANADÁ, MICHAEL WILSON; Y LA REPRESENTANTE COMERCIAL DE ESTADOS UNIDOS, GARY HILLS, CONCLUYERON LAS NEGOCIACIONES DEL TLC.

EN ESTE APARTADO SE EXPONEN LOS PRINCIPIOS Y ASPIRACIONES QUE CONSTITUYEN EL FUNDAMENTO DEL TRATADO. LOS TRES PAÍSES CONFIRMAN SU COMPROMISO DE PROMOVER EL EMPLEO Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO, MEDIANTE LA EXPANSIÓN DEL COMERCIO Y LAS OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN LA ZONA DE LIBRE COMERCIO.

OBJETIVOS Y OTRAS DISPOSICIONES INICIALES

LAS DISPOSICIONES INICIALES DEL TLC ESTABLECEN FORMALMENTE UNA ZONA DE LIBRE COMERCIO ENTRE MÉXICO, CANADÁ Y ESTADOS UNIDOS, DE ACUERDO CON LA OPORTUNIDAD DE ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES ADUANEROS Y COMERCIO (GATT).

LOS OBJETIVOS DEL TRATADO SON: ELIMINAR BARRERAS AL COMERCIO, PROMOVER CONDICIONES PARA UNA COMPETENCIA JUSTA, INCREMENTAR LAS OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN, PROPORCIONAR PROTECCIÓN ADECUADA A LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL, ESTABLECER PROCEDIMIENTOS EFECTIVOS PARA LA APLICACIÓN DEL TRATADO Y LA SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS, ASÍ COMO FOMENTAR LA COOPERACIÓN ENTRE LOS PAÍSES.

lateral, regional y multilateral. Para efectos de interpretación en caso de conflicto, se establece que prevalecerán las posiciones del tratado sobre las de otros convenios aunque existen excepciones a esta regla general.

Por ejemplo, las disposiciones en materia comercial, en algunos convenios ambientales prevalecerán sobre el TLC, de conformidad con el requisito de minimizar la incompatibilidad de estos convenios con el TLC.

REGLAS DE ORIGEN

El TLC prevee la eliminación de todas las tasas arancelarias sobre los bienes que son originarios de México, Canadá y Estados Unidos en el transcurso de un período de transición.

Para determinar cuáles bienes son susceptibles de recibir trato arancelario preferencial, son necesarias las reglas de origen.

Las disposiciones sobre reglas de origen contenidas en el tratado están diseñadas para:

asegurar que las ventajas del TLC se otorguen solo a bienes producidos en la región de América del Norte y no a bienes que se laboren total o en su mayor parte por otros países.

Establecer reglas claras y obtener resultados previsibles.

Reducir los obstáculos administrativos para los exportadores, importadores y productores que realicen actividades comerciales en el marco del tratado.

Las reglas de origen disponen que los bienes se consideran originarios de la región cuando se produzcan en su totalidad en los países de América del Norte.

Los bienes que contengan materiales que no provengan de la zona también se consideran originarios, siempre y cuando los materiales ajenos a la región sean transformados en cualquier país socio del TLC. Dicho tratado contiene una disposición similar a la existente en el acuerdo de libre comercio entre Canadá y Estados Unidos (ALC), que permite considerar los bienes como originarios cuando el bien terminado se designe específicamente en la misma subpartida arancelaria que sus componentes y cumpla con el requisito de contenido regional.

El porcentaje específico de contenido regional podrá calcularse utilizando el método de valor de transición o el de costo neto. El método de valor de transición se basa en el precio pagado o pagadero por un bien, lo que evita recurrir a sistemas contables complejos.

El método de costo neto sustrae del costo total del bien, los costos por regalías, promoción de ventas, empaque y embarque.

ADMINISTRACION ADUANERA

Con el propósito de asegurar de que solo se otorgue trato arancelario preferencial a los bienes que cumplan en las reglas de origen y de que los importadores, exportadores y productores de los tres países obtengan certidumbre y simplificación administrativa. El TLC incluye disposiciones en materia aduanera que establecen:

MENTOS UNIFORMES QUE ASEGURAN LA APLICACIÓN, ADMINISTRACIÓN E INTERPRETACIÓN CONGRUENTE DE LAS REGLAS DE ORIGEN.

CERTIFICADO DE ORIGEN UNIFORME, ASÍ COMO REQUISITOS DE CERTIFICADOS Y PROCEDIMIENTOS A SEGUIR POR LOS IMPORTADORES Y EXPORTADORES QUE RECLAMEN TRATADO ARANCELARIO PREFERENCIAL.

REQUISITOS COMUNES PARA LA CONTABILIDAD DE DICHS BIENES.

ACUERDOS, TANTO PARA IMPORTADORES Y EXPORTADORES COMO PARA LAS AUTORIDADES ADUANERAS SOBRE LA VERIFICACIÓN DEL ORIGEN DE LOS BIENES.

SOLUCIONES PREVIAS SOBRE EL ORIGEN DE LOS BIENES EMITIDA POR LA AUTORIDAD ADUANERA DEL PAÍS AL QUE VAYAN A IMPORTARSE.

QUE EL PAÍS IMPORTADOR OTORQUE A LOS IMPORTADORES EN SU TERRITORIO, Y A LOS EXPORTADORES Y PRODUCTORES DE OTRO PAÍS, SUSTANCIAMENTE LOS MISMOS DERECHOS QUE LOS OTORGADOS PARA SOLICITAR LA REVISIÓN E IMPUGNAR LAS DETERMINACIONES DE ORIGEN Y ZONAS PREVIAS.

GRUPO DE TRABAJO TRILATERAL QUE SE OCUPARÁ DE MODIFICACIONES ULTERIORES A LAS REGLAS DE ORIGEN Y A LOS REGLAMENTOS UNIFORMES.

ACUERDOS ESPECÍFICOS PARA LA PRONTA SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS ENTRE LOS TRES PAÍSES SIGNATARIOS, EN TORNO A LAS REGLAS DE ORIGEN.

COMERCIO DE BIENES

TRATADO NACIONAL. EL TLC INCORPORA EL PRINCIPIO FUNDAMENTAL DEL TRATO NACIONAL DEL GATT. LOS BIENES IMPORTADOS A UN PAÍS MIEMBRO DEL TLC, DE OTRO DE ELLOS, NO SERÁN OBJETO DE DISCRIMINACIÓN.

ACCESO A MERCADOS. ESTAS DISPOSICIONES ESTABLECEN LAS REGLAS RELATIVAS A LOS ARANCELES Y OTROS GASTOS ASÍ COMO A RESTRICCIONES CUANTITATIVAS ENTRE LAS QUE SE ENCUENTRAN CUOTAS, LICENCIAS, PERMISOS Y REQUISITOS DE PRECIOS A IMPORTACIONES O EXPORTACIONES QUE SE APLICARÁN AL COMERCIO DE BIENES.

ELIMINACIÓN DE ARANCELES. EN EL TLC SE DISPONE LA ELIMINACIÓN PROGRESIVA DE TODAS LAS TASAS ARANCELARIAS SOBRE BIENES QUE SEAN CONSIDERADOS PROVENIENTES DE AMÉRICA DEL NORTE CONFORMA A LAS REGLAS DE ORIGEN. PARA LA MAYORÍA DE LOS BIENES LAS TASAS ARANCELARIAS VIGENTES SERÁN ELIMINADAS INMEDIATAMENTE, O DE MANERA GRADUAL, EN 5 O 10 ETAPAS ANUALES IGUALES.

RESTRICCIONES A LAS IMPORTACIONES Y A LAS EXPORTACIONES. LOS TRES PAÍSES ELIMINARÁN LAS PROHIBICIONES Y RESTRICCIONES CUANTITATIVAS, TALES COMO CUOTAS O PERMISOS DE IMPORTACIÓN QUE SE APLICAN EN FRONTERA. SIN EMBARGO, CADA PAÍS MIEMBRO SE RESERVA EL DERECHO DE IMPONER RESTRICCIONES EN FRONTERA LIMITADAS POR EJEMPLO, PARA LA PROTECCIÓN DE LA VIDA O LA SALUD HUMANA, AMBIENTAL O VEGETAL O DEL MEDIO AMBIENTE.

DEVOLUCIÓN DE ARANCELES. EL TLC ESTABLECE REGLAS PARA LA DEVOLUCIÓN DE ARANCELES, O PROGRAMAS DE DEVOLUCIÓN O EXENCIÓN DE ARANCELES EN LOS MATERIALES QUE SEAN UTILIZADOS EN LA PRODUCCIÓN DE BIENES QUE SUBSECUENTEMENTE SE EXPORTEN A OTRO PAÍS MIEMBRO DEL TLC. LOS PROGRAMAS VIGENTES DE DEVOLUCIÓN DE ARANCELES SERÁN ELIMINADOS EL 1.º DE ENERO DE 2001 PARA EL COMERCIO ENTRE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS Y ENTRE MÉXICO Y CANADÁ.

El Tratado extenderá por dos años el plazo establecido en el ALC para la eliminación de programas de devolución de aranceles

- DERECHOS DE TRÁMITE ADUANEROS. Los tres países acordaron no aplicar nuevos cargos como los referentes al "Derecho de procesamiento de mercancías", de Estados Unidos o los "Derechos de trámite aduanero", de México. México eliminará estos derechos sobre los bienes originarios de América del Norte a más tardar el 30 de junio de 1999. Asimismo, Estados Unidos eliminará a más tardar en la misma fecha, los derechos de este tipo que aplica a los bienes originarios de México.

Respecto a los bienes ordinarios de Canadá, Estados Unidos está reduciendo estos derechos, mismos que quedarán eliminados el 1o. de enero de 1994, según lo dispuesto en el ALC entre E.U.A y Canadá.

- EXENCIÓN DE ARANCELES. El TLC prohíbe la adaptación de nuevos programas de exención arancelaria o de la devolución de aranceles, con base en requisitos de desempeño. Los programas existentes en México se eliminarán a más tardar el primero de enero de 2001. De conformidad con las obligaciones del ALC, Canadá eliminará los programas de devolución de aranceles el 1o. de enero de 1998.

- IMPUESTOS A LA EXPORTACIÓN. El tratado prohíbe fijar impuestos a la exportación, excepto cuando estos también se apliquen a los bienes que se destinen al consumo interno. Se prevén algunas excepciones que permitirán a México aplicar impuestos a la exportación para hacer frente a una escasez grave de alimentos y de bienes de consumo básico.

- OTRAS MEDIDAS RELACIONADAS CON LA EXPORTACIÓN. Cuando un país miembro del TLC imponga una restricción de un producto:

1.- No deberá reducir la proporción de la oferta total de ese producto que se ponga a disposición de los otros países miembros, por debajo del nivel existente durante los tres años anteriores u otro periodo acordado.

2.- No deberá imponer un precio mayor en las exportaciones a otro país miembro del TLC, que el precio interno.

3.- No deberá entorpecer los canales normales de suministro.

- LIBRE IMPORTACIÓN. El Tratado a las personas de trabajo sujetas a las disposiciones sobre entrada temporal del TLC, introducir a territorio de los países miembros sin pago de arancel y por un periodo limitado equipo profesional e instrumentos de trabajo.

- MERCADO DE PAÍS DE ORIGEN. Estas disposiciones tiene como objetivo reducir costos innecesarios y facilitar el flujo comercial dentro de la región asegurando además que los compradores tengan información precisa sobre el país de origen de los bienes.

- BEBIDAS ALCOHÓLICAS- PRODUCTOS DISTINTIVOS. Los tres países han convenido proteger como productos distintivos al Tequila, al Mezcal, al Canadian Whiskey, al Bourbon Whiskey y al Tennessee Whiskey.

MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS

EN ESTA PARTE DEL TRATADO SE ESTABLECEN PRECEPTOS PARA EL DESARROLLO, ADOPCIÓN Y EJECUCIÓN DE MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS, ES DECIR, AQUELLAS QUE ADOPTEN PARA PROTEGER LA VIDA O LA SALUD HUMANA ANIMAL O VEGETAL DE LOS RIESGOS QUE SURGEN A CAUSA DE ANIMALES O VEGETALES O DE ADITIVOS O SUSTANCIAS CONTAMINANTES O ALIMENTOS.

1.- Principales derechos y obligaciones. El tratado confirma el derecho de cada país para determinar el nivel de protección sanitaria y fitosanitaria que considere adecuado y dispone que cada país puede alcanzar tal nivel de protección mediante las medidas antes mencionadas que:

1.- Se fundamenten en principios científicos y en una evaluación de riesgo.

2.- Se apliquen solo en grado necesario para proporcionar la protección necesaria por un país.

3.- No se traduzcan en discriminación injustificada o en restricciones encubiertas al comercio.

NORMAS TECNICAS

Aquí se hace referencia a las medidas de normalización, es decir, a las normas oficiales, a las reglamentaciones técnicas del gobierno y a los procesos utilizados para determinar si estas medidas se cumplen. Asimismo, reconoce el papel fundamental que tales medidas desempeñan en la promoción de la seguridad y en la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, del medio ambiente y de los consumidores. Los tres países convinieron en no utilizar estas medidas como obstáculos innecesarios al comercio y por tanto colaboración para mejorar y hacerlas compatibles en la zona de libre comercio.

MEDIDAS DE EMERGENCIA

EN ESTA SECCIÓN SE ESTABLECEN REGLAS Y PROCEDIMIENTOS CONFORME A LAS CUALES LOS PAISES MIEMBROS DEL TLC, PODRÁN ADOPTAR MEDIDAS DE SALVAGUARDA PARA BRINDAR ALIVIO TEMPORAL A LAS INDUSTRIAS AFECTADAS DESFAVORABLEMENTE POR INCREMENTOS SÚBITOS Y SUSTANCIALES DE IMPORTACIONES QUE RESULTEN DE REDUCCIONES ARANCELARIAS DERIVADAS DEL TRATADO.

Una salvaguarda global es la que se adopta frente a incrementos súbitos en las importaciones provenientes de todos los países.

EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO EN LA INDUSTRIA TEXTIL

DESTACAN LAS DISPOSICIONES SOBRE LA REGLA DE ORIGEN Y LA ELIMINACIÓN DE CUOTAS A PRODUCTOS QUE CUMPLAN. SUPRIME UNA BARRERA IMPORTANTE A ESTA ACTIVIDAD, EN PARTICULAR A LA QUE TIENE COMERCIALIZACIÓN EXPORTADORA.

SE HABREN POSIBILIDADES PARA QUE LA INDUSTRIA ENTRE AL MERCADO. PUEDE ESTIMULAR LA INVERSIÓN Y EL DESARROLLO INTEGRAL. LA REGLA DE ORIGEN, DESDE LOS HILOS Y TELAS FABRICADOS EN LA REGIÓN HA DE FAVORECERLA. LA DE CONFECCIÓN DEBE USAR HILOS Y TELAS DE LA ZONA. LOS FABRICANTES HAN DE ENFRENTAR UNA INTENSA COMPETENCIA DE LOS TEXTILEROS ESTADOUNIDENSES. EL FIN PRINCIPAL DE LA NEGOCIACIÓN, EN PARTICULAR DE LOS ESTADOS UNIDOS, ES DESPLAZAR A LOS COMPETIDORES ASIÁTICOS (LA COMPETENCIA EUROPEA IMPLICA PRODUCTOS DIFERENCIADOS QUE NO AFECTAN A LA INDUSTRIA REGIONAL). SE VAN A ESTIMULAR LA INVERSIÓN NACIONAL, COINVERSIONES ENTRE LOS TRES INTEGRANTES DEL TRATADO Y EL ESTABLECIMIENTO EN MEXICO DE EMPRESAS ASIÁTICAS Y EUROPEAS QUE VENGAN A APROVECHAR LAS VENTAJAS COMPARATIVAS QUE BRINDA EL PAÍS Y EL ACCESO AL MERCADO MÁS IMPORTANTE DEL MUNDO.

PARA LOS FIBREROS IMPLICA QUE ADOPTEN UNA NUEVA ESTRATEGIA INTERNACIONAL DE PRODUCCIÓN Y DE ABASTECIMIENTO PARA COMPETIR CON OTROS PRODUCTORES EXTRANJEROS REGIONALES.

EN EL ACUERDO ARANCELARIO, EL 45% DE LAS EXPORTACIONES A ESTADOS UNIDOS QUEDA LIBRE DE ARANCEL INMEDIATO Y SOLO 20% DE LOS ESTADOUNIDENSES SE DESGRAVA. DA TIEMPO PARA QUE LA INDUSTRIA MEXICANA SE ADAPTE: POSICIÓN INTERMEDIA QUE FAVORECE TANTO A PRODUCTORES COMO A CONSUMIDORES.

PARA LOS ARTÍCULOS QUE NO TIENE DESGRAVACIÓN SE ELIMINAN LOS "PICOS ARANCELARIOS" IMPOSTOS POR E.U., MAYORES AL 50% DESFAVORABLES PARA LA INDUSTRIA NACIONAL.

AHORA EL ARANCEL MÁXIMO DE ARANQUE ES 20%, EL MISMO QUE APLICA MÉXICO. EL ARREGLO SOBRE SALVAGUARDAS NOS BENEFICIA, PUES EVITA QUE SEAMOS AFECTADOS POR UN EXCESO DE IMPORTACIONES. SE REESTABLECE POR TRES AÑOS EL ARANCEL PROMEDIO A LA ENTRADA EN VIGOR DEL TRATADO, SI SE DA LA SITUACIÓN ANTERIOR.

EL DESAFÍO ES APROVECHAR ESTAS OPORTUNIDADES Y CONSTRUIR UNA PLANTA TEXTIL COMPETITIVA Y EFICIENTE CON RESPECTO A LA REGIÓN Y EL RESTO DEL MUNDO.

SERVICIOS FINANCIEROS

EL TLC ESTABLECE UN ENFOQUE INTEGRAL SUSTENTADO EN PRINCIPIOS SOBRE LAS DISPOSICIONES GUBERNAMENTALES QUE REGULAN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS.

LOS PRECEPTOS DE ESTA SECCIÓN SE APLICAN A LAS MEDIDAS QUE AFECTAN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR INSTITUCIONES FINANCIERAS DE BANCA, SEGUROS, VALORES Y OTROS SERVICIOS FINANCIEROS. ADICIONALMENTE, CADA PAÍS DEFINE SUS COMPROMISOS ESPECÍFICOS DE LIBERACIÓN, LOS PERIODOS DE TRANSICIÓN PARA APEGARSE A LOS PRINCIPIOS ACORDADOS Y ALGUNAS RESERVAS A DICHS PRINCIPIOS.

INDUSTRIA TEXTIL

LA PARTE DEL TRATADO CONTIENE REGLAS ESPECIALES PARA EL COMERCIO DE FIBRAS, HILOS, TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO DE AMÉRICA DEL NORTE. LAS DISPOSICIONES DEL TRATADO RELATIVAS A TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR PREVALECEMOS SOBRE LA DEL ACUERDO DE FIBRAS Y OTROS CONVENIOS INTERNACIONALES SOBRE COMERCIO DE PRODUCTOS TEXTILES DE LOS CUALES LOS PAISES CONTRATANTES DEL TLC SEAN MIEMBROS.

3.- Eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias. Los tres países eliminarán de inmediato o gradual, en un periodo de 10 años sus tasas arancelarias para productos textiles y del vestido producidos en América del Norte que cumplan con las reglas de origen establecidas en el tratado. Además que Estados Unidos eliminará inmediatamente las cuotas de importación y contingentes para los productos mexicanos de este tipo (ver, Anexo 4), y en forma gradual para los productos manufacturados en América del Norte que no cumplan con la regla de origen. Ningún país podrá introducir cuotas nuevas excepto de conformidad con las excepciones específicas sobre salvaguardas.

Salvaguardas. Si durante un periodo de transición, los productores de textiles y prendas de vestir enfrentan daños graves a causa del aumento de las importaciones de los productos provenientes de otro país miembro del TLC, el país importador podrá, a petición del productor afectado, proporcionar alivio temporal a esa industria, elevar las tasas arancelarias o, con excepción del comercio entre Canadá y Estados Unidos, imponer cuotas a las importaciones con apego a las disposiciones específicas. En el caso de bienes que satisfagan las reglas de origen del TLC el país importador solo podrá adoptar salvaguardas arancelarias.

4.- Reglas de origen. En materia textil, el tratado contiene reglas de origen específicas que determinan si los productos textiles y del vestido importados pueden gozar de trato arancelario preferencial. Para la mayoría de los productos las reglas de origen exigen que el producto sea " hilo en adelante ", lo que significa que los textiles y las prendas de vestir para gozar de trato preferencial, deben elaborarse a partir de hilo producido en un país miembro del TLC. Se establece una regla de fibras en adelante para ciertos productos tales como hilos de algodón y de fibras sintéticas y artificiales.

"Fibras en adelante", significa que los productos textiles y del producto deben elaborarse a partir de fibras producidas en un país miembro. En algunos otros casos también podrán calificar para recibir trato preferencial. Las prendas de vestir cortadas y ensambladas en un país miembro de telas importadas que los países signatarios consideren que existe oferta insuficiente como seda, lino y algunas telas de fabricación de camisas.

En respuesta a las necesidades de América del Norte, se establecen disposiciones llamadas " cupos de preferencia arancelaria ", en virtud de las cuales los productos textiles y del vestido fabricados en los países de la región, pero no cumplan con las reglas de origen podrán gozar también de un trato arancelario preferencial hasta niveles específicos de importación.

Han sido incrementados los cupos para Canadá que fueron incluidos para el ALC y se les ha establecido una tasa de crecimiento anual durante los primeros 5 años por los menos.

Los países miembros del TLC efectuarán una revisión general de las reglas de origen para textiles y prendas de vestir antes del 1 de enero de 1998. Mientras tanto, los países podrán convocar a consultas sobre la posibilidad de aplicar reglas de origen distintas a bienes específicos, tomando en cuenta las condiciones particulares prevalecientes en el mercado de la zona de libre comercio además se acordó un procedimiento para permitir ajustes anuales a los niveles de los cupos para preferencia arancelaria.

4.- Requisitos de etiquetado. Un comité de etiquetado de productos textiles, integrado por miembros del gobierno y del sector privado formulará recomendaciones para evitar que las diferencias entre los requisitos de etiquetado de los tres países se constituyan en obstáculos innecesarios al comercio, este comité definirá un plan de trabajo para el desarrollo de requisitos

IES DE ETIQUETADO, incluyendo pÍctogramas y símbolos, INSTRUCCIONES DE CUIDADO, INFORMACIÓN SOBRE FIBRAS Y MÉTODOS PARA
ÓN DE ETIQUETAS.

EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO EN LA CONFECCION MEXICANA

INDUSTRIA TEXTIL : LA CONFECCION

IA POR DEMÁS DECIR QUE NO ES UN SECRETO QUE UNO DE LOS PRINCIPALES SECTORES QUE SE VERAN PERJUDICADOS CON EL PROCESO DE
URA ACCELERADA DE LA ECONOMÍA INICIADO A FINES DE LOS OCHENTA ES LA INDUSTRIA DE LA CONFECCION.

STEN MUCHOS FACTORES POR LOS CUALES PODEMOS DECIR QUE ESTA INDUSTRIA SUFRIRÁ EN TÉRMINOS GENERALES, PRODUCTO DE ESTA
URA COMERCIAL CON AMÉRICA DEL NORTE. UNA DE LAS COSAS DE LAS QUE SE HAN QUEJADO MUCHOS EMPRESARIOS DE ESTE SECTOR, ES LA
STACIÓN DESMEDIDA DE ROPA (Y EN ESTO HAY QUE SUMAR GRANDES CANTIDADES DE ROPA USADA QUE SE IMPORTA A UN PRECIO EN
MO BAJO, Y QUE SE VENDE EN ENORMES CANTIDADES EN NUESTRO PAÍS) QUE SE VENDE EN EL MERCADO NACIONAL A PRECIOS DEMASIADO

RO DENTRO DE ESTE SECTOR INDUSTRIAL EXISTEN GRANDES ESPERANZAS EN CUANTO A PODER DESARROLLARSE; Y UNO DE LOS PORTAVOCES
ALES DE ESTA POSITIVA POSICIÓN ES EL PRESIDENTE DE LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO "VICTOR MIKLOS ."

EL HORIZONTE QUE SE HABRE CON EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE ROPA, ES PROMISORIO AUNQUE ES VITAL QUE
DUSTRIA PRESENTE UN CAMBIO "5

STA INDUSTRIA ESTÁ SUMAMENTE MANEATADA POR LAS REESTRICCIONES DEL ACUERDO MULTIFIBRAS (QUE MÁS TARDE SE EXPLICARAN COMO UNA
ENTAJA DEL SECTOR.) QUE LEJOS DE AYUDAR AL SECTOR LO ESTANCA Y LO CONDICIONA A UNA COMPETENCIA DESLEAL EN LOS MERCADOS
RNACIONALES.

S NECESARIO SABER SI CON ESTA APERTURA COMERCIAL, LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN SE HA PODIDO RECUPERAR Y HASTA CIERTO PUNTO
CER. EN NUESTRA OPINIÓN SÍ SE HA DADO PERO COMO ES OBVIO NO PLENAMENTE PUES UNO DE LOS IMPACTOS MÁS IMPORTANTES QUE
LEMOS MENCIONAR PARA QUE NO SE DE ASÍ ES, EL HECHO DE LA DESVIACIÓN DE PARTE DE LOS RECURSOS DEL APARATO COMERCIAL (DENTRO
ESTE SE ENCUENTRAN LAS TIENDAS DEPARTAMENTALES Y LOS ALMACENES DE ROPA) HACIA LA COMPRA DE PRODUCTOS QUE NO SE VENDIERON EN
TIEMPOS QUE ESTABAN CALCULADOS Y, QUE DESDE LUEGO FRENARON LA CAPACIDAD DE RECOMPRA DE ESTAS TIENDAS Y ALMACENES, EN VIRTUD
QUE SE ESTABAN CARGANDO DE INVENTARIOS.

NADIE PUEDE ESCAPAR DE LA MENTE QUE YA HABIDO CIERTA RECESIÓN EN EL MERCADO Y EN CONSECUENCIA HEMOS ATRAVEZADO POR UN PERÍODO EN EL CUAL LA CAPACIDAD DE COMPRA DEL SALARIO DISMINUYÓ, Y ESTO SIN DUDA SE REFLEJA EN LA REDUCCIÓN DE VENTAS DE PRODUCTORES COMO LO ES LA ROPA.

SIN DUDA A PARTIR DE ESTA DÉCADA QUE ES CUANDO SE HA PRESENTADO UN LEVE CRECIMIENTO ECONÓMICO EN EL PODER ADQUISITIVO, HA PRODUCIDO QUE EMPIECE A RECUPERARSE DE ALGUNA MANERA ESTA CURVA DE CAÍDA VISTA AÑOS ATRAS.

Y PODEMOS OBSERVAR EN LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN, QUE LOS SALARIOS REALES DE UN TRABAJADOR CON CIERTO NIVEL DE CALIFICACIÓN Y PRODUCTIVIDAD EN SU TRABAJO LLEGAN A SER EL DOBLE, O UN POCO MÁS DEL SALARIO MÍNIMO.

O PODEMOS DEJAR DE LADO LA PRESENCIA DE UNA FUERTE COMPETENCIA INTERNACIONAL. HA ENTRADO MUCHÍSIMA ROPA A RAÍZ DE LA LIBERTAD COMERCIAL CON LOS PAISES DEL NORTE. PERO NO HEMOS ESCAPADO A QUE MUCHAS VECES LLEGUEN PRODUCTOS QUE NO SE PUDIERON VENDER EN OTROS PAISES, COMO ESTADOS UNIDOS, QUE ES UNO DE LOS MERCADOS MÁS GRANDES DEL MUNDO PARA EL CONSUMO DE ROPA Y PRODUCTOS DE PIEL Y CUOTAS PARA SU IMPORTACIÓN.

UNA MANERA DE COMO FUNCIONA EL MERCADO INTERNACIONAL DE ROPA, ES QUE CUANDO UN PAÍS ORIENTAL SATURA SU CUOTA EN ESTADOS UNIDOS, Y TODAVÍA TIENE SALDOS DE CONFECCIÓN, LOS FABRICANTES BUSCAN VENDER ESE REMANENTE. PERO, SI LA ROPA DE TEMPORADA NO SE VENDE A TIEMPO, CUANDO SE QUIERE COLOCAR EN OTRO MERCADO MÁS ACCESIBLE DE ENTRADA SEIS MESES DESPUES, PIERDE GRAN PARTE DE SU CAPACIDAD COMERCIAL EN DICHO MERCADO.

MUCHOS DE LOS FABRICANTES QUE VIVEN ESTA REALIDAD, HAN ENCONTRADO EN MÉXICO UN MERCADO DEMASIADO FÉRTIL A SUS PRODUCTOS.

PRIMERO, PORQUE NO TENIAMOS EN MÉXICO ESOS PRODUCTOS EXTRANJEROS Y ENTONCES ENTRAN A PRECIOS INFERIORES A LOS ORIGINALMENTE ESTABLECIDOS PARA EL PRODUCTO, DADO QUE NO ENCONTRARON MERCADO.

SEGUNDO, DE LA MISMA MANERA RECIBIMOS SALDOS, QUE NO POR FUERZA SON DE MALA CALIDAD, PERO SI PRODUCTOS QUE YA PERDIERON SU VALOR DE VENTA, Y QUE CONFORME PASA EL TIEMPO PERDERÁN EN FORMA DRAMÁTICA SU VALOR EN EL MERCADO, EN DONDE RESULTA POR LO TANTO MÁS DIFÍCIL QUE UN FABRICANTE NACIONAL PUEDA COMPETIR CON ELLOS (AQUÍ ENTRA EN JUEGO UN FACTOR MUY IMPORTANTE, EL ESTAR A LA PAR CON PRODUCTOS DE CALIDAD).

PERO DURANTE ESTOS AÑOS QUE HEMOS ESTADO VIVIENDO DE ALGUNA MANERA AISLADOS, PROTEGIDOS ANTE LA ENTRADA DE PRODUCTOS EXTRANJEROS; ES EL FACTOR PARA DECIR QUE MÉXICO VIVE UNO O DOS AÑOS ATRÁS DE LA MODA INTERNACIONAL. SIN EMBARGO, CONFORMA SE VAN ABIRIENDO LAS FRONTERAS, NOS HEMOS DADO CUENTA DE COMO SE VISTE LA GENTE Y QUÉ CONSUME EN OTRAS PARTES.

PERSPECTIVA ANTE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

LA PERSPECTIVA QUE TIENE ESTA INDUSTRIA CON EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO, ESTÁ EN QUE SI HAY O NO TLC REAL. EN GENERAL LOS MERCADOS ESTÁN DEMANDANDO EN LA ROPA LO QUE SE LLAMA "QUICK RESPONSE"; QUE SIGNIFICA QUE UNA PERSONA VA A LA TIENDA, COMPRAR LA PRENDA, Y CUANDO LLEGA A LA CAJA HAY UNA PEQUEÑA MAQUINITA ELECTRÓNICA QUE "LEE" EL CÓDIGO DE BARRAS QUE CONTIENE EL PRODUCTO. EN ES MOMENTO, LA TIENDA REGISTRA LO QUE EL CLIENTE SE ESTÁ LLEVANDO, Y AL FINAL DEL DÍA O DE LA SEMANA, SE CONOCE EXACTAMENTE LA TENDENCIA DEL GUSTO Y LO BUSCAN LOS CLIENTES EN EL MERCADO.

LA TRAGEDIA DE MUCHOS ALMACENES QUE CONFRONTAN PROBLEMAS ECONÓMICOS MUY SERIOS, SOBRE TODO EN ESTADOS UNIDOS, ES QUE LE ENDIAN AL PÚBLICO LO QUE PENSABAN ELLOS QUE QUERÍA. PERO SU INTELIGENCIA RECAYO EN ENTENDER QUE EL PÚBLICO TIENE SU PROPIO GUSTO Y HAY QUE DARLE LO QUE PIDE.

MEDIANTE ESTOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INMEDIATA, LA TIENDA PUEDE PEDIR AL PROVEEDOR LO QUE QUIERE PARA SATISFACER AMPLIAMENTE LA DEMANDA DEL PÚBLICO CONSUMIDOR.

LA PROBLEMÁTICA DEL ACUERDO MULTIFIBRAS, DE ALGUNA MANERA PUEDE SER MENOR DEBIDO A QUE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO VA A ESTAR POR ENCIMA DE ESTE ACUERDO; PUES NO PUEDE IR EN CONTRA DE ÉL (YA QUE ES INTERNACIONAL), PERO SI PUEDE FACILITAR LAS RELACIONES COMERCIALES ENTRE LOS TRES PAÍSES.

SI BIEN ES CIERTO HASTA AHORA, LAS CUOTAS HAN SIDO UN FRENO PSICOLÓGICO A LA INVERSIÓN EN LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN; HASTA AHORA ES CUANDO EMPIEZAN A SURGIR CUESTIONAMIENTOS COMO PORQUE VOY A INVERTIR EN UNA EMPRESA QUE PUEDA FABRICAR MUCHAS PRENDAS, SI QUIZAS A MEDIO CAMINO SE ACABABA LA CUOTA Y ME TENGO QUE QUEDAR CON LO QUE FABRIQUE, Y NO TENGO MERCADO INTERNO PARA DESPLAZAR EL PRODUCTO.

AL ELIMINAR ESTE FENÓMENO, ESPERAMOS QUE HAYA UNA INVERSIÓN MUCHO MÁS SEGURA. FRENTE A LA PERSPECTIVA DEL TLC, NUESTRA UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y LA RAPIDEZ CON QUE PODAMOS RESPONDER A ESTAS DEMANDAS, ES UN ELEMENTO IMPORTANTÍSIMO DE ESTRATEGIA COMPETITIVA.

AUNQUE PUEDA PARACER DEMAGÓGICO, HEMOS DICHO QUE SI NO HACEMOS LOS CAMBIOS AHORA, VAN HA VENIR OTROS DE FUERA Y LOS VAN A HACER POR NOSOTROS, Y ELLOS VAN A ACABAR SIENDO DUEÑOS DE LAS EMPRESAS Y ENTONCES LA DISOLUCIÓN DE LAS MILES DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE SE ENCUENTRAN DENTRO DE ESTE RAMO SERÁ IRREVERSIBLE Y PERJUDICIAL NO SOLO PARA LA INDUSTRIA TEXTIL Y EN PARTICULAR DE LA CONFECCIÓN, SINO PARA TODA LA ECONOMÍA DEL PAÍS EN DONDE REPERCIRÍA ENORMEMENTE.

MÉXICO TIENE, COMO DECÍAMOS, UNA UBICACIÓN GEOGRÁFICA ENVIVABLE, Y ESTO NO LO VEMOS SOLO NOSOTROS QUE TRATAMOS DE ESTABLECER LOS PRO'S Y LOS CONTRAS, YA QUE RECIENTEMENTE HEMOS TENIDO LAS VISITAS DE DISTINTOS REPRESENTANTES DE PAÍSES TALES COMO: COREA, HONG KONG, ESPAÑA, INDONESIA, ITALIA DENTRO DE MUCHOS MÁS QUE TIENE EL INTERES DE INVERTIR EN MÉXICO ANTE SU SITUACIÓN ACTUAL.

PORTANTES PERSONAJES DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO HANDICHO QUE DENTRO DE LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN, MÉXICO EN UN LAPSO A DE CINCO A DIEZ AÑOS, SE CONVERTIRÍA EN EL CRISOL DE LA MODA AMERICANA. ES DECIR, PODEMOS CREAR UNA VERDADERA CULTURA RCIALIZADORA, YA QUE EL VERDADERO NEGOCIO (ESTE ES UN PUNTO DE VISTA DE LA GENTE MÁS INMISCUIDA DENTRO DE LOS PROCESOS DE UCCIÓN Y DE DISEÑO DE MODAS DE MUCHAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE VEN CON BUENOS OJOS LA APERTURA (COMERCIAL) DE LA ECCIÓN NO EST EN COSER, SINO EN EL DISEÑO Y LA MERCADOTECNIA.

STO ATRAVÉS DE UN ADECUADO DESARROLLO DE NUESTRAS EMPRESAS, PODEMOS SER MÁS CREATIVOS, Y PODEMOS INFLUIR O INCIDIR CON UNA AJA ECONÓMICA EN EL VALOR AGREGADO DE QUE DAMOS A NUESTROS PRODUCTOS.

EL HECHO DE QUE SE ESTE EXPORTANDO HOY EN DÍA HACIA OTROS MERCADOS, EL QUE EN REITERADAS OCASIONES SE HAYAN OBTENIDO PREMIOS DISEÑO INTERNACIONAL, QUIERE DECIR QUE MÉXICO ESTA TRATANDO DE SALIR DEL CASCARON EN EL QUE SE ENCONTRABA Y QUE ASCENDÍA A DE 40 AÑOS DE ESTAR JUGANDO CON UN MERCADO DEMASIADO RESTRINGIDO.

UNA DE LAS INQUIETUDES PLANTEADAS EN LOS ESTADOS UNIDOS, ES QUE SE TEME QUE MUCHAS DE LAS FUENTES DE TRABAJO SE VEAN EN LA CIESIDAD IMPERANTE DE EMIGRAR HACIA MÉXICO, LO QUE REPRESENTARÍA UN SERIO PROBLEMA DE DESEMPLEO; PERO AUNQUE TODO ESTO IDRÍA DARSE, ES ALGO MUY RELATIVO YA QUE EL 57% DE LA ROPA QUE SE CONSUME EN LOS ESTADOS UNIDOS ESTÁ HECHA EN EL ESTRANJERO .

ESTO SIGNIFICA QUE ESTOS EMPLEOS YA SE PERDIERON HACE MUCHO TIEMPO, Y ESTAN EN LOS PAISES QUE ACTUALMENTE SON LOS PROVEEDORES RINCIPALES COMO LO ES EL CASO DE: BANGLADESH, PAKISTÁN, LA INDIA Y OTROS MÁS. LO QUE PODRÍA SUCEDER EN TODO CASO, SERÍA QUE LAS JENTES DE TRABAJO QUE SE FUERON A ORIENTE, PODRÁN GENERARSE EN MÉXICO: PERO, LOS QUE SE QUEDARON EN ESTADOS UNIDOS YA ANARON LA BATALLA, PUES HAN SOBREVIVIDO ANTE LA GRAN COMPETENCIA QUE EXISTE ENTRE LOS PROVEEDORES EXTRANJEROS Y ENTONCES OTENDRÍAN QUE VENIR A MÉXICO.

LO QUE SI PUEDE DARSE ES QUE LOS QUE AHORA SE ENCUENTRAN LEJOS, SON LOS TENDRÁN LA INQUIETUD DE VENIR A BUSCAR E INSTALARSE EN EL MERCADO MEXICANO, AUNQUE ESTO SIGNIFICA UN COSTO MUY CONSIDERABLE.

ALGO QUE SIN DUDA ES DE MUCHA IMPORTANCIA ES QUE TODOS LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS NO TIENE QUE ESPERAR QUE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO SE DÉ, PARA CAMBIAR SUS ESTRUCTURAS ADMINISTRATIVAS, ORGANIZATIVAS Y PRODUCTIVAS, YA QUE LOS CAMBIOS ESTRATÉGICOS LLEVAN TIEMPO, ES NECESARIO ENTONCES QUE EMPIECEN DESDE AHORA (PENSANDO EN EL RETRASO QUE EXISTE POR PARTE DE ELLOS) YA QUE LA PERSPECTIVA LA TIENE YA EN SUS MANOS SI SE HACEN ESTOS CAMBIOS.

MÉXICO TIENE TODO LO NECESARIO PARA CONVERTIRSE EN UN VERDADERO IMPULSOR DE LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN, PERO SE REQUIERE DE LA PARTICIPACIÓN Y CONCRETIZACIÓN DE ESTAS EMPRESAS PARA AFRONTAR LOS CAMBIOS CON PERSONALIDAD, CARÁCTER Y UNA NUEVA CULTURA TENDIENTE A UN COMERCIO INTERNACIONAL Y DE MÁXIMA COMPETENCIA EN DONDE SE TIENE QUE HECHAR MANO DE TODOS LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LLEGAR A UN DESARROLLO POR DEMÁS PRODUCTIVO PARA NO PERECER ANTE ESTA APERTURA COMERCIAL.

PLANEACION ESTRATEGICA

Y día, la industria textil tiene un peso determinante en la economía mexicana, pero al mismo tiempo demanda más apoyo para una mayor competitividad dado que en ella se cifra una parte significativa de los éxitos en el TLC.

Falta de recursos, la competencia desleal y la enorme cantidad de trabas en la obtención de créditos son los principales problemas de este sector.

Bajo estos patrones de consideración la industria textil en específico de la confección deberá, reflexionar acerca de las fuerzas debilidades que posee el sector tratando de esta forma de establecer planes que si bien es cierto careceran de formalidad en la mayoría de ellos, si ayudarán a definir mejor la posición del micro y pequeño empresario dentro de su sector de actividad y de su medio.

Este reconocimiento sin duda representa un problema de naturaleza difícil de resolver para estos hombres de empresa en desarrollo, y más complicado aún si pensamos que en la rama de la confección microindustrial representa uno de los rubros más importantes dentro del Producto Interno Bruto (PIB) total.

Este capítulo pretende precisamente dar solución a este problema que se complica en el marco de la apertura económica actual que vivimos, conociendo primeramente la naturaleza del problema y posteriormente ahondar en una propuesta real del conocimiento administrativo estratégico aplicado a esta realidad que ofrece oportunidades indudablemente, el problema es saber aprovecharlas.

Crear una ventaja competitiva, determinar las fuerzas del mercado, planear táctica y estratégicamente son algunos de los temas aquí tratados y que servirán de marco para establecer nuestra propuesta a un modelo de estrategia competitiva de un mercado que es mil por ciento más grande que el nuestro.

El conocimiento del medio, la experiencia en el ramo tendrá la mayor importancia como armas que el microempresarios debe de aprender a usar.

PLANEACION ESTRATEGICA DE LA INDUSTRIA

PRECEDENTES Y DEFINICION.

Al acercarse a la planeación estratégica, para comprenderla y asimilarla partiremos de sus orígenes, los cuales indican que la estrategia nace de la palabra "estrategos", que significa jefe del ejército. Tradicionalmente usada en el terreno de las operaciones guerreras. Hoy en día la estrategia no solo es privilegiada a este tipo de operaciones militares, sino que se ha conocido como una herramienta importante de ayuda a las organizaciones.

Harold Kootz, menciona en su obra "Elementos de Administración", que la estrategia es un programa general de acción y distribución de esfuerzos y recursos para lograr objetivos amplios.

Se dice que el proceso de la planeación estratégica es el centro de la misma y que este debe de evolucionar para adaptarse a las necesidades y complejidades cambiantes de las corporaciones y de los negocios para llegar a un equilibrio práctico entre la organización y el medio ambiente.

Esto da pie al plan estratégico que es un producto que surge a raíz de los esfuerzos de planeación que realiza la empresa.

Lo anteriormente expuesto pretende darnos una visión más clara de la planeación estratégica, este concepto no es nuevo descubrimiento o una especialidad aislada, sino que es el proceso de explorar y dar respuesta a preguntas como:

- ¿Hacia donde necesitamos ir y cuando?
- ¿Tenemos el negocio adecuado?
- ¿Tendremos una recompensa equivalente al esfuerzo?
- ¿Cuáles son nuestros principales objetivos?
- ¿Cuándo serán obsoletos nuestros productos?
- ¿El mercado aumenta o en realidad disminuye?

Para la mayoría de las empresas llamadas micro, pequeñas o grandes corporaciones, existe una separación entre el pronóstico objetivo de las ventas y las utilidades presentes y los deseos de la alta dirección. Esta separación no se puede eliminar mediante la planeación estratégica.

Y SIN NÚMERO DE SÍNONIMOS AL TÉRMINO: PLANEACIÓN A LARGO PLAZO CORPORATIVA, INTEGRADA, ETC. PERO CADA VEZ MÁS EL TÉRMINO DESCRIBE LA GENERALIDAD DE CONCEPCIONES.

LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN MÉXICO SE INICIA CON UN AUQUE E IMPORTANCIA CADA 10 AÑOS DESPUES DE SU APARICIÓN DEL TÉRMINO EN LOS AÑOS 60'S. LOS AÑOS 70'S ESTABLECEN A LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMO LA PANACEA DEL DESARROLLO Y SOLUCIÓN A TODOS LOS PROBLEMAS PRESENTES EN LAS EMPRESAS EN ESOS MOMENTOS.

LA INCONSECUENCIA DE LA MALA CONCEPTUALIZACIÓN Y LA INNADecuADA APLICACIÓN DE LA MISMA, ENCUENTRA SU CRISIS A FINALES DE LOS AÑOS 70'S. LOS ARGUMENTOS DE DISCULPA FUERON MUCHOS, NO ES APLICABLE EL MÉTODO PROPUESTO, NO ESTAMOS PREPARADOS, ETC., LAS CONSECUENCIAS FUERON PEORES.

EN LOS AÑOS 80'S LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA REAPARECE Y SE CONVIERTE EN UN IMPORTANTE CONCEPTO EN LA MENTE DE LOS EMPRESARIOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS. MÁS SIN EMBARGO NO SE LE DA EL LUGAR E IMPORTANCIA QUE REALMENTE TIENE PARA AYUDAR AL IGUAL QUE LA TEORÍA ORGANIZACIONAL, AL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES,

EN LA DÉCADA UN CAMBIO PROFUNDO EN EL ENTORNO DENTRO DE NUESTRO PAÍS OBLIGA A LAS EMPRESAS (PRINCIPALMENTE MEDIANAS) A TOMAR DECISIONES FUTURAS RÁPIDAS DE FONDO PARA PODER AVANZAR ADELANTE.

LA CRISIS ECONÓMICA TREMENDA, CON UNA INFLACIÓN DE MÁS DEL 100% CON TASAS DE DEPLEJO CRECIENTES, MERCADOS ESTATIZADOS Y DEUDAMIENTO EXTERNO DE LOS MÁS ALTOS REGISTRADOS A NIVEL MUNDIAL, OFRECEN A LAS EMPRESAS ESPECTATIVAS MUY POCAS PARA SU CRECIMIENTO Y DESARROLLO.

LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA FUERON TOMADAS Y ASÍ FUIMOS TESTIGOS DE LA GRAN CANTIDAD DE EMPRESAS QUE ESCOGIERON ESTRATÉGIAS A LARGO PLAZO Y LOGRARON ADEMAS DE SUBSISTIR CRECER Y OBSERVAR EN LA REALIDAD SU CATEGORÍA DE GRAN EMPRESA O BIEN DE MEDIANA.

PRINCIPALES ACCIONES ESTRATÉGICAS FUERON:

1. RECONSTRUCCIONES.

2. REINTEGRACIONES.

3. DIVERSIFICACIONES EN SUS CAMPOS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA.

4. BÚSCA DE NUEVOS MERCADOS.

5. ESPECIALIZACIÓN EN AREAS ESPECÍFICAS.

6. FUSIONES Y ADQUISICIONES DE EMPRESAS NO RENTABLES A OTRAS PERSONAS YA METIDAS EN EL COMERCIO, CONCIENTES DE EXPERIENCIA EN EL RAMO.

NO SE PUEDE OBSERVAR NINGUNA DE ESTAS ACCIONES ESTRATÉGICAS RESPONDE A PROGRAMACIONES DEL FUTURO, A PLANES DETALLADOS O A SUSTITUIR EL CRITERIO DE LOS DIRECTORES O DUEÑOS DE EMPRESAS. SINO QUE RESPONDE A ESTRUCTURAS DE PLANES DE LAS QUE ESTA ANDA LA EMPRESA Y QUE MEDIANTE LOS ESFUERZOS REALIZADOS POR LA MISMA LOGRAN SUS BENEFICIOS ACTUALES.

LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA NO CONSTITUYE UN NEGOCIO PARA VENDERLO A LA MENOR BREVEDAD POSIBLE, SINO QUE SIEMPRE SE DEBE PENSAR COMO ESTRATEGIA, EN EL CAMPO DE LA COMPETENCIA A PARTIR DEL CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO, Y DE LOS DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES QUE EL ENTORNO LE OFRECE.

UNA ESTRATEGIA NO HAY DESEOS TERCOS SOBRE MANTENER LO QUE TARDE O TEMPRANO TERMINARÁ COMO EMPEZO, ES SER SOLO UN BUEN INVERSIÓN.

HOY EN DÍA EL EMPRESARIO PARECE HABER ENTENDIDO QUE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ES UN IMPORTANTE MEDIO QUE LE PERMITE DEFINIR OBJETIVOS, ORIENTAR SU ESTRATEGIA Y NO CONSIDERARLA COMO LA LLAVE DEL ÉXITO Y LA FORTUNA.

DENTRO DE ESTE MARCO PODEMOS DEFINIR A LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA RETOMANDO LAS CONDICIONES DE A. STEINER, EN SU LIBRO "LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA." A LA REALIDAD MEXICANA.

LA PLANEACION ESTRATEGICA ENTENDIDA COMO UNA ESTRUCTURA DE PLANES DENTRO DE UNA COMPAÑIA, EL ESFUERZO MAS O MENOS FORMAL Y SISTEMATICO POR ESTABLECER SUS PROPOSITOS, OBJETIVOS, POLITICAS Y ESTRATEGIAS BASICAS PARA DESARROLLAR PLANES DETALLADOS ANTE SU ENTORNO A BASE DE UNA ESTRUCTURA DE PROCESOS DE DECISION A PARTIR DE HECHOS Y ESTIMACIONES ESTABLECIDAS.

EN GENERAL LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA NOS SIRVE PARA DECIDIR EN FORMA ANTICIPADA SOBRE EL QUE HACER, COMO HACERLO, CUANDO Y DONDE LO LLEVARÍA A CABO. TRATAMOS MEDIANTE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LLENAR EL VACIO QUE EXISTE ENTRE DONDE ESTAMOS Y A DONDE QUEREMOS LLEGAR, PERMITIENDO QUE LAS COSAS POSIBLES OCURRAN LO QUE DE OTRA MANERA NO OCURRIRÍAN.

AUNQUE EL FUTURO EXACTO RARA VEZ PUEDE SER PREDECIBLE Y LOS FACTORES QUE VAN MÁS ALLA DE NUESTRO CONTROL PUEDEN INTERFERIR AÚN CON LOS MEJORES PLANES, SIN LA PLANEACIÓN LOS EVENTOS SE DEJAN AL AZAR.

SIN EMBARGO LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA REQUIERE ANTE TODO DE LA HABILIDAD DE ACTUAR SOBRE LA TEORÍA, Y CAMBIAR EL FUTURO, ES SER CAPAZ DE QUE LA GENTE ACTÚE EN FORMA DIFERENTE A COMO LO HARÍA, O A COMO LO HACE.

A CONTINUACIÓN, LLEVAREMOS LA ESTRATEGIA AL CAMPO DEL CONOCIMIENTO QUE NOS OCUPA TRATANDO DE ESTABLECER Y DELIMITAR A LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN TÉRMINOS DE LA REALIDAD DE ESTE IMPORTANTE SECTOR DE LA ECONOMÍA MEXICANA EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA Y CON UN MERCADO DE AMÉRICA DEL NORTE QUE ES EL PRINCIPIO DE UNA IMPORTANTÍSIMA DECISIÓN ESTRATÉGICA PARA EL MICRO Y PEQUEÑO EMPRESARIO MEXICANO.

CALIDAD TOTAL, SI PERO

NECESITAMOS UN POCO DE SENTIDO EMPRESARIAL.

AS NUEVAS CONDICIONES ECONÓMICAS SON TAN CAMBIANTES QUE OBLIGAN AL EMPRESARIO A ESTAR ALERTA Y ESTABLECER ESTRATEGIAS QUE LE
MITAN ENFRENTAR CON ÉXITO TODO ESE GRAN CÚMULO DE CUESTIONES QUE CONFORMAN HOY EN DÍA SU MUNDO. UNO DE LOS NUEVOS
INOS QUE HA BUSCADO ES EL DE LA CALIDAD TOTAL, ESAS DOS PALABRAS QUE POCOS CONOCEN, PERO DE LAS QUE TODOS HABLAN.

DESafortunadamente, ESTE CONCEPTO - BASE DEL ÉXITO DE LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE JAPÓN - SE HA CONFUNDIDO. SE HA PASADO
ALTO QUE ES UN MEDIO PARA LOGRAR LA COMPETITIVIDAD Y ALCANZAR LAS METAS QUE SE HA TRASADO DETERMINADA EMPRESA.

ENEMOS QUE ESTAR CONCIENTES DE QUE EL DOMINIO PLENO O LOS RESULTADOS EXITOSOS CON LA IMPLATACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL SE OBTIENE
EL MEDIANO Y LARGO PLAZOS.

"Debido a su ineficiencia y falta de
acidad durante el año CERRARON el el país más de
3,000 MICROS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, ESTO SE
IE AL HECHHO DE QUE SUS DIRECTIVOS SE NIEGAN A --
ILANTAR PROGRAMAS DE CALIDAD TOTAL Y SE LIMITEN A --
SISTIR CON MÉTODOS OBSOLETOS DE TRABAJO Y RELA-
N CON EL PERSONAL. DESTACANDO QUE LOS SECTORES
CTADOS SON EL TEXTIL, ZAPATERO Y JUQUETERO, YA -
E NO CAPTARON LOS CONCEPTOS DE MODERNIZACIÓN Y --
IDAD TOTAL QUE SON NECESARIOS PARA EL DESARROLLO
LAS INDUSTRIAS."6

DE LA MISMA MANERA, DEBEMOS TENER CUIDADO DE NO CAER EN EL ERROR DE QUE, AL SER TODO UN PROCESO Y UN CAMBIO FILOSÓFICO, LA
IDAD TOTAL SE TRADUZCA SÓLO EN EROGACIONES, RECORTES DE PERSONAL Y PAPELES QUE MÁS BIEN ESTORBAN,

KAZAGA YAMAZAKI LINDA. "CERRARON 23 mil Microempresas", El FINANCIERO, 16 de Diciembre de 1992.

PARA ATENDER A ESTA SITUACIÓN, ES INCLUDABLE QUE TODOS LOS QUE PARTICIPAN EN UNA EMPRESA DESEAN SUPERAR SU POSICIÓN ACTUAL, Y LAS CABEZAS A PESAR DE TENER POCAS PREPARACIÓN DEBEN DE ESTAR AL DÍA EN INFORMACIÓN SENCILLA PERO CONFIABLE A FIN DE APLICAR EL SISTEMA QUE SE PROPONE.

DOS PREGUNTAS ESTRATÉGICAS SALTAN PARA RESPONDERSE EN ESTE MOMENTO:

1.-¿ COMO ESTAMOS EN ESTOS MOMENTOS ?

2.-¿ EN DONDE QUEREMOS ESTAR EN LOS PRÓXIMOS CINCO O 10 AÑOS ?

LA RESPUESTA A LA PRIMERA CONSIDERACIÓN ES LA SIGUIENTE: CONSISTE EN UN ANÁLISIS DEL MICROEMPRESARIO REPONDIÉNDOSE SOBRE EL COMO LLEVA ACTUALMENTE LA ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA, COMO ES LA SATISFACCIÓN DE SUS CLIENTES, CONSIDERAR LAS DEVOLUCIONES, TOMAR EN CUENTA LAS BONIFICACIONES, LA PREFERENCIA QUE PUEDE TENER EL CONSUMIDOR SOBRE LOS PRODUCTOS DE LOS COMPETIDORES Y EL PORQUE DE SU ACTUAL ACTITUD.

CONOCER Y EVALUAR EL SERVICIO POSTERIOR QUE PROPORCIONAMOS, LA PRESENTACIÓN EL EMPAQUE, LA PRESENCIA DE NOSOTROS COMO AGENTES DE VENTAS, ETC.

EN EL CASO DE GRANDES COOPERACIONES LA SOLUCIÓN A ESTA ESTRATEGÍA ES EL DE REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO, PERO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE POR SU COSTO NO PUEDEN LLEVARLO A CABO DEBEN DE RECURRIR A SU EXPERIENCIA PARA PODER INICIAR ACCIONES CORRECTIVAS.

HABRÍA TAMBIÉN QUE EVALUAR POR PARTE DE ESTOS EMPRESARIOS COMO SE LLEVA A CABO SU PROCESO PRODUCTIVO. PARA ELLO ES IMPERATIVO PONDERAR LOS DESPERDICIOS, LA DUBLICIDAD DE FUNCIONES, LOS TIEMPOS MUERTOS LAS DESCOMPOSTURAS DE MAQUINARIA Y EQUIPO, EL NO TENER UNA REFACCIÓN IMPORTANTE EN EL ALMACEN, LAS MATERIAS PRIMAS DE MALA CALIDAD, LA INOPORTUNA ENTREGA DE MATERIALES, LOS ERRORES PROPIOS DE LA FALTA DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL Y TODOS AQUELLOS COSTOS OCASIONALES QUE SE GENERAN POR NO LLEVAR CORRECTAMENTE LAS ACTIVIDADES BÁSICAS.

EN EL RENGLÓN ADMINISTRATIVO PROPONEMOS QUE LOS EMPRESARIOS DEBEN REVIZAR DESDE LA MISIÓN U OBJETIVO SOCIAL INICIAL, Y COMPARARLO CON LAS NECESIDADES ACTUALES, YA QUE PUEDE SER EL MOMENTO DE REDEFINIRLA.

PARA CONTESTAR A LA SEGUNDA PREGUNTA SOBRE DONDE QUEREMOS ESTAR DENTRO DE ALGUNOS AÑOS, ES NECESARIO QUE LOS MICROEMPRESARIOS OBSERVEN SUS POSIBILIDADES DE SEGUIR EN EL MERCADO, PREOCUPARSE POR SU TECNOLOGÍA, Y OBSERVAR SU ORGANIGRAMA ACTUAL. " AL OJO DEL AMO ENGORDA EL CABALLO " REZA UN DICHO POPULAR CAMPIRANO.

A PARTIR DE ESTE MOMENTO ESTAMOS EN POSIBILIDADES DE ESTRUCTURAR LOS PROGRAMAS NECESARIOS Y LAS OCASIONES DE MEJORA CONTINUA.

AL REFLEXIONAR LO ANTERIOR EL EMPRESARIO, JUNTO CON SU PERSONAL DEBE DEFINIR LOS PUNTOS CRITICOS QUE LIMITAN SU DESEMPEÑO. ELLO PERMITIRÁ DISEÑAR LA ESTRATEGIA HACIA UN MEJOR PROCESO, LO CUAL IMPLICA ELIMINAR TRABAS. PARA LOGRARLO DEBE BUSCAR LA SENCILLEZ DE LOS PLANTEAMIENTOS Y LOGROS, ASÍ, SINTETIZAR LOS ESFUERZOS Y ESTABLECER Y EVALUAR LAS METAS PRECISAS.

PRETENDEMOS QUE LOS MICROEMPRESARIOS DESARROLLEN UN POCO DE SENTIDO COMÚN Y APROVECHEN LA EXPERIENCIA QUE LES DAN LOS AÑOS FRENTE DEL NEGOCIO, ASÍ COMO LA DE SUS COLABORADORES EN CUANTO A CREATIVIDAD, RECORDAR LA IMPORTANCIA DE DEFINIR PRIMERO LO SENCILLO PARA INCORPORARSE CON ÉXITO AL NUEVO CONTEXTO ECONÓMICO, TANTO NACIONAL COMO INTERNACIONAL. SOLO ASÍ ENCONTRARÁ ÉXITO CUALQUIER ACCIÓN DE MEJORA CONTINUA, E INSISTIMOS DE LA SENCILLEZ Y CLARIDAD CON QUE PLANTEE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA DETERMINAR EL ÉXITO O FRACASO DE SU EMPRESA.

PRINCIPALES ACCIONES ESTRATEGICAS DE LA INDUSTRIA CONFECCIONISTA EMPRENDIDAS POR EL GOBIERNO FEDERAL

LA EXPERIENCIA EN OTROS PAISES SOBRE EL TEMA DE DESARROLLO A MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS SIRVE DE BASE PARA PODER ADAPTARSE EN MÉXICO Y VOLVER MÁS EFICIENTE Y PRODUCTIVO AL SECTOR ASÍ COMO LOS MECANISMOS PARA AGILIZAR EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO A DICHO SECTOR DE LA ECONOMÍA.

"PARA EL GOBIERNO FEDERAL ES MUY IMPORTANTE EL DESARROLLO DE INDUSTRIA PEQUEÑA Y MEDIANA. ANTES ESTE SECTOR SURTÍA ÚNICAMENTE AL MERCADO LOCAL Y COMPETÍA CON LA GRAN EMPRESA. ESTAMOS TRATANDO DE ADOPTAR UN MODELO DIFERENTE PARA QUE SEA EFICIENTE Y COMPETITIVO".

¿BUSCA EN EL MODELO APOYO FINANCIERO EN MATERIA DE CAPACITACIÓN DE DESARROLLO TECNOLÓGICO PARA QUE SE MODERNICE.

Hay dos fórmulas que se quieren trasplantar a México: El modelo Italiano y el modelo Japonés. (Aquí englobaríamos a otros países de Asia cuyo caso es muy parecido).

EL MODELO ITALIANO

En Italia la industria pequeña está organizada para comerciar (a fin de tener acceso a mercados nacionales como del extranjero), para desarrollar tecnología común, capacitarse y financiarse a costos competitivos. Es preciso decir que esto no se logra fusionando empresas. Cada una mantiene su independencia. Lo que han hecho es crear organismos de vinculación a los que llaman "consorcios de empresas". Por ejemplo en Italia donde el calzado es ampliamente competitivo, las empresas son talleres pequeños de tipo artesanal. Estas firmas se vinculan con los consorcios y estos contactan al mejor diseñador (que cobra un honorario, pues es el mejor), quien es pagado por todas las integrantes del consorcio. De este modo se hacen diseños de última moda, lo más exclusivo del mercado y son fabricados por compañías pequeñas.

El consorcio también tiene acceso a los Bancos y líneas de Crédito al hacerlo de manera global las pequeñas unidades productivas obtiene las mismas condiciones de contratación que tendría una empresa grande y la misma ventaja de negociación frente a un Banco.

EN EL COMERCIO EXTERIOR.

En el comercio exterior el consorcio posee contactos o hasta una representación propia. Esto reduce mucho el costo de acceso al mercado externo para cada empresa.

En materia tecnológica sucede algo similar al tener la confianza de una gran empresa para hacer traer la maquinaria de punta de cualquier parte del mundo.

EL MODELO JAPONES

EL CASO JAPONÉS ES IMPRECIÓNANTE. SE CONOCE SOLO A LOS GRANDES CONSORCIOS DE ESE PAÍS, SI BIEN MÁS DE LA MITAD DE LA POBLACIÓN INDUSTRIAL LA REALIZAN COMPAÑÍAS PEQUEÑAS. CUANDO SE VEN LOS PRODUCTOS JAPONESES, POR EJEMPLO UNA GRABADORA SONY LO QUE SE VE ES ESA MARCA POR LO QUE UNO SE IMAGINA QUE ESA EMPRESA FABRICA TODO. LA VERDAD ES QUE EL CONSORCIO CASÍ NO HACE NADA: SU FUNCIÓN ES PONERLE LA MARCA REALIZAR EL DISEÑO Y HACER ALGUNOS COMPONENTES QUE PUEDEN SER MUY IMPORTANTES DESDE EL PUNTO DE VISTA ESTRATÉGICO PARA DARLE IDENTIDAD AL PRODUCTO, Y QUE NO SE DESEAN PONER A DISPOSICIÓN DE LA INDUSTRIA EN GENERAL.

PERO TODO LO DEMÁS ES CONTRATADO POR FUERA, FUNDAMENTAMENTE CON EMPRESAS MEDIANAS Y PEQUEÑAS. EN ALGUNOS CASOS HAY UNA CONTRATACIÓN DE DOS O TRES NIVELES, VOLVIENDOSE UNA ESPECIE DE PIRÁMIDE EN CUYA PUNTA SE ENCUENTRA SONY, QUE ES LA QUE COMERCIALIZA EL PRODUCTO, LO DISEÑA, LE DA EL NOMBRE, MIENTRAS QUE EN LA BASE HAY MUCHAS COMPAÑÍAS PEQUEÑAS QUE TIENEN COMO FUENTE DE FUERZA DE LA GRAN EMPRESA.

NOSOTROS PENSAMOS QUE ESTE PUEDE Y DEBE SER UN ESQUEMA QUE SE ADOpte CADA VEZ MÁS A SECTORES COMO EL ELÉCTRICO, TEXTIL Y AUTOMOTRIZ, DONDE NO TODOS LOS COMPONENTES DEBEN SER FABRICADOS POR UNA SOLA FIRMA.

LA ESPECIALIZACIÓN HACE A LA GENTE Y A LA EMPRESA MÁS DIESTRAS.

LA VENTAJA DE ESTE ESQUEMA ES QUE LA INDUSTRIA MEDIANA Y PEQUEÑA SE INTERNACIONALIZA DE MANERA INDIRECTA EN EL MOMENTO EN QUE LA COMPAÑÍA GRANDE EXPORTA UN PRODUCTO, EL PEQUEÑO EMPRESARIO TAMBIÉN ESTÁ EXPORTANDO.

EL PEQUEÑO INDUSTRIAL NO PUEDE, NI ESTÁ OBLIGADO A TENER UNA ORGANIZACIÓN DE MERCADERO EN EL EXTERIOR PORQUE SU VÍNCULO ES LA GRAN EMPRESA. ESTO PERMITE QUE LA FIRMA PEQUEÑA PUEDA INTERNACIONALIZARSE Y LOGRAR ASÍ COMPETIR.

ESTOS ENFOQUES PERMITEN QUE LAS EMPRESAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS SEAN COMPETITIVAS.

UNO DE LOS GRANDES PROBLEMAS DEL SECTOR

EL FINANCIAMIENTO

Como se sabe NAFINSA, ha tenido una transformación radical, antes era el Banco de las empresas quebradas. Se dedicaba a y a financiar a las paraestatales, lo que impedía que se ocupara realmente de su función. Ahora este enfoque ha cambiado por completo y ya adoptó de manera clara y decidida su vocación primordial. " El apoyo a la micro y pequeña empresa ".

El cambio ha sido importante, no es la solución cabal del problema, pero hace poco tiempo NAFINSA, estaba apoyando a unos de 10,000 empresas pequeñas mientras que ahora apoya a cerca de 70,000, aumentando en un 700%. Esa cantidad es suficiente, no ha alcanzado la meta final pero sí se han observado resultados.

El trámite para obtener un crédito es sencillo y básicamente no existe gran problema para conseguirlo, así lo expresamos en el trabajo. (Ver anexo, cuadro 9).

REALIDADES DE LA ESTRATEGIA ACTUAL

FUERZAS Y DEBILIDADES ANTE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

ACCESO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y CANADA

Los productos de la industria textil mexicana enfrentan una serie de barreras para entrar al mercado de Estados Unidos y Canadá como son las aranceles altos y las cuotas.

BARRERAS ARANCELARIAS

Los productos textiles nacionales enfrentan un arancel máximo de 57% para entrar a Estados Unidos y de 30% a Canadá. México, por su parte, impone un arancel máximo de 20% a las importaciones de textiles de cualquier país.

El arancel ponderado que impone Estados Unidos a los productos textiles mexicanos es de 68% en fibras, 9% en textiles y 8.5% en confección la protección arancelaria en aquel país es mayor justamente en aquellos productos en los que México es más competitivo. En 1990, el arancel ponderado en Estados Unidos para los productos canadienses fue de 6.8% para fibras, 6.2% para textiles y 15.8% para confección lo que colocó a México en una situación desventajosa tanto por el nivel arancelario vigente como por el proceso de desgravación en marcha.

BARRERAS NO ARANCELARIAS

" CUOTAS "

AS IMPORTACIONES MEXICANAS ENFRENTAN CUOTAS PARA ENTRAR AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, ESTO ES, LIMITES ARRIBA DE LOS CUALES NINGUNOS PRODUCTOS NO PUEDEN SER EXPORTADOS A ES PAÍS. EN LA ACTUALIDAD, EL 71% DE LAS EXPORTACIONES MEXICANAS A ESTADOS UNIDOS ESTÁ SUJETO A CUOTAS FIJAS POR EL CONVENIO BILATERAL TEXTIL FIRMADO CON ESE PAÍS EN EL MARCO DEL ACUERDO MULTIFIBRAS.

LAS CUOTAS HAN TENIDO EL EFECTO DE LIMITAR LA INVERSIÓN DE LA INDUSTRIA NO SOLO EN MAQUINARIA Y PLANTA SINO TAMBIEN EN CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. CANADÁ AUNQUE ES SIGNATARIO DEL AMF, NO IMPONE CUOTAS A MÉXICO PERO EXIGE UN PERMISO PREVIO A LA IMPORTACIÓN LO QUE LE PERMITE FRENAR LAS IMPORTACIONES EN UN MOMENTO DADO.

OTRAS BARRERAS AL COMERCIO "

LA LEY DE LOS ESTADOS UNIDOS NO PERMITE QUE LA ROPA DEL EJERCITO LA PROVEEAN FABRICANTES EXTRANJEROS. ESTO IMPIDE EL ACCESO A LA PARTE IMPORTANTE DEL MERCADO DE LA CONFECCIÓN EN ESE PAÍS.

IMPUESTOS COMPENSATORIOS "

EN EL AÑO DE 1989, ESTADOS UNIDOS DETERMINÓ UN IMPUESTO COMPENSATORIO PRELIMINAR DE 1,76% (AD VALOREM), EN CONTRA DE PRODUCTOS TEXTILES MEXICANOS QUE AFECTÓ A 200 EMPRESAS, POR LO CUAL EN 1990, MÉXICO SÓLO EXPORTÓ A ESTADOS UNIDOS 118 TONELADAS. BAJO FRACCIONES SUJETAS A ESTE IMPUESTO.

LA PRINCIPAL BARRERA DE MEXICO CON EL MUNDO

EL ACUERDO MULTIFIBRAS

EN LA HISTORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL, LA INDUSTRIA TEXTIL HA SIDO UNA DE LAS INDUSTRIAS QUE HA RECIBIDO MAYOR PROTECCIÓN.

El interés por proteger a la industria textil es que representa una importante fuente de empleo y constituye un sector considerable de la economía de los países. Esto a dado lugar a prácticas proteccionistas sin paralelo por parte de las naciones arrolladas en contra de aquellas que gozan de ventajas comparativas en la exportación de productos textiles casi todas ellas en vías de desarrollo.

Estados Unidos empezó a promover acuerdos de ordenación del mercado mundial de textiles, después de la segunda guerra mundial, especialmente a partir de los años 60's. En 1974 se firmó el Acuerdo Multifibras (AMF), renovado en 1977, 1981, 1986 y 1991, mismo que estará en vigor hasta diciembre de 1992.

El AMF, estableció mecanismos para asegurar la reducción de barreras al comercio de textiles a sí lograr una liberación gradual y ordenada del mercado.

Esta se ha llevado a cabo a través de la firma de acuerdos bilaterales entre los países importadores y exportadores, que establecen cuotas a la importación de textiles, de manera que no distorsionen el mercado interno de los exportadores.

El AMF regula el 66% del mercado internacional de textiles, que llegó a 196 mil millones de dólares (mmd), en 1990.

México participó con 0.7% de ese total mientras que Estados Unidos con el 20.7%.

El AMF, suscritó por 41 países sea traducido en la imposición de cuotas a las exportaciones de textiles a los países desarrollados, principalmente a Estados Unidos, de manera que estas no crezcan más allá de un 6% anual.

La existencia de cuotas va en contra de las normas del GATT, por lo que el AMF, es considerado como una excepción del mismo. En la Ronda de Uruguay del GATT se está discutiendo la manera de desmantelar paulatinamente el AMF e integrar el comercio de textiles a las reglas generales a través de un acuerdo marco.

Dados los acuerdos de la Ronda para llegar a una solución al respecto se combinó la prolongación del AMF hasta diciembre de 1992, o en su defecto hasta el final de la Ronda. Los países exportadores demandan el desmantelamiento del AMF a mediano plazo mientras que los importadores solicitan un periodo más largo de transición.

LA ESPECTATIVA ESTRATEGICA DESDE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

SITUACIONES.

129219

El objetivo mexicano en la negociación del comercio textil es el de tener un acceso amplio a los mercados de esos países, el tamaño del mercado de Estados Unidos se aprecia claramente cuando se considera que el consumo de fibras de todo tipo de persona es de 20.2 kilogramos al año, mientras que en México solo asciende a 5.5 kilogramos.

El tener un mayor acceso a los mercados pretenderá crear las escalas de producción, abatiendo así los costos unitarios. Asimismo, se fomentará la creación de empleos en la industria textil de nuestro país, y nos daría preferencia sobre otros proveedores en el mercado particularmente de Asia. La industria mexicana podría incrementar sus exportaciones y modificar su composición de manrea tal que la participación de las confecciones fabricadas con insumos mexicanos aumentará como último eslabón de la cadena textil, la confección es potencialmente la punta de lanza para toda la industria. Al mismo tiempo tendría que mejorarse la calidad de algunos productos de algodón, polyester y nylon, fortalecer el segmento de acabados dentro del sector textil y abrirse nuevos y mejores canales de comercialización.

Un Tratado de Libre Comercio abriría nuevas oportunidades para complementar los factores de la producción en los tres países y los volvería más competitivos frente al resto del mundo.

"GRUPO ESPECIAL DE NEGOCIACION PARA LA INDUSTRIA TEXTIL"

En el momento de planearse la estructura de los grupos de trabajo para la negociación del TLC, con Estados Unidos y Canadá, México se pronunció por la formación de un grupo especial para discutir todo lo relacionado con la industria textil. La propuesta estuvo fundamentada en la importancia económica de esta industria en los tres países, en especial su papel en la generación de empleos. Estados Unidos y Canadá estuvieron de acuerdo con la propuesta mexicana.

"BARRERAS ARANCELARIAS"

El objetivo de México, es lograr la eliminación de aranceles para tener un acceso más franco a los mercados de Estados Unidos y Canadá, al mismo tiempo que se establece un plazo para la modernización de la industria mexicana. Además, los textiles mexicanos enfrentan aranceles ponderados más altos que Canadá para entrar a Estados Unidos, lo que lo coloca en una situación de desventaja.

"BARRERAS NO ARANCELARIAS"

México también se propone por la eliminación de cuotas a las exportaciones nacionales a los Estados Unidos y sus argumentos son los siguientes:

- > En primer lugar, la existencia de cuotas a las importaciones provenientes de México, es incongruente con el Acuerdo Multifibras.
- > En segundo, México es el único país de los tres involucrados en las negociaciones que enfrenta cuotas, lo que le coloca en una situación de asimetría.
- > En tercero las cuotas han tenido un efecto perverso en la inversión de la industria en México al inhibirla no solo en maquinaria y equipo sino en canales de comercialización como se indicó anteriormente (ver, SUPRA , Tratado de Libre Comercio).

CUARTO LUGAR, LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS TEXTILES MEXICANOS NO SON UNA AMENAZA PARA ESTADOS UNIDOS YA QUE ESTAS REPRESENTARON, EN 1990 SOLO EL 3.2% DE LAS IMPORTACIONES TEXTILES TOTALES DE ESE PAÍS, SIENDO LOS PAÍSES ASIÁTICOS LOS PRINCIPALES PRODUCTORES.

MÉXICO BUSCARÁ TAMBIÉN QUE EL REQUISITO DE PERMISO PREVIO DE IMPORTACIÓN PARA TEXTILES QUE EXISTE EN CANADÁ NO SE CONVIERTA EN FUTURO EN UNA BARRERA AL COMERCIO PARA PRODUCTOS MEXICANOS.

REGLAS DE ORIGEN "

UN OBJETIVO FUNDAMENTAL ES NEGOCIAR REGLAS DE ORIGEN QUE PERMITAN UN BALANCE ENTRE DOS PRINCIPIOS: POR UN LADO BENEFICIAR A LOS PRODUCTORES DE LA REGIÓN Y, POR EL OTRO, PERMITIR EL DESARROLLO DE UNA MAYOR COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES DE LA REGIÓN CON RESPECTO A OTROS PAÍSES.

OTROS ASPECTOS DE LA NEGOCIACION

EN RELACIÓN A SALVAGUARDAS PARA LA INDUSTRIA TEXTIL, EL OBJETIVO DE NUESTRO PAÍS ES: EL ESTABLECIMIENTO DE SALVAGUARDAS QUE PERMITAN LA PROTECCIÓN DEL MERCADO MEXICANO EN CASO DE QUE HAYA UN INCREMENTO REPENTINO DE IMPORTACIONES QUE INTRODUZCAN DISTORSIONES.

EN LO REFERENTE A ETIQUETADO, SE BUSCA LA INTRODUCCIÓN DE UN SISTEMA DE ETIQUETADO TRILATERAL QUE PROTEGA AL CONSUMIDOR CON INFORMACIÓN SOBRE EL ORIGEN, COMPOSICIÓN Y CUIDADO DEL PRODUCTO, ENTRE OTROS REQUISITOS.

VENTAJA COMPETITIVA

EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A LAS SITUACIONES DEL AMBIENTE QUE SE VIVE EN LA REALIDAD MEXICANA, LOGRAMOS ESTABLECER UNA VENTAJA COMPETITIVA EN UNA ÁREA DE OPORTUNIDAD EN BASE AL ANÁLISIS DE SITUACIONES DEL AMBIENTE INTERNO DEL SECTOR Y EXTERNO DE LA ECONOMÍA.

EL ÁREA DE OPORTUNIDAD DE MÉXICO ESTÁ EN AGREGARLE VALOR A LAS COSAS QUE HACE, A SUS PRODUCTOS, A SUS MATERIAS PRIMAS, A SU CALIDAD, A SU DEDICACIÓN POR EL TRABAJO, A SUS SERVICIOS. NO ES LA MANO DE OBRA BARATA LA QUE HA DE ASEGURARNOS UN FUTURO SOSTENIDO, NI HAY QUE APOSTARLE TODAS LAS CARTAS A LA MAQUILADORA.

VENDER MATERIAS PRIMAS SIN AGREGARLES VALOR NO ES GENERAR RIQUEZA. LA RIQUEZA ESTÁ EN LA CABEZA DE LA GENTE, DE HECHO EL VALOR AGREGADO EN LA TECNOLOGÍA⁸

EN REALIDAD HACE FALTA QUE LAS EMPRESAS DEFINAN QUE QUIEREN VENDER, CUANDO LO QUIEREN VENDER Y A QUIÉN SE LO QUIEREN VENDER, PARA EFECTOS TAN SENCILLOS PERO IMPORTANTES COMO ESTOS FACILITARAN EL HECHO DE UNA TENER UNA VENTAJA SOBRE LOS QUE APENAS PIENSAN EN VENDER.

EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA NO EXISTEN DESEOS NECIOS DE EMPRESARIOS, HAY RAZONES DE PESO PARA CONSIDERAR EL CAMPO DE OPORTUNIDAD Y ENFRENTAR LAS ADVERSIDADES DEL MEDIO AMBIENTE.

RUIZ DURÁN CLEMENTE. " UNA POLÍTICA DE APOYO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS ", EXPANSIÓN, XXIV, No. 599, p.92.

UN CONOCIDO PROFESOR EN ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA UNIVERSIDAD DE HARVARD, MICHAEL PORTER, DICE QUE LAS DIFERENTES NACIONES Y REGIONES TIENE SUS PROPIAS CARACTERÍSTICAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS.

EN MÉXICO ES DEFINITIVAMENTE SU POSICIÓN GEOGRÁFICA SU VENTAJA NATURAL, ESTÁ SITUADA EN EL CENTRO DEL MUNDO CON ACCESO A TODOS LOS MERCADOS, A MÁS DE TENER LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA CIUDAD QUE TIENE LA FRONTERA CON EL MERCADO MÁS GRANDE DEL MUNDO Y QUE ESTÁ PRETENDIENDO APROVECHARLO AL MÁXIMO.

LAS ACTIVIDADES PRIMARIAS DEBEN DE TENER UN RESURGIMIENTO, PERO AHORA CON UN ENFOQUE MÁS INDUSTRIAL, MÁS A LA TRANSFORMACIÓN.

UNA DE LAS ESTRATEGIAS CLAVE PARA INTEGRARSE A LA CONTIENDA CON ALGO QUE OFRECERLE AL CONSUMIDOR SE ENCUENTRA EN QUE ESTE COMBINE SU LABOR DE PRODUCCIÓN CON LAS IMPORTACIONES. ESTO SE EXPLICA A MANERA DE UN MECANISMO PROPIO DEL INDUSTRIAL PARA ADELANTAR EL MEDIO A QUE SE VA A ENFRENTAR PARA PODER POR UN LADO BIEN CREAR BARRERAS O BIEN PROPONER SU ESTRATEGIA ANTE TAL SITUACIÓN.

" LOS COMPETIDORES POTENCIALES SUCEPTIBLES DE ENTRAR AL MERCADO CONSTITUYEN UNA AMENAZA QUE LA EMPRESA DEBE CIRCUNSCRIBIR Y ENFRENTAR CONTRA LO CUAL HAY QUE PROTEGERSE CREANDO BARRERAS DE ENTRADA ". 9

LOS COMPETIDORES POTENCIALES SE ENMARCAN ENTRE LOS SIGUIENTES GRUPOS:

- LAS EMPRESAS EXTERNAS AL PRODUCTO-MERCADO QUE PODRIA FACILMENTE SUPERAR LOS OBSTÁCULOS A LA ENTRADA.

- LAS EMPRESAS PARA LAS CUALES UNA ENTRADA CONSTITUIRÍA UNA SINERGIJA MANIFIESTA.

- LAS EMPRESAS PARA LAS CUALES LA ENTRADA ES LA PROLONGACIÓN LÓGICA DE SU ESTRATEGIA.

- LOS CLIENTES O PROVEEDORES PUEDEN INTEGRARSE HACIA ARRIBA O HACIA ABAJO (PORTER, 1982, p. 55.).

LA IMPORTANCIA DE LA AMENAZA DEPENDE DE LA BUENA BARRERA DE ENTRADA QUE DEBERA ESTAR CON EL VIGOR DE LAS REACCIONES CON LAS QUE SE ESPERA ENCONTRAR EL COMPETIDOR POTENCIAL.

9. PORTER MICHAEL. " EL ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS " EN VENTAJA COMPETITIVA, 1982, p, 154-155.

BARRERAS DE ENTRADA QUE PUEDEN ESTABLECER SON LAS SIGUIENTES :

ANEAR SU PRODUCCIÓN TOMANDO COMO PARÁMETRO EL NIVEL DE IMPORTACIÓN LAS ECONOMÍAS DE ESCALA OBLIGAN A UN NUEVO PRODUCTOR A ARRANCAR A GRAN ESCALA, CON EL RIESGO DE INCURRIR CON DESVENTAJA EN LOS COSTES.

NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO PUEDEN SER CONSIDERABLES, NO SOLAMENTE PARA LA PRODUCCIÓN SI NO TAMBIEN PARA ASPECTOS COMO ACCESO A CLIENTES Y LOS GASTOS DE PUBLICIDAD.

ACCESO A LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN: LOS DISTRIBUIDORES PUEDEN SER NEGATIVOS SI SE TRATA DE REFERENCIAR UN PRODUCTO EXISTENTE, A VECES HAY NECESIDAD DE CREAR UN NUEVO CANAL.

EFFECTO DE LA EXPERIENCIA DE TENTADOS POR EL PRODUCTOR ESTABLECIDO PUEDE SER, MUY IMPORTANTE, EN PARTICULAR SI CONOCEMOS QUE LA INDUSTRIA DE TENDIDOS TEXTIL Y CONFECCIÓN TIENE UNA INTENSA CANTIDAD DE MANO DE OBRA.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

PARA EFECTOS DE UNA DETERMINACIÓN DE UN UNIVERSO DENTRO DE NUESTRO CONTEXTO INDUSTRIAL, UBICAMOS AL DISTRITO FEDERAL, YA QUE LOS DATOS PROPORCIONADOS POR LA CÁMARA NACIONAL TEXTIL, EL DISTRITO FEDERAL CUENTA EN LA RAMA DE LA CONFECCIÓN CON 2794 ESTABLECIMIENTOS, SIENDO EL MÁS REPRESENTATIVO DE ESTE SECTOR EN ESTA RAMA. (VER ANEXO, CUADRO 4).

DEFINIMOS NUESTRO UNIVERSO CON BASE A SECTORES QUE INTEGRAN LA INDUSTRIA TEXTIL, SOBRE EL REGISTRO QUE PROPORCIONA LA CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL, ADÉMÁS DE LA ESTRUCTURA QUE GUARDA LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN POR ESTABLECIMIENTOS DENTRO DEL SECTOR. ASÍ MISMO SE TOMARON EN CUENTA LOS CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.

DETERMINACION DE LA MUESTRA

PARA LA OBTENCIÓN DE LA MUESTRA SE UTILIZÓ EL CRITERIO DEL MUESTREO ALEATORIO SIMPLE CONSIDERANDO QUE TENEMOS UNA POBLACIÓN DE 2794 ESTABLECIMIENTOS Y CON LA SIGUIENTE FORMULA.

La fórmula de aplicación es:

$$n = \frac{N Z^2 p q}{N e^2 + Z^2 p q}$$

DONDE:

n = TAMAÑO DE LA MUESTRA.

N = TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.

Z = COEFICIENTE DE CONFIANZA.

p = PROBABILIDAD DE UN EVENTO. (BUENA INFORMACIÓN)

q = NO PROBABILIDAD. (MALA INFORMACIÓN)

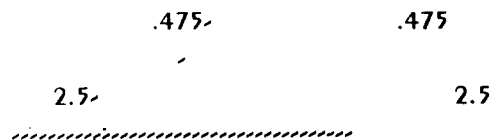
e = ERROR MÁXIMO ADMISIBLE.

Es importante señalar qué porcentaje de confiabilidad se desea en dicha muestra, o sea la mayor información se encuentre dentro de los intervalos de confianza ya fijados de antemano.

Al igual el error mínimo en el que puede caer el muestreo debido al azar, ya que difícilmente el resultado de una encuesta por muestreo estará completamente de acuerdo con el que se hubiera obtenido, utilizando sentido al efectuar las encuestas en todo nuestro universo, es por ello que la diferencia entre ambos es el error de muestreo.

Confiabilidad estandarizada

$$95\% = (Z = 1,96) \cdot .475$$



PARA UNA MUESTRA ALEATORIA SIMPLE, POCH (1978, p,97-99) SEÑALA LAS FORMULAS QUE ACONTINUACIÓN SE INCLUYEN SIENDO LA PRIMERA PARA POBLACIONES FINITAS Y LA SEGUNDA PARA POBLACIONES INFINITAS.

PARA MUESTRAS DE POBLACIONES FINITAS ($N < 3000$)

$$n = \frac{Nz^2 2}{Ne^2 + z^2 2}$$

PARA MUESTRAS DE POBLACIONES INFINITAS ($N > 3000$) :

$$n = \frac{z^2 2}{e^2}$$

Donde :

n = TAMAÑO DE LA MUESTRA.

N = TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.

z = COEFICIENTE DE CONFIANZA.

COVARIANZA POBLACIONAL (pq EN DICOTMIA)

e = ERROR MÁXIMO ADMISIBLE.

LOS VALORES DE z CORRESPONDEN A LOS SIGUIENTES DATOS :

p	q	z
0.9	0.1	1.64485
0.95	0.05	1.95996
0.99	0.01	2.57572
0.995	0.005	2.82

0.999	0.001	3.29053
0.9995	0.0005	3.48
0.9999	0.0001	3.89
0.99995	0.00005	4.04
0.999995	0.000005	5.00

LOS VALORES QUE CORRESPONDEN A p Y q EN CUASIVARIANZA:

p	q	pq
0.1	0.9	0.09
0.2	0.8	0.16
0.3	0.7	0.21
0.4	0.6	0.24
0.5	0.5	0.25
0.6	0.4	0.24
0.7	0.3	0.21
0.8	0.2	0.16
0.9	0.1	0.09

SE OBSERVARA QUE SI LA APROXIMACION SE DA HA DOS DIGITOS DESPUES DEL PUNTO DECIMAL, LA APROXIMACION A LA DISTRIBUCION NORMAL SERA MUCHO MAYOR. LA MAXIMA VARIABILIDAD POSIBLE SE ENCUENTRA EN LA COMBINACION $P = 0.5$, $q = 0.5$, CON LA CUAL SE OBTENDRA LA MAYOR MUESTRA POSIBLE.

CUANDO NO SE CONOCE LA VARIANZA PUEDE SEGUIRSE UNO DE LOS CAMINOS SIGUIENTES:

1) TOMAR LA MUESTRA DEL MAYOR TAMAÑO POSIBLE. LA MUESTRA OBTENIDA LA PODEMOS DIVIDIR EN SUBGRUPOS O ESTRATOS (AFIJACION). ESTE PROCEDIMIENTO PUEDE INCLUIR LA MISMA CANTIDAD DE CASOS POR ESTRATO (AFIJACION UNIFORME), PROPORCIONAL AL NUMERO DE ELEMENTOS Y A LA DESVIACION ESTANDAR DE CADA ESTRATO (AFIJACION OPTIMA).

CUANDO LA FORMA ELEGIDA ES EL MUESTREO SISTEMATICO, TOMAMOS LOS ELEMENTOS POBLACIONALES QUE DEBERAN FORMAR LA MUESTRA, DE (K) EN (K) ELEMENTOS, A PARTIR DE UNO DE ELLOS ELEGIDO ALEATORIAMENTE ENTRE LOS QUE OCUPAN LOS LUGARES DEL PRIMERO AL K -ESIMOS, INCLUYENDO AMBOS EXTREMOS.

UNA FORMA ALTERNA CONSISTE EN LA UTILIDAD DEL MUESTREO EN CONGLOMERADOS CAMBIANDO LA UNIDAD FISICA ELEMENTAL, POR UNIDADES DE MUESTREO QUE COMPREDAN UN GRUPO DE LAS PRIMERAS ESTE PROCEDIMIENTO ES FACTIBLE SI LAS UNIDADES FISICAS ELEMENTALES SE ENCUENTRAN DISTRIBUIDAS EN FORMA ALEATORIA EN CADA UNO DE LOS CONGLOMERADOS O BIEN, SI UTILIZAMOS UNA AFIJACION UNIFORME QUE PERMITA EL BALANCEO ENTRE LAS CATEGORIAS UTILIZADAS.

CUARTO LUGAR, LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS TEXTILES MEXICANOS NO SON UNA AMENAZA PARA ESTADOS UNIDOS YA QUE ESTAS REPRESENTARON, EN 1990 SOLO EL 3.2% DE LAS IMPORTACIONES TEXTILES TOTALES DE ESE PAÍS, SIENDO LOS PAISES ASIÁTICOS LOS PRINCIPALES PRODUCTORES.

MÉXICO BUSCARÁ TAMBÉN QUE EL REQUISITO DE PERMISO PREVIO DE IMPORTACIÓN PARA TEXTILES QUE EXISTE EN CANADÁ NO SE CONVIERTA EN FUTURO EN UNA BARRERA AL COMERCIO PARA PRODUCTOS MEXICANOS.

REGLAS DE ORIGEN "

UN OBJETIVO FUNDAMENTAL ES NEGOCIAR REGLAS DE ORIGEN QUE PERMITAN UN BALANCE ENTRE DOS PRINCIPIOS: POR UN LADO BENEFICIAR A LOS PRODUCTORES DE LA REGIÓN Y, POR EL OTRO, PERMITIR EL DESARROLLO DE UNA MAYOR COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES DE LA REGIÓN EN RELACIÓN A OTROS PAÍSES.

OTROS ASPECTOS DE LA NEGOCIACION

EN RELACIÓN A SALVAGUARDAS PARA LA INDUSTRIA TEXTIL. EL OBJETIVO DE NUESTRO PAÍS ES: EL ESTABLECIMIENTO DE SALVAGUARDAS QUE PERMITAN LA PROTECCIÓN DEL MERCADO MEXICANO EN CASO DE QUE HAYA UN INCREMENTO REPENTINO DE IMPORTACIONES QUE INTRODUCAN DISTORSIONES.

EN LO REFERENTE A ETIQUETADO, SE BUSCA LA INTRODUCCIÓN DE UN SISTEMA DE ETIQUETADO TRILATERAL QUE PROTEGA AL CONSUMIDOR CON INFORMACIÓN SOBRE EL ORIGEN COMPOSICIÓN Y CUIDADO DEL PRODUCTO, ENTRE OTROS REQUISITOS.

VENTAJA COMPETITIVA

EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A LAS SITUACIONES DEL AMBIENTE QUE SE VIVE EN LA REALIDAD MEXICANA, LOGRAMOS ESTABLECER UNA VENTAJA COMPETITIVA Y UNA AREA DE OPORTUNIDAD EN BASE AL ANALISIS DE SITUACIONES DEL AMBIENTE INTERNO DEL SECTOR Y EXTERNO DE LA ECONOMÍA.

EL AREA DE OPORTUNIDAD DE MÉXICO ESTÁ EN AGREGARLE VALOR A LAS COSAS QUE HACE, A SUS PRODUCTOS, A SUS MATERIAS PRIMAS, A SU CALIDAD, A SU DEDICACIÓN POR EL TRABAJO, A SUS SERVICIOS. NO ES LA MANO DE OBRA BARATA LA QUE HA DE ASEGURARNOS UN CRECIMIENTO SOSTENIDO, NI HAY QUE APOSTARLE TODAS LAS CARTAS A LA MAQUILADORA.

VENDER MATERIAS PRIMAS SIN AGREGARLES VALOR NO ES GENERAR RIQUEZA. LA RIQUEZA ESTÁ EN LA CABEZA DE LA GENTE, DE HECHO EL VALOR AGREGADO ES LA TECNOLOGÍA" 8

EN REALIDAD HACE FALTA QUE LAS EMPRESAS DEFINAN QUE QUIEREN VENDER, CUANDO LO QUIEREN VENDER Y A QUIÉN SE LO QUIEREN VENDER, CONSIDERAR ASPECTOS TAN SENCILLOS PERO IMPORTANTES COMO ESTOS FACILITARAN EL HECHO DE UNA TENER UNA VENTAJA SOBRE LOS QUE APENAS PIENSAN.

EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA NO EXISTEN DESEOS NECIOS DE EMPRESARIOS, HAY RAZONES DE PESO PARA CONSIDERAR EL CAMPO COMPETITIVO Y ENFRENTAR LAS ADVERSIDADES DEL MEDIO AMBIENTE.

RUÍZ DURÁN CLEMENTE. " Una política de apoyo a las micro y pequeñas empresa ", EXPANSIÓN, XXIV, No. 599, p.92.

UN CONOCIDO PROFESOR EN ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA UNIVERSIDAD DE HARVARD, MICHAEL PORTER, DICE QUE LAS DIFERENTES NACIONES REGIONES TIENE SUS PROPIAS CARACTERÍSTICAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS.

EN MÉXICO ES DEFINITIVAMENTE SU POSICIÓN GEOGRÁFICA SU VENTAJA NATURAL, ESTÁ SITUADA EN EL CENTRO DEL MUNDO CON ACCESO A TODOS LOS MERCADOS, A MÁS DE TENER LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA CIUDAD QUE TIENE LA FRONTERA CON EL MERCADO MÁS GRANDE DEL MUNDO Y QUE INTENTA PRETENDIENDO APROVECHARLO AL MÁXIMO.

LAS ACTIVIDADES PRIMARIAS DEBEN DE TENER UN RESURGIMIENTO, PERO AHORA CON UN ENFOQUE MÁS INDUSTRIAL, MÁS A LA TRANSFORMACIÓN.

UNA DE LAS ESTRATEGIAS CLAVE PARA INTEGRARSE A LA CONTIENDA CON ALGO QUE OFRECERLE AL CONSUMIDOR SE ENCUENTRA EN QUE ESTE COMBINE SU LABOR DE PRODUCCIÓN CON LAS IMPORTACIONES. ESTO SE EXPLICA A MANERA DE UN MECANISMO PROPIO DEL INDUSTRIAL PARA ADELANTAR EL MEDIO A QUE SE VA A ENFRENTAR PARA PODER POR UN LADO OBIEN CREAR BARRERAS O BIEN PROPONER SU ESTRATEGIA ANTE TAL SITUACIÓN.

" LOS COMPETIDORES POTENCIALES SUCEPTIBLES DE ENTRAR AL MERCADO CONSTITUYEN UNA AMENAZA QUE LA EMPRESA DEBE CIRCUNSCRIBIR Y ENFRENTAR LO CUAL HAY QUE PROTEGERSE CREANDO BARRERAS DE ENTRADA ". 9

LOS COMPETIDORES POTENCIALES SE ENMARCAN ENTRE LOS SIGUIENTES GRUPOS:

- LAS EMPRESAS EXTERNAS AL PRODUCTO-MERCADO QUE PODRIA FACILMENTE SUPERAR LOS OBSTÁCULOS A LA ENTRADA.
- LAS EMPRESAS PARA LAS CUALES UNA ENTRADA CONSTITUIRIA UNA SINERGIÁ MANIFIESTA.
- LAS EMPRESAS PARA LAS CUALES LA ENTRADA ES LA PROLONGACIÓN LÓGICA DE SU ESTRATEGIA.
- LOS CLIENTES O PROVEEDORES PUEDEN INTEGRARCE HACIA ARRIBA O HACIA ABAJO (PORTER, 1982, p. 55.).

LA IMPORTANCIA DE LA AMENAZA DEPENDE DE LA BUENA BARRERA DE ENTRADA QUE DEBERA ESTAR CON EL VIGOR DE LAS REACCIONES CON LAS CUALES SE ESPERA ENCONTRAR EL COMPETIDOR POTENCIAL.

9. PORTER MICHAEL. " El análisis de las fuerzas competitivas " EN VENTAJA COMPETITIVA, 1982, p, 154-155.

BARRERAS DE ENTRADA QUE PUEDEN ESTABLECER SON LAS SIGUIENTES :

ANEAR SU PRODUCCIÓN TOMANDO COMO PARÁMETRO EL NIVEL DE IMPORTACIÓN LAS ECONOMÍAS DE ESCALA OBLIGAN A UN NUEVO PRODUCTOR A ARRANCAR A GRAN ESCALA, CON EL RIESGO DE INCURRIR CON DESVENTAJA EN LOS COSTES.

NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO PUEDEN SER CONSIDERABLES, NO SOLAMENTE PARA LA PRODUCCIÓN SI NO TAMBIEN PARA ASPECTOS COMO ACCESO A CLIENTES Y LOS GASTOS DE PUBLICIDAD.

ACCESO A LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN: LOS DISTRIBUIDORES PUEDEN SER NEGATIVOS SI SE TRATA DE REFERENCIAR UN PRODUCTO EXOTICO, A VECES HAY NECESIDAD DE CREAR UN NUEVO CANAL.

EFFECTO DE LA EXPERIENCIA DE TENTADOS POR EL PRODUCTOR ESTABLECIDO PUEDE SER, MUY IMPORTANTE, EN PARTICULAR SI CONOCEMOS QUE EL PRODUCTO DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y CONFECCIÓN TIENE UNA INTENSA CANTIDAD DE MANO DE OBRA.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

PARA EFECTOS DE DETERMINACIÓN DE UN UNIVERSO DENTRO DE NUESTRO CONTEXTO INDUSTRIAL, UBICAMOS AL DISTRITO FEDERAL, YA QUE LOS DATOS PROPORCIONADOS POR LA CÁMARA NACIONAL TEXTIL, EL DISTRITO FEDERAL CUENTA EN LA RAMA DE LA CONFECCIÓN CON 2794 ESTABLECIMIENTOS, SIENDO EL MÁS REPRESENTATIVO DE ESTE SECTOR EN ESTA RAMA. (VER ANEXO, CUADRO 4).

DEFINIMOS NUESTRO UNIVERSO CON BASE A SECTORES QUE INTEGRAN LA INDUSTRIA TEXTIL, SOBRE EL REGISTRO QUE PROPORCIONA LA CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL, ADEMÁS DE LA ESTRUCTURA QUE GUARDA LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN POR ESTABLECIMIENTOS DENTRO DEL DISTRITO FEDERAL. ASÍ MISMO SE TOMARON EN CUENTA LOS CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.

DETERMINACION DE LA MUESTRA

PARA LA OBTENCIÓN DE LA MUESTRA SE UTILIZÓ EL CRITERIO DEL MUESTREO ALEATORIO SIMPLE CONSIDERANDO QUE TENEMOS UNA POBLACIÓN DE 2794 ESTABLECIMIENTOS Y CON LA SIGUIENTE FORMULA.

La fórmula de aplicación es:

$$n = \frac{N Z^2 p q}{N e^2 + Z^2 p q}$$

DONDE:

n = TAMAÑO DE LA MUESTRA.

N = TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.

Z = Coeficiente de confianza.

p = probabilidad de un evento. (BUENA INFORMACIÓN)

q = no probabilidad. (Mala información)

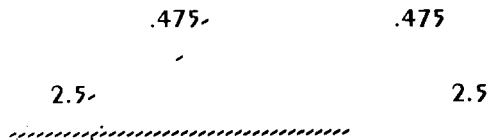
e = ERROR MÁXIMO ADMISIBLE.

Es importante señalar qué porcentaje de confiabilidad se desea en dicha muestra, o sea la mayor información se encuentre dentro de los intervalos de confianza ya fijados de antemano.

Al igual el error mínimo en el que puede caer el muestreo debido al azar, ya que difícilmente el resultado de una encuesta por muestreo estará completamente de acuerdo con el que se hubiera obtenido, utilizando sentido al efectuar las encuestas en todo nuestro universo, es por ello que la diferencia entre ambos es el error de muestreo.

Confiabilidad estandarizada

$$95\% = (Z = 1,96) \cdot .475$$



PARA UNA MUESTRA ALEATORIA SIMPLE, POCH (1978, p,97-99) SEÑALA LAS FORMULAS QUE A CONTINUACIÓN SE INCLUYEN SIENDO LA PRIMERA PARA POBLACIONES FINITAS Y LA SEGUNDA PARA POBLACIONES INFINITAS.

PARA MUESTRAS DE POBLACIONES FINITAS ($N < 3000$)

$$n = \frac{Nz^2 \sigma^2}{Nz^2 \sigma^2 + e^2}$$

PARA MUESTRAS DE POBLACIONES INFINITAS ($N > 3000$) :

$$n = \frac{z^2 \sigma^2}{e^2}$$

Donde :

n = TAMAÑO DE LA MUESTRA.

N = TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.

z = COEFICIENTE DE CONFIANZA.

σ^2 = CUASIVARIANZA POBLACIONAL (pq EN DICOTMÍA)

e = ERROR MÁXIMO ADMISIBLE.

LOS VALORES DE z CORRESPONDEN A LOS SIGUIENTES DATOS :

p	q	z
0.9	0.1	1.64485
0.95	0.05	1.95996
0.99	0.01	2.57572
0.995	0.005	2.82

0.999	0.001	3.29053
0.9995	0.0005	3.48
0.9999	0.0001	3.89
0.99995	0.00005	4.04
0.9999995	0.0000005	5.00

LOS VALORES QUE CORRESPONDEN A p Y q EN CUASIVARIANZA:

p	q	pq
0.1	0.9	0.09
0.2	0.8	0.16
0.3	0.7	0.21
0.4	0.6	0.24
0.5	0.5	0.25
0.6	0.4	0.24
0.7	0.3	0.21
0.8	0.2	0.16
0.9	0.1	0.09

SE OBSERVARA QUE SI LA APROXIMACIÓN SE DA HA DOS DÍGITOS DESPUES DEL PUNTO DECIMAL, LA APROXIMACIÓN A LA DISTRIBUCIÓN NORMAL SERÁ MUCHO MAYOR. LA MÁXIMA VARIABILIDAD POSIBLE SE ENCUENTRA EN LA COMBINACIÓN $P = 0.5$, $q = 0.5$, CON LA CUAL SE OBTENDRÁ LA MAYOR MUESTRA POSIBLE.

CUANDO NO SE CONOCE LA VARIANZA PUEDE SEGUIRSE UNO DE LOS CAMINOS SIGUIENTES:

1) TOMAR LA MUESTRA DEL MAYOR TAMAÑO POSIBLE. LA MUESTRA OBTENIDA LA PODEMOS DIVIDIR EN SUBGRUPOS O ESTRATOS (AFIJACIÓN). ESTE PROCEDIMIENTO PUEDE INCLUIR LA MISMA CANTIDAD DE CASOS POR ESTRATO (afijación uniforme), PROPORCIONAL AL NÚMERO DE ELEMENTOS Y A LA DESVIACIÓN ESTANDAR DE CADA ESTRATO (afijación óptima).

CUANDO LA FORMA ELEGIDA ES EL MUESTREO SISTEMÁTICO, TOMAMOS LOS ELEMENTOS POBLACIONALES QUE DEBERÁN FORMAR LA MUESTRA, DE (K) EN (K) ELEMENTOS, A PARTIR DE UNO DE ELLOS ELEGIDO ALEATORIAMENTE ENTRE LOS QUE OCUPAN LOS LUGARES DEL PRIMERO AL K -ÉSIMOS, INCLUYENDO AMBOS EXTREMOS.

UNA FORMA ALTERNA CONSISTE EN LA UTILIDAD DEL MUESTREO EN CONGLOMERADOS CAMBIANDO LA UNIDAD FÍSICA ELEMENTAL, POR UNIDADES DE MUESTREO QUE COMPREDAN UN GRUPO DE LAS PRIMERAS ESTE PROCEDIMIENTO ES FACTIBLE SI LAS UNIDADES FÍSICAS ELEMENTALES SE ENCUENTRAN DISTRIBUIDAS EN FORMA ALEATORIA EN CADA UNO DE LOS CONGLOMERADOS O BIEN, SI UTILIZAMOS UNA AFIJACIÓN UNIFORME QUE PERMITA EL BALANCEO ENTRE LAS CATEGORÍAS UTILIZADAS.

LOS PROCEDIMIENTOS SEÑALADOS SE BASAN EN LA HOMOGENEIDAD DE LA POBLACIÓN DE DONDE EXTRAIMOS LA MUESTRA. SIN EMBARGO, UNA MANERA DE GENERALIZAR QUE SEA HOMOGENEA ES LA UTILIZACIÓN DEL PROCESO ALEATORIO QUE LO GARANTIZE, LOGRANDOSE POR ESTE HECHO LA REPRESENTATIVIDAD DE LA MUESTRA, NO DEPENDIENDO DEL TAMAÑO DE ESTA, SINO DEL PROCEDIMIENTO PROBABILÍSTICO UTILIZADO.

EL GRADO DE GENERALIZACIÓN DE LOS RESULTADOS TAMPOCO DEPENDE DEL NÚMERO DE CASOS, SI NO QUE SE FUNDAMENTA MÁS FIRMEMENTE SOBRE LA BASE DE LA RECOPIACIÓN QUE PUEDE SER DIRECTA CUANDO LOS RESULTADOS SE VERIFICAN CONTRA UN GRUPO SIMILAR Y CON EL MISMO PROCEDIMIENTO, O BIEN SISTEMÁTICAMENTE CUANDO SE VARIAN LAS CARACTERÍSTICAS DEL GRUPO ORIGINAL, ASÍ COMO LAS TÉCNICAS EMPLEADAS MANTENIENDO CONSTANTE SOLO EL EFECTO QUE QUEREMOS MEDIR.

FORMULA:

$$N = \frac{Z^2 P Q N}{E^2 Z^2 (PQ)}$$

$$N = 2794$$

$$Z = 95\% = 1.96 \times 1.96 = 3.8416$$

$$Z = 9\% = .09 \times .09 = .0081$$

$$P = .50$$

$$Q = .50$$

SUSTITUYENDO:

$$N = \frac{(1.96)^2 (.5)(.5) 2794}{2794(.09)^2 + (1.96)^2 (.5)(.5)}$$

$$2683.3576$$

$$N = 23.5918$$

UNIVERSO = 2794

94 ESTABLECIMIENTOS

MUESTRA N = 114 CUESTIONARIOS.

N

$$n(100) = 114$$

$$N \frac{n(100)}{2794} = .0408017$$

Es el porcentaje de la población requerido por la muestra.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION REALIZADA

CRITERIOS ESTADISTICOS PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LAS MUESTRAS A INVESTIGAR

* TAMAÑO DE LA POBLACION INDUSTRIAL:

- 2794 ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES DEDICADOS A LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR TANTO CUERO COMO EN TELAS.

* TAMAÑO DE LA MUESTRA SELECCIONADA ESTADISTICAMENTE:

- 114 ELEMENTOS ENCUESTADOS .

* TAMAÑO DE LA POBLACION DE CONSUMIDORES A INVESTIGAR:

- INFINITA.

* TAMAÑO DE LA MUESTRA SELECCIONADA POR UN CRITERIO ESTADISTICO SEGUN SE CITA EN LA OBRA DE (POCK, 1978).

- 386 ENCUESTAS POR UN CRITERIO DE AFILIACION PROPORCIONAL EN LOS ESTRATOS SOCIALES.

CONCLUSION GENERAL

Después de haber terminado la investigación, podemos observar que los micro y pequeños empresarios de la industria de la confección, se enfrentan a cierta actitud por parte de los consumidores, tendiente hacia el consumismo de marcas que según ellos, les garantiza una mayor calidad. Los microempresarios producen en su mayoría prendas de vestir sacrificando la calidad, para reducir sus costos y así ofrecer un precio más accesible.

Esto repercute directamente en el consumidor ya que este piensa que un bajo precio no demuestra la calidad del producto. Con estas características prefiere no compararlo. Vemos como existe una relación muy estrecha de la visión que tiene el consumidor con respecto al precio y la marca; ya que piensa que con esto llega a una mejor calidad.

Existe una tendencia del casi 59% de las empresas que si han contemplado unirse en procesos productivos continuos con otras microempresas, para poder elaborar mejores productos en vías a la exportación en el marco del T.L.C., ya que se han dado cuenta de que es una alternativa de desarrollo.

En cuanto a sus canales de distribución, observamos que no tienen grandes problemas, ya que la mayoría de estos empresarios venden sus productos tanto en bazares, tianguis y tiendas comerciales o especializadas; atacando así varios segmentos de mercado, logrando con esto plantear sus estrategias de mercado.

En cuanto a la disposición de las empresas de adquirir créditos, nos dimos cuenta que la mayoría, sí desea créditos para desarrollarse, pero esto ha sido limitado por falta de conocimiento; significa que no son conocidos los procedimientos que se requieren para lo mismo; por lo que la mayoría recurre a los bancos de primer piso, los cuales no son los adecuados a sus necesidades.

Por otro lado se observa que existe poco apoyo por parte de la Cámara Textil, para fomentar creaciones en diseños, capacitación, comercialización, obtención de materia prima así como asesoría administrativa y organizativa en las micro y pequeñas industrias confeccionistas, ya que en su mayoría trabajan como creen que es mejor; sin existir suficiente comunicación entre estos y su cámara.

Sin embargo, debe considerarse que la mayoría de las empresas del sector, tiene una constitución corporativa familiar, lo cual puede constituir un obstáculo a esta modalidad de asociación, que bien se puede lograr mediante la forma de convencimiento de organismos que fueron creados para este cometido, cumpliendo realmente con su labor de desarrollo del sector industrial.

CONCLUSIONES.

1.- PARA LA HIPÓTESIS NÚMERO UNO, TENEMOS QUE ESTA SE NIEGA. EL MICRO EMPRESARIO CONFECCIONISTA NO RECIBE FINANCIAMIENTOS ADECUADOS A LAS NECESIDADES DE SU NEGOCIO. EL 75% DE LOS MICROEMPRESARIOS TIENE EL CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DE INSTITUCIONES DE BANCA DE DESARROLLO, Y QUE NACIONAL FINANCIERA OTORGÓ FINANCIAMIENTOS A NEGOCIOS COMO EL DE LA CONFECCIÓN, PERO ESTO NO ES SUFICIENTE PARA EL MICROEMPRESARIO MEXICANO SE INTERESA EN PEDIR CRÉDITOS; YA QUE EL 41.25% DE LOS CONFECCIONISTAS TIENEN UNA FALTA DE INFORMACION DE LAS INSTITUCIONES QUE OTORGAN LOS FINANCIAMIENTOS, A DEMÁS DE UN EXCESO DE REQUISITOS POR CUBRIR, SIENDO QUE HAY DISPOSICIÓN A PEDIR PRESTAMOS POR PARTE DEL 67.5% DE LOS CONFECCIONISTAS, PARA AMPLIAR O MODERNIZAR SUS NEGOCIOS, RAZÓN POR LA CUAL EL 42.5% DE LOS MICROINDUSTRIALES PREFIEREN EL FINANCIAMIENTO DE LOS BANCOS COMERCIALES A TAZAS MUY ALTAS DE INTERES.

2.- ACERCA DE LOS DISEÑOS DE CONFECCIÓN Y LA IMPORTANCIA PARA LOS MICROEMPRESARIOS, OBSERVAMOS QUE NUESTRA HIPÓTESIS NÚMERO DOS SE CONFIRMA. PARA EL CONFECCIONISTA, LA FALTA DE DISEÑO REPRESENTA UN VERDADERO PROBLEMA DE COMPETITIVIDAD PARA SU NEGOCIO; SI BIEN ES CIERTO QUE EL DISEÑO NO ES EL PRINCIPAL PARÁMETRO PARA COMPETIR EN EL MERCADO DE CONFECCIÓN. ESTE HECHO SE BASA EN QUE LOS CONSUMIDORES EXIGEN DISEÑOS QUE EL CONFECCIONISTA NO LE PUEDE OFRECER, YA QUE ELLOS MISMOS SON DISEÑADORES DE SUS PRODUCTOS Y POCOS CONFECCIONISTAS, SE PREOCUPAN POR CONOCER LOS GUSTOS DE LOS CONSUMIDORES; OBTENIENDO SUS DISEÑOS DE REVISTAS PRINCIPALMENTE, RAZÓN POR LA CUAL LOS CONFECCIONISTAS MEXICANOS SON IMITADORES DE MODA EXTRANJERA. ESTO LIMITA SU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL, YA QUE HECHO DE ENTRAR UN PRODUCTO A DESTIEMPO EN EL MERCADO, CUANDO ESTE YA ESTÁ SATURADO DE PRODUCTOS EXTRANJEROS, LIMITA EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE TIEMPO DE RESPUESTA A LOS CAMBIOS DE LA MODA.

3.- EN LA INVESTIGACIÓN REALIZADA ENCONTRAMOS QUE LAS HIPÓTESIS NÚMERO TRES Y CUATRO SE NIEGAN, YA QUE EL MICROINDUSTRIAL DE LA CONFECCIÓN, NO TIENE LA CAPACIDAD PARA INNOVAR DISEÑOS DE MODA, ÚNICAMENTE UN 16.25% DE LOS CONFECCIONISTAS TIENEN DISEÑADORES PROPIOS, HECHO QUE JUSTIFICA EL QUE SE CONVIERTAN EN IMITADORES DE MODA, SIN EMBARGO, ES CIERTO QUE NO TIENEN LA CAPACIDAD DE CREAR DISEÑOS DE MODA, PERO EXISTE LA POSICIÓN POR PARTE DEL 82.5% DE ESTAS PERSONAS PARA CAPACITARSE EN MATERIA DE DISEÑO, YA QUE REPRESENTA UNA VERDADERA NECESIDAD PARA EL DESARROLLO DE SUS EMPRESAS, SIEMPRE Y CUANDO NO REPRESENTA UN COSTO MUY ALTO

4.- CON RESPECTO A LA HIPÓTESIS NÚMERO SEIS CONCLUIMOS QUE EL MICROEMPRESARIO MEXICANO TIENE UNA ACTITUD NEGATIVA HACIA LA UNIÓN CON OTROS MICROEMPRESARIOS DEL MISMO RAMO, POR EL HECHO DE SENTIRSE DESPLAZADOS DE LA AUTORIDAD ADQUIRIDA Y POR FALTA DE CONOCIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN DE UNA SOCIEDAD PRODUCTIVA; ESTO BASANDONOS EN EL PORCENTAJE DE UN 61.25% DE LAS RESPUESTAS NEGATIVAS QUE FUERON CONTESTADAS, MIENTRAS QUE EL 38.78% RESPONDIÓ AFIRMATIVAMENTE, ESTOS DEMUESTRAN QUE TIENEN DISPOSICIÓN A PRODUCIR MEDIANTE PROCESOS COORDINADOS CON EMPRESAS DEL MISMO RAMO. UN EJEMPLO DE ESTO ES EN LA CONFECCIÓN DE UNA CAMISA, EXISTIRÍA UNA PERSONA ENCARGADA DE FABRICAR CUELLOS, OTRA MANGAS Y POR ÚLTIMO EL ENCARGADA DE ARMARLA Y EMPACARLA; LOGRANDO ASÍ UNA MAYOR PRODUCTIVIDAD, ESPECIALIZANDO Y CALIDAD EN EL PRODUCTO. LOGRANDO CON ESTO UNA DISMINUCIÓN EN LOS COSTOS PRODUCIDA POR LA MAXIMACIÓN DE LOS INSUMOS.

5.- SIENDO QUE PARA EL MISMO EMPRESARIO, EL LINEAMIENTO DE LA CALIDAD LO RECONOCE COMO EL PRINCIPAL PARA COMPETIR EN EL MERCADO, TANTO NACIONAL COMO EXTRANJERO; SE ENTIENDE QUE LA HIPÓTESIS NÚMERO SIETE ES CONFIRMADA, YA QUE EL MICROEMPRESARIO RECONOCE QUE LA DEMANDA DE SUS PRODUCTOS SE BASA EN LA CALIDAD.

ESTE ES SIN DUDA UN PROBLEMA DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

RESULTA IMPORTANTE DE RESALTAR QUE UN 30% APROXIMADAMENTE DE LAS MICROINDUSTRIAS SACRIFICAN UN FACTOR IMPORTANTE COMO LO ES LA CALIDAD, PARA DEVIAR SU ESTRATEGIA DE MERCADO A OTROS QUE NO LO SON, QUE SI SE QUIERE MANTENER O ELEVAR EL NIVEL DE ÉSTA, SE TIENE QUE INCURRIR EN COSTOS ELEVADOS, LO QUE NO PERMITIRÍA A LOS MICROEMPRESARIOS MANTENERSE A LARGO PLAZO EN UN MERCADO DONDE EL NIVEL COMPETITIVOES MUY ELEVADO

EL MICROEMPRESARIO SE ENFRENTA A UNA CITUACIÓN DUAL PARA SATISFACER EL MERCADO :

- > POR UNA PARTE, ATENDER EL MERCADO CONSUMIDOR DE MARCAS, CONSIDERANDO QUE AL CONSUMIR UNA MARCA, ESTÁ OBTENIENDO CALIDAD A PESAR DE UN PRECIO ELEVADO.
- > EL SEGMENTO QUE RECLAMA CALIDAD Y PRECIO SIN IMPORTAR MARCA.

ESTA DISYUNTIVA OBLIGA AL MICROEMPRESARIO A PENSAR Y DEFINIR, QUE SEGMENTO DE MERCADO DEBE ATACAR, EN BASE A LAS CARACTERÍSTICAS DE SUS PRODUCTOS.

6.- PODEMOS DECIR QUE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS MEXICANOS HACIA EL EXTERIOR ES DÉBIL. ESTA DEBILIDAD SE EXPLICA EN GRAN PARTE POR EL EFECTO NOCIVO QUE TIENE LAS CUOTAS DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA SOBRE LOS PRODUCTOS TEXTILES MEXICANOS, MEDIANTE EL ACUERDO MULTIFIBRAS, EL CUAL LIMITA LA PENETRACIÓN DE PRODUCTOS MEXICANOS AL MERCADO EXTRANJERO, AL INHIBIR LA INVERSIÓN EN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN, ANTE LA INCERTIDUMBRE DE LOGRAR UN MAYOR ACCESO QUE JUSTIFIQUE ESTAS INVERCIONES.

RESULTA IMPORTANTE MENCIONAR QUE MEDIANTE EL T.L.C., SE TIENE CONTEMPLADA LA DESAPARICIÓN DE DICHO ACUERDO; LO QUE HARÍA QUE LAS PUERTAS DE MERCADOS EXTRANJEROS SE ABRIERAN DE FORMA IMPORTANTE PARA LOS PRODUCTOS TEXTILES MEXICANOS, POR LO QUE PODEMOS CONCLUIR QUE LA RAMA DE LA CONFECCIÓN NO SERÁ TAN GOLPEADA O AFECTADA POR LA APERTURA COMERCIAL; SIN EMBARGO, EXISTE LA POSIBILIDAD DE POSICIONARSE DE UN MAYOR SEGMENTO DE MERCADO, TENER UN ACCESO MÁS DIRECTO A MATERIAS PRIMAS DE MAYOR CALIDAD Y LOGRAR UN AHORRO EN COSTOS, TODO ESTO, SIEMPRE Y CUANDO PUEDAN IMPLEMENTAR ESTRATEGÍAS DE MERCADO IMPORTANTES, TALES COMO :

PRECIO, OFERTA, COMERCIALIZACIÓN DIRECTA, ETC. ESTO SIGNIFICA QUE LA HIPÓTESIS PLANTEADA NÚMERO NUEVE, SE CONFIRMA.

7.- A TRAVÉS DE LA FIRMA DE UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON AMÉRICA DEL NORTE, MÉXICO GANA CON ESTO QUE SE SUPRIMAN TODAS LAS CUOTAS EXISTENTES EN ESTADOS UNIDOS. DE TAL FORMA MÉXICO PODRÁ VENDER HILOS, TELAS Y PRENDAS DE VESTIR HECHAS EN MÉXICO EN LAS CANTIDADES DESEADAS.

DE INMEDIATO SE QUITAN LOS IMPUESTOS PARA CASI LA MITAD DE LOS PRODUCTOS QUE MÉXICO VENDE A ESTADOS UNIDOS. LOS PRODUCTOS MEXICANOS SERÁN MÁS BARATOS QUE LOS EXTRANJEROS. PRA LA OTRA MITAD SE BAJAN LOS IMPUESTOS QUE EN ALGUNOS CASOS LLEGABAN AL 65%, A SOLAMENTE 20% COMO MÁXIMO.

ESTOS SERÁN ELIMINADOS EN UN PLAZO DE 10 AÑOS.

CANADÁ SUPRIME DE INMEDIATO LOS IMPUESTOS PARA EL 19% DE NUESTRAS EXPORTACIONES.

A CAMBIO LOS PRODUCTOS DE CANADÁ Y ESTADOS UNIDOS SIN PAGAR IMPUESTOS VENDRÁN A MÉXICO PERO DE UNA FORMA MÁS LENTA.

MÉXICO ELIMINARÁ CUANDO SE APRUEBE EL TRATADO SUS IMPUESTOS ASOLO UN 20% DE SUS COMPRAS TEXTILES EN ESTADOS UNIDOS Y AL 4.7% EN CANADÁ.

REPRESENTANDO ESTO UN INCREMENTO CONSIDERABLE DE LA CREACIÓN DE EMPLEOS ADEMÁS DE MEJORES REMUNERACIONES, O LAS YA EXISTENTES MEJOR PAGADAS. ESTO SI PENSAMOS QUE ESTAREMOS DENTRO DE UN MERCADO QUE CONSUME 1000% MÁS QUE EN LA ACTUALIDAD.

8.- DE ACUERDO A LA HIPÓTESIS PLANTEADA NÚMERO 5, LA CUAL NOS HABLA DE LA FALTA DE IMAGEN SOBRE LOS PRODUCTOS MEXICANOS LOGRANDO QUE EXISTA UN FÁCIL ACCESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS. SOBRE ESTO CABE MENCIONAR QUE LA MERCADOTECNIS COMPLETA, PERMITE LA PENETRACIÓN EN MERCADOS EXTERNOS YA QUE EL MERCADO INTERNACIONAL DE LAS PRENDAS DE VESTIR DE BAJA CALIDAD, ESTÁ DOMINADO POR PAÍSES ASIÁTICOS (HONG KONG, KOREA Y TAIWÁN, ETC)

ESTO ES UN FACTOR DETERMINANTE, YA QUE EN MÉXICO AFECTA DIRECTAMENTE, ESTO SIGNIFICA, QUE LOS CONSUMIDORES MEXICANOS DE PRENDAS DE VESTIR SE DEJEN LLEVAR POR APARIENCIAS HACIA UN MERCADO EXTRANJERO, PENSANDO QUE LAS PRENDAS DE VESTIR IMPORTADAS SON MEJORES QUE LAS QUE SE FABRICAN EN MÉXICO, ESTO SE DEBE PRECISAMENTE AL MALINCHISMO Y DESCONOCIMIENTO DE LA GENTE POR LA VERDADERA CALIDAD CONFECCIONISTA.

LOS CONSUMIDORES MEXICANOS PIENSAN QUE ADQUIRIENDO PRENDAS DE VESTIR EXTRANJERAS TENDRÁN UNA CALIDAD SUPERIOR A UN COSTO MENOR. ESTADÍSTICAMENTE HABLANDO EL 77.5% DE LOS CONSUMIDORES, SABEN QUE ESTAS PRENDAS DE VESTIR SON DE BAJA CALIDAD, YA QUE LAS HAN ADQUIRIDO, DÁNDOSE CUENTA DE ESTO.

POR OTRA PARTE EL 22.5% DE LOS CONSUMIDORES NO TIENE CONOCIMIENTO DE ESTO. ESTOS PRODUCTOS SIGUEN SIENDO ADQUIRIDOS YA QUE TIENE UN COSTO MUY ACCESIBLE AL CADA VEZ MÁS DETERIORADO SALARIO MEXICANO, Y APARENTEMENTE TIENEN CALIDAD.

A DIFERENCIA DE LO PLANTEADO ANTERIORMENTE EXISTEN OTROS PRODUCTORES COMO SON: FRANCIA E ITALIA, QUE TIENE LA CONCERTACIÓN DE EXPORTACIONES DE ALTA CALIDAD. ESTO AFECTA A MÉXICO DIRECTAMENTE, YA QUE EN ESE PAÍS EXISTEN PRENDAS DE VESTIR DE ALTA CALIDAD A UN PRECIO MUY ELEVADO, DEBIDO A FACTORES AJENOS QUE AFECTAN DIRECTAMENTE A LOS PRODUCTORES NACIONALES COMO SON:

EL TIEMPO QUE TARDAN EN TERMINAR UNA PRENDA, DISEÑOS PROPIOS, LO CUAL REQUIERE DE LA CONCENTRACIÓN DE DISEÑADORES EXCLUSIVOS, TELAS DE MAYOR CALIDAD, UNA MEJOR CONFECCIÓN Y UN PERFECTO ACABADO TEXTIL.

EN RESUMEN, EL TENER MAYOR ACCESO A MERCADO INTERNACIONALES PERMITIRÁ AMPLIAR LAS ESCALAS DE PRODUCCIÓN, ABATIENDO ASÍ LOS COSTOS UNITARIOS, ASÍ MISMO FOMENTANDO LA CREACIÓN DE EMPLEOS EN LA INDUSTRIA TEXTIL DE NUESTRO PAÍS Y NOS DARÁ PREFERENCIA SOBRE OTROS PROVEEDORES DEL MERCADO PARTICURMENTE DE ASIA.

LA INDUSTRIA MEXICANA PODRÁ INCREMENTAL SUS EXPORTACIONES Y MODIFICAR SU COMPOSICIÓN DE MANERA TAL QUE, LA PARTICIPACIÓN DE LAS CONFECCIONES FABRICADAS CON INSUMOS MEXICANOS AUMENTARÁ, YA QUE LA CONFECCIÓN ES POTENCIALMENTE LA PUNTA DE LANZA PARA TODA LA INDUSTRIA TEXTIL. AL MISMO TIEMPO TIENE QUE MEJORARSE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS, FORTALECESE AMPLIAMENTE EL SECTOR DE ACABADOS DENTRO DEL SECTOR TEXTIL Y ABRIRSE A

NUEVOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con las características observadas sobre las fuerzas y debilidades que presenta el sector de la confección en México, y los desafíos que tiene de enfrentar en el marco de la apertura comercial, las siguientes recomendaciones están encaminadas a proponer una solución tentativa y una estrategia a seguir mediante su elección, sobre la base de nuestros conocimientos en planeación estratégica a fin de fortalecer los puntos que lleven a una industria que no ha sido aprovechada a su máxima capacidad y que ha logrado mantenerse dentro de la economía del país.

1.- Es indispensable que organismos coordinadores de este sector tales como: (CANATEX, CANACINTRA, CNIV) se preocupen por la modernización del aparato industrial, por su crecimiento, desarrollo y competitividad de las empresas en mercados internacionales a través de la creación de institutos que brinden asesoría y apoyos técnicos a micro y pequeños industriales del ramo textil de confección encaminados a lograr objetivos tan amplios como los siguientes:

- * Eficiencia para ofrecer artículos de diseño creativo y atractivo al cada vez más exigente consumidor.
- * Productividad, favoreciendo así las economías de escala que dificultan ampliamente a competidores que quieran arrancar como nuevos, además de permitirles crear su ventaja competitiva en el coste unitario de los artículos, compitiendo así con precios de mercado internacional.
- * Calidad. Adopar a la calidad como una filosofía dentro de sus organizaciones al interior, tanto como al exterior. Se pretende que los productos tengan amplia aceptación en los mercados internacionales de consumo de ropa.
- * Oportunidad. Tener la consciencia de la oportunidad, y estar a la caza de mercados en los que la confección mexicana es preferida sobre la de otros países.
- * La calidad total como su nueva cultura.

2.- El desarrollo y crecimiento de este sector, en lo que respecta a lo financiero, se requiere que las instituciones de Banca de Desarrollo (NAFIN) principalmente, brinden verdadera información y haga fluir el crédito a través de campañas ampliamente difundidas de publicidad sobre el producto que ofrecen y sobre las actividades para lo cual fueron creadas, llegando hasta el propio micro y pequeño industrial mostrando las características de sus programas de desarrollo (ver anexo, cuadro 9), sustituyendo así el principal problema de estos organismos que es la desinformación potencial, la cual provoca entre el medio pequeño empresarial que estos elijan opciones por el financiamiento nada adecuadas a las realidades y capacidades de la industria.

3.- El importantísimo renglón de la Calidad y la Productividad se pueden ver mejoradas a través de la creación de procesos productivos coordinados. Ya que si se trabaja en

fabricación especializada de partes de confección, supone que será el camino viable para lograr una competencia más significativa con sus homólogos.

El proceso productivo consistiría en que de un cierto número de microy pequeñas industriales de un giro común, cada uno de especializara produciendo una pieza de una confección "X", y así cada uno, hasta un último que integrara toda la prenda y aún otros que se dedicaran al empaque y otros a la comercialización. Estos bloques permiten establecer una alianza estratégica en la que ningún miembro pierde su autonomía y autoridad, además la especialización en un producto, permite una ventaja sobre los competidores en un proceso productivo donde se conjuga la productividad con la calidad de fabricación.

4.- En el Tratado de Libre Comercio puede aprovechar las oportunidades y afrontar los desafíos siempre que este preparado para ello, por lo que es vital que conozca y actúe en el momento indicado sobre la base del aprovechamiento estratégico.

Entre otras oportunidades:

* Aprovechar la oportunidad que le brinda el Tratado de Libre Comercio en el ofrecimiento de nuevas y mejores tecnologías, maquinarias textiles y de confección que al entrar en vigor no pagarán la gran cantidad de impuestos que actualmente pagan y que incrementan sus costos hasta en un 100%

* Aprovechar la oportunidad de tener el recurso más escaso de este nuevo bloque comercial. La mano de obra abundante con la que cuenta México.

* La oportunidad de contar con un mercado en el que se contiene a la población de consumidores más grande del mundo.

* La facilidad que representa adquirir insumos de importación a bajo costo por frontera libre.

* Formar parte de uno de los principales bloques económicos del mundo moderno.

5.- Mediante alianzas estratégicas con sus homólogos se puede tener un acceso rápido a los mercados vía empresas de comercialización, favoreciendo esto a las economías de escala al ampliar el volumen de ventas como resultado de los acuerdos de distribución en los diferentes mercados.

6.- La subcontratación. Se debe de tomar en cuenta que la subcontratación implica un interés en varias etapas de la producción, desde los insumos hasta el producto final, a diferencia de la maquila que incluye solamente una etapa del proceso productivo (ensamble final).

Este es una sugerencia que urge considerarla a la modernización. No pueden ni deben seguirse dando todo a la maquila, la subcontratación implica cualquier parte del proceso productivo, y si al saber que se está subcontratando con calidad desde el principio esto nos asegura resultados positivos.

7.- Si tenemos un importante segmento del mercado interesado en la compra de marcas, el negocio de las licencias y franquicias puede ser un elemento vital para rescatar y explotar esta parte del mercado.

Las empresas pueden realizar alianzas ventajosas con sus compañeras del exterior mediante el contrato de franquicia. Las franquicias en punto de venta representan ventajas con relación al sistema de tiendas en propiedad del productor, ya que

TIENEN UN SERVICIO DIRECTO Y ATENCIÓN DE POSTVENTA AL CLIENTE Y EL USUARIO DE LA FRANQUICIA TIENE UN MEJOR CONOCIMIENTO DEL MERCADO LOCAL.

ADMINISTRACIÓN DEL NEGOCIO. LOS CONTRATOS DE ADMINISTRACIÓN Y APOYO CON INSTITUCIONES DE DESARROLLO DE LA INDUSTRIA TALES COMO NAFIN, CONSTITUYEN UNA MODALIDAD DE LO QUE LLAMAMOS ALIANZAS ESTRATÉGICAS QUE PUEDEN SER CONTEMPLADAS EN EL PROCESO DE MODERNIZACIÓN DE ESTAS INDUSTRIAS DEL SECTOR TEXTIL MEXICANO.

UNIONES DE CRÉDITO. DADAS LAS CARENCIAS COMUNES DETECTADAS, EN LAS QUE SE MANIFIESTAN PROBLEMAS PARA MANTENER LOS NIVELES DE PRODUCCIÓN POR EL DIFÍCIL ACCESO A LOS MERCADOS DE MATERIAS PRÍMAS Y FINANCIEROS, LAS DIFICULTADES PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS Y SATISFACER LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA, SE HA DEFINIDO AL PROYECTO UNIÓN DE CRÉDITO COMO DE LOS MÁS ADECUADOS PARA SATISFACER LAS CARENCIAS Y APROVECHAR OPORTUNIDADES.

OS OBJETIVOS QUE PERSIGUE:

SATISFACER LAS NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO DE SUS SOCIOS.

ADQUIRIR MATERIAS PRÍMAS EN COMÚN.

PROMOVER LA ORGANIZACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y VENTA EN COMÚN DE LOS PRODUCTOS.

REPARTIRSE POR PARTE DE LOS SOCIOS DE LA COMPRA, VENTA Y ARRENDAMIENTOS DE MAQUINARIA, CONSTRUCCIÓN Y ADMINISTRACIÓN.

OS BENEFICIOS POTENCIALES SON ENTRE OTROS:

MEJOR APROVECHAMIENTO DE LOS FACTORES DE LA PRODUCCIÓN POR PARTE DE LOS SOCIOS.

MEJORAR LA CAPACIDAD DE GESTIÓN DE TODOS LOS ASOCIADOS.

FACILITAR Y TENER CAPACIDAD A LA EXPORTACIÓN.

FACILITA LA COMPLEMENTACIÓN DEL PROCESO COMERCIALIZADOR DE LA CONFECCIÓN EN EL MUNDO.

POR LO QUE SE REFIERE A UNA POLÍTICA DE PROMOCIÓN QUE PERMITA DAR UN SALTO TECNOLÓGICO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS INDUSTRIAS SE PUEDE PENSAR EN DOS FORMAS:

LA PRIMERA SUSTENTADA EN EL DESARROLLO DE LA TECNOLOGÍA HACIA EL INTERIOR DE LAS PROPIAS MICROEMPRESAS Y EN LA CUAL EL SECTOR GOBIERNAMENTAL PODRÍA CONTRIBUIR MEDIANTE UN ESQUEMA QUE INTERRELACIONE A LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR CON LA MICROEMPRESA, ADEMÁS DE LA INVESTIGACIÓN.

LA SEGUNDA SE PUEDE ARGUMENTAR QUE EL HORIZONTE DE PLANEACIÓN DEL MICROEMPRESARIO ES DEL CORTO PLAZO, POR LO QUE PODRÍA CONCRETARSE EN FIRMAR CONVENIOS DE SUBCONTRATACIÓN NO PARA EL ABASTECIMIENTO TEMPORAL, SINO CON UNA VISIÓN DE MÁS LARGO PLAZO AFIN FORMAR NÚCLEOS MÁS SÓLIDOS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA EN FORMA HORIZONTAL A LAS GRANDES EMPRESAS.

ECESITA ACABAR CON LA RELACIÓN JERÁRQUICA QUE SE HA DADO EN ESTE GRUPO DE EMPRESAS, PUESTO QUE NO TIENE CABIDA EN LAS FORMAS DE INDUSTRIALIZACIÓN QUE VIVE LA ECONOMÍA GLOBALIZADA.

S ELEMENTOS QUE SE HAN MENCIONADO ASÍ COMO EL CONTENIDO GENERAL DE LA PRESENTE INVESTIGACIÓN PODRÍAN INDUCIR A UN IENTO EN LA PERSPECTIVA DE MODERNIDAD Y NO DE SUBSISTENCIA.