



02 de marzo de 2018

**H. Consejo Divisional
Ciencias y Artes para el Diseño
Presente**

En cumplimiento al mandato que nos ha conferido el H. Consejo Divisional, se procedió a revisar el documento presentado como informe de sabático, de la **DI. Araceli Vázquez Contreras**, adscrita al Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, en consecuencia se presenta el siguiente

Dictamen

De acuerdo con la evaluación efectuada por esta Comisión se encontró que se cumplió con el programa planteado para el disfrute del sabático, relativo al desarrollo de un ensayo que aborde una serie de temáticas relacionadas al ejercicio del Diseño Industrial y su relación con las micro y pequeñas industrias. Seleccionando algunos ramales de este sector que ejemplifiquen las relaciones en cuestión. Elaborará un documento de exploración para indagar sobre los posibles derroteros, orientaciones o modalidades que algunas empresas han asumido para mantenerse a flote, dadas las condiciones de incertidumbre en las que se desempeñan. Realizará un documento que registre las conclusiones de este trabajo, por lo que se recomienda aprobar el informe.

Cabe hacer mención que el informe se presentó en tiempo y forma.

Atentamente
Casa abierta al tiempo

Comisión encargada del análisis de las solicitudes de periodos o años sabáticos y de la evaluación de los informes de actividades desarrolladas en éstos, así como del análisis y evaluación de las solicitudes e informes de la beca para estudios de posgrado

Mtro. Ernesto Noriega Estrada

Mtra. María del Rocío Ordaz Berra

Mtro. Salvador Ulises Islas Barajas
Coordinador de la Comisión




RESULTADOS DEL TRABAJO QUE REALIZARÉ EN EL AÑO SABÁTICO SOLICITADO.

(A partir del día 9 de enero de 2017 al día 08 de enero de 2018)

- 1.- Desarrollaré un ensayo que aborde una serie de temáticas relacionadas al ejercicio del Diseño Industrial y su relación con las micro y pequeñas industrias. Seleccionando algunos ramales de este sector que ejemplifiquen las relaciones en cuestión.
- 2.- Elaboraré un documento de exploración para indagar sobre los posibles derroteros, orientaciones o modalidades que algunas empresas han asumido para mantenerse a flote, dadas las condiciones de incertidumbre en las que se desempeñan.
- 3.- Realizaré un documento que registre las conclusiones de este trabajo.

Programa:

1	Panorama general de las PyMES en México.	(Enero a marzo 2017)
2	Estancamientos y fluctuaciones de algunos ramales de este sector en el mercado.	(Abril a junio 2017)
3	Selección de casos, a manera de ejemplos de algunas empresas.	(Julio a septiembre 2017)
4	Conclusiones.	(Octubre a diciembre 2017)


Araceli Vázquez Contreras
Profra. Inv. Depto. de Evaluación del Diseño en el Tiempo.
División de Ciencias y Artes para el Diseño
UAM-A
México D.F. a 30 de noviembre de 2016.
Ciudad de México.

829
Sria, Academ, CyAD, 28 FEB 18 13:15

REPORTE DEL TRABAJO REALIZADO EN EL AÑO SABATICO (9/1/17 al 8/1/18)

ARACELI VÁZQUEZ CONTRERAS

1. Panorama general de las MiPymes.
2. Estancamientos y fluctuaciones de este sector en el mercado.
3. Selección de casos, como ejemplo de Industria del calzado en México.
4. Conclusiones.

Sria, Academ, DgAD, 28 FEB 18 13:14

Introducción:

El trabajo que a continuación se expone pretende exponer algunos tópicos que son del interés para su autora, pero que en específico tienen relación a este período de transición en el que las nuevas tecnologías se imponen notoriamente en todos los ámbitos de nuestra vida, en específico, a las nuevas formas de producir los objetos de diseño industrial. En México, los productos de diseño industrial que consumimos masivamente provienen en su mayoría del extranjero, son las Mipymes las que darían cabida, para su producción, y en primera instancia, desde mi punto de vista, a los diseños concebidos por nacionales, sean estos salidos de universidades, centros de investigación o de individuos particulares cuyos resultados podrían aportar beneficios a nuestra sociedad, a los usuarios de dichos productos y a la generación de empleos dentro de las Mipymes.

Si bien este trabajo no pretende ser histórico, en estricto sentido, no pude sustraerme al material importantísimo, que considero es el antecedente explicativo de la situación actual de las Mipymes. Dado que este trabajo se basará en materiales resultado de estudios realizados por especialistas en el tema, no sólo de las Mipymes sino en su relación con aspectos más amplios de la economía, de tratados comerciales, etc., muchos de los párrafos que

presentaré, con su cita correspondiente, darán a este trabajo una modalidad de antología comentada.

El interés por conocer el estado más reciente de las Mipymes en sus generalidades, en una época de tanta incertidumbre, no obstante, resulta necesario para tener en la medida de lo posible un panorama que nos permita visualizar, de alguna manera las oportunidades que el diseño industrial podría tener para su ejercicio así como sus diversas modalidades o nichos específicos donde su aplicación resultara evidente en cuanto a aportaciones e implicaciones positivas en varios aspectos, pretendiendo su aceptación en los productos que generara, dados los nuevos modos de concebirlas y producirlas, así como en su distribución y su consumo.

Referirnos a las Mipymes es una tarea muy amplia y llena de dificultades dada la mermada actividad que ha existido en relación a las políticas gubernamentales, según estudiosos especializados en el tema, para favorecerlas e impulsarlas y menos aún para integrarlas a las cadenas productivas sean estas regionales, nacionales o globales y que según algunas estimaciones ésta carencia de políticas es de aproximadamente cinco lustros, en las que su deterioro e incertidumbre en la que se desenvuelven ha propiciado que en últimos años muchas de ellas aparezcan y desaparezcan en un lapso de entre dos y cinco años. Si bien algunas de ellas se mantienen por más tiempo están sujetas a una cantidad de presiones por la apertura comercial que ha permitido la entrada de productos de otras latitudes, como es el caso de los

productos chinos que compiten con los productos nacionales por su bajo costo y no siempre con calidad.

Buena cantidad de información existente sobre el tema, por lo que para los fines de este trabajo, hube de seleccionar algunos textos que consideré de gran valía por el prestigio de sus autores, ya que con suficiente claridad exponen sus argumentos para que estos sean entendidos por lectores no especializados. Materiales bibliográficos, de la hemeroteca y de la red me proporcionaron información relevante.

En el primer punto me referiré al panorama general de las Mipymes. En el segundo punto trataré sobre los estancamientos y fluctuaciones de este sector en relación a los cambios que se dieron a partir de la posguerra. Debo aclarar que el primer y segundo punto han quedado fusionados. El tercer punto abordará el caso de la industria del calzado. En el cuarto punto tratará de las conclusiones.

1.,. Panorama general de las Mipymes (incluye el punto dos)

Las Mipymes no son entes aislados, la interconexión de sus diferentes ramales varía de región a región. Sus relaciones con los varios sectores de la producción varían según las políticas que cada país implemente, en determinadas épocas o circunstancias, ya sea para impulsarlas y potenciarlas, en el mejor de los casos o en el peor de los casos, para mantenerlas al filo de la extinción por su atraso y abandono justamente como resultado de políticas magras, carentes de incentivos que les permitan estabilidad, para permanecer

por más tiempo en operación y satisfacer un mercado interno o externo, competir con los productos extranjeros, apostándole a la innovación.

Las Mipymes como parte importantísima del sector productivo nacional no pueden sustraerse del fenómeno de la globalización que las afecta para la incentivación en su transformación o su desaparición. En un texto de Jorge Basave K. se puede apreciar la trascendencia que han tenido los cambios que a nivel mundial se han manifestado y han acarreado grandes implicaciones por los cambios en el modelo Fordista de producción tanto en los países centrales como en los países en desarrollo, en las políticas que los grupos empresariales en México han tomado como modo de insertarse en el mercado de exportación.

“Todo comenzó con el sistema financiero que fue el primero en globalizarse y tal vez sea el único sector que lo ha hecho en forma plena. Los primeros cambios surgieron como una respuesta a la volatilidad en los precios de materias primas estratégicas y a la inestabilidad monetaria internacional prevaleciente durante los años sesenta y setenta del siglo pasado. Por su parte, una revolución tecnológica en las industrias electrónica y de telecomunicaciones sustentó la transformación de todos los sectores de la economía y de una nueva organización de la producción y el comercio que ha sido liderada por las empresas transnacionales. Esa nueva organización, nos está conduciendo a la configuración de un sistema de producción distinto al que había dominado desde la segunda posguerra. (pág. 15)

Basave también nos comenta lo siguiente: *los cambios responden al agotamiento del modelo de producción Fordista, que si bien se impuso a*

principios del siglo pasado, fue el fundamento de un amplio proceso de industrialización e impulsó la larga onda expansiva capitalista de posguerra , arribó a un punto en que sus rigideces organizativas y el agotamiento de sus capacidades innovativas [Omán, 1994; Rivera, 2000] incidieron de manera negativa en la tasa de ganancia que el capital se limitó de expandirse.

Las transformaciones surgieron de los países desarrollados, que concentran el capital y el conocimiento tecnológico. Pero, debido a las necesidades del capital por producir sobre nuevas bases de costos, nuevos mercados y alianzas, se abrieron espacios para los sectores empresariales de varios países en desarrollo. Por otra parte, quienes no han estado en condiciones de participar parecen condenarse al atraso secular.

En México, las grandes empresas extranjeras y nacionales acoplaron sus estrategias de acumulación e instrumentaron respuestas de tipo organizativo. Las primeras, desde inicios de los años ochenta del siglo XX cuando se reconvirtieron en plataformas de exportación. Por su parte los mayores grupos empresariales de capital nacional, apoyados por el estado mexicano, reorientaron parte de su producción a los mercados externos y desde principios de los años noventa se expandieron por la vía de la inversión extranjera directa [Basave, 2000; 254-276].

En cambio la lentitud con que el estado mexicano afronta los cambios desde que se abandonó el modelo protegido de crecimiento, se ha debido en

parte, al haber asumido un criterio teórico y político donde el mercado será el encargado de establecer el equilibrio de manera natural y, en parte, por la ausencia de una cabal comprensión de las tendencias actuales de la economía mundial.¹

Modelos: Modelo fordista de producción, modelo de sustitución de importaciones en una economía proteccionista, modelo exportador. El modelo de sustitución de importaciones en una economía proteccionista fue sustituido por el modelo apertura comercial...

En el siguiente texto el autor, de manera sucinta nos expone a grandes rasgos lo que representaba México a mediados del siglo pasado cuyo modelo industrializador fue desmereciendo en la medida en que se dio cause a la maquila de productos para exportación:

A mediados del siglo pasado México era visto como una gran promesa en materia de industrialización. Tiempos en los que la economía nacional crecía 8, 9, 10 y hasta 11 por ciento en un año (este último indicador, de 1964, no se ha repetido; ahora se crece 2 por ciento). Sirva lo anterior para contextualizar el reclamo del IDIC (Instituto para Desarrollo Industrial y el Crecimiento Económico): “el desempeño de la actividad industrial en el país, en fase negativa y a la baja, merma las expectativas de alcanzar un mayor crecimiento económico durante el presente año... La desaceleración de la industria mexicana, un problema sistémico”.

¹ Jorge Basave K. Doctor en Economía por la Facultad de Economía UNAM. Investigador titular y ex director del Instituto de Investigaciones Económicas UNAM. ¿Tiene México una política industrial? UNAM, página 16.

...durante las décadas previas se apostó por un modelo exportador de manufacturas que no se encuentra asociado con un aumento en el valor agregado de los productos que vende al exterior. Como ha sido documentado en diversas investigaciones, existe una desindustrialización atribuible a un modelo centrado en el ensamble, es decir en la maquila: aumenta el valor de las exportaciones de manufacturas, pero no el valor del PIB sectorial como proporción del total. Lo último implica que hay un bajo valor agregado en las exportaciones (en demérito de la economía nacional): se requiere de importaciones para maquilar las exportaciones. Se vende mucho pero no se genera riqueza.

El problema de esto último radica en el bajo valor agregado de las exportaciones industriales de México. De acuerdo con la Organización de Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), el país ha registrado una caída sistemática en el valor de su Indicador de Competitividad Industrial (CPI): después de alcanzar su punto máximo en el año 2000, la competitividad industrial de México ha disminuido a niveles similares a los alcanzados a mediados de los años 90. Cuando predomina la maquila de exportación, un país puede alcanzar altos niveles de ventas al exterior sin que ello redunde en un mayor PIB, como es el caso de México.²

² D.R.: cfvmexico_sa@hotmail.com

<http://www.jornada.unam.mx/2015/06/20/opinion/022o1eco>

La cantidad de Mipymes que hay en México varía según las fuentes sin embargo la mayoría de ellas resaltan la importancia que tienen dado que ofertan un porcentaje muy alto de empleos. Varias fuentes mencionan que las Mipymes constituyen más del 90% de la planta industrial, también se menciona una serie de programas, a lo largo de diferentes sexenios, para fortalecerlas y hacerlas más competitivas como en el siguiente ejemplo:

En el Quinto Informe de Gobierno de Vicente Fox (primero de septiembre de 2005) se señalan una serie de programas orientados a elevar la competitividad de las empresas y a insertarlas en la actividad exportadora, por ejemplo, el Programa de Apoyo a la Oferta Exportable de las Micro Pequeñas y Medianas Empresas. (pag.48)³

Si bien estos programas cada sexenio se implementan no necesariamente se cumplen, muchos de ellos quedan en papel o simplemente no se cuenta con presupuesto para llevarlos a cabo.

Dentro de las Mipymes existen también las exportadoras que siendo muy pocas no sirven de arrastre a la gran mayoría que no tiene acceso a mercados internacionales y que su atraso en capacitación o tecnología hace que su rezago las haga desaparecer en pocos años.

³ Rueda Peiro, Isabel. ¿Tiene México una Política Industrial? Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México 2010, pág. 48-49.

Se afirma que en julio de 2005 se estimaba que había 2655 Mipymes exportadoras, de las cuales 46% se ubican en la división textil, vestido y calzado; 22% en artesanías y regalos 18% en la división de alimentos, bebidas y tabaco; 10% en la correspondiente a muebles y otros productos de madera; 1% en la metal-mecánica y 3% en otros sectores. Sin embargo no debemos olvidar que la Mipymes representan más del 99% del total de las unidades económicas y que en 2004 operaron en el país 4 290 108 unidades, por lo que el número de Mipymes exportadoras representa una proporción minúscula. (pag.48)

Reforzando el párrafo anterior:

4 290 108 total de Mipymes en México en 2005

.00062 % es exportadora

2 655 Mipymes exportadoras

1221.3 (46%) textil, vestido y calzado

584.1 (22 %) artesanía y regalos

477.9 (18 %) alimentos, bebidas y tabaco

265.5 (10 %) muebles y otros productos de madera

26.55 (1 %) metal - mecánica

79.65 (3%) otros sectores

4 290 108 por .0005 igual a 2145 / 4 290 108 por .0006 igual a 2574.0648

4 290 108 por .00062 igual a 2659.8651

Otro programa es el Defensa de los Intereses Económicos de México en el Exterior, encaminados sobre todo a la investigación de prácticas desleales en el comercio internacional. Otro es el Fortalecimiento del Mercado Interno para la Generación de Empleos, el cual desde nuestra apreciación solo estuvo en el papel.

Uno más es el Desarrollo Empresarial, cuyas acciones abarcan a las medianas y grandes empresas y principalmente a las pequeñas, se dice, para “promover un mayor acceso al financiamiento, del desarrollo de habilidades administrativa, laborales y productivas y una mayor vinculación con el desarrollo y la innovación tecnológica”; todo indica que la mayor parte de estas acciones se quedaron en buenos propósitos.

Conviene tener presente que en México lo invertido en desarrollo tecnológico y en investigación científica es un porcentaje muy bajo del PIB; y es uno de los elementos que inciden en el descenso de la competitividad de los productos mexicanos en Estados Unidos, con respecto a los procedentes de China⁴.

Estas afirmaciones son reforzadas por otro estudioso del tema, José Luis de la Cruz Gallegos Director del Instituto para el Desarrollo Industrial y el Crecimiento Económico, publicado en el periódico El Universal (2016/08/22) :

“México no ha comprendido la lógica de las tendencias que sigue la economía mundial. Se perdió en la ola del libre comercio impulsada durante la

⁴ Rueda Peiro, Isabel. ¿Tiene México una Política Industrial? Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México 2010, pág. 48-49.

época de los ochenta. Hoy se vive la consecuencia de haber implementado un modelo de apertura comercial sin contar con una política industrial.

Una secuela es el atraso en el desarrollo de innovación y progreso tecnológico que se realiza en el mundo. México es un comprador de las invenciones realizadas en otras naciones. El reflejo es la creciente dependencia que se tiene de insumos intermedios y bienes de capital extranjeros: el 75% del consumo de bienes intermedios de las empresas manufactureras es importado.

Una consecuencia adicional es la reducción de empresas nacionales realmente competitivas a nivel global. La maquila y el comercio al por menor contribuyen marginalmente al crecimiento económico de México. En la economía 15 del mundo 91% de sus unidades económicas emplea, cuando mucho, a cinco personas. Con esa base empresarial no se puede competir en la manufactura que requiere innovación constante.⁵

En otros párrafos del mismo artículo, José Luis de la Cruz Gallegos contrasta esta manera de proceder en México con lo que han desarrollado en otros países. *“El reporte del World Intellectual Property Indicators de 2015 permite observar que las empresas asiáticas dominan el registro de patentes: de los primeros 30 lugares 19 son japonesas, cuatro de Corea del Sur, dos de Estados Unidos, igual número que las de China y Alemania. Taiwán posee una. Todas pertenecen al sector industrial de las manufacturas y representan la base*

⁵ De la Cruz Gallegos José Luis. Director del Instituto para el Desarrollo y el Crecimiento Económico. <http://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/articulo/jose-luis-de-la-cruz-gallegos/cartera/2016/08/22/sin-politica-industrial>

productiva con las que estas naciones encabezan las grandes cadenas globales de valor.

(Otra referencia que debemos mencionar en relación a Corea: que en los años cincuenta tenía circunstancias similares a las mexicanas, hoy industrializada mamá de los pollitos en tecnología y con elevados niveles de bienestar para su población) ⁶

Este párrafo no especifica si este número de patentes fue registrado durante todo el año de 2015 o si corresponde a un período menor. Más adelante se refiere a las implicaciones, que en materia de comercio exterior, se tiene:

El comercio exterior sólo representa el mecanismo mediante el cual comercializan los productos derivados de sus innovaciones patentadas. Su ritmo de progreso tecnológico es vertiginoso, tan sólo entre 2003 y 2012 concentran más de 1.3 millones de patentes.

En general son grandes empresas, salvo casos excepcionales. Sus gobiernos las impulsan. Representan el fruto de la política industrial implementada por administración pública y la cual se encuentra coordinada con la actividad empresarial privada. Hay regulación de su actividad pero no se inhibe su desarrollo, por el contrario se fomenta activamente.

⁶ D.R.: cfvmexico_sa@hotmail.com
<http://www.jornada.unam.mx/2015/06/20/opinion/022o1eco>

Obviamente cuentan con un sector educativo de alta calidad y orientado al desarrollo de profesionistas capaces de contribuir al progreso tecnológico de sus empresas. Gracias a ello son líderes en las manufacturas globales y no son maquiladores.⁷

*Hace décadas entendieron lo que el Premio Nobel Joseph Stiglitz describe en su libro *Creating a Learning Society: los efectos de la manufactura sobre el resto de la economía superan al de otros sectores gracias a los encadenamientos productivos que propicia. Dichos mecanismos permiten que la innovación y el progreso tecnológico desarrollado en la manufactura se transmita a toda la economía.**

En función de esto mismo, la administración del presidente Barack Obama implementó una ambiciosa estrategia para recapturar la manufactura: en junio de 2011 se puso en marcha la Asociación de Manufactura Avanzada por recomendación del Consejo Presidencial de Asesores en Ciencia y Tecnología.

La iniciativa fue encomendada a Andrew Liveris, CEO y presidente de Dow Chemical Company, y a la presidenta del MIT Susan Hockfield. Su objetivo es identificar oportunidades de colaboración entre la industria, la academia y el gobierno para que impulsen el desarrollo y la inversión en las tecnologías emergentes, políticas y asociaciones con el potencial de transformar y revitalizar la manufactura avanzada en los Estados Unidos. Algo similar a lo que hace el Instituto Fraunhofer en Alemania.

⁷ De la Cruz Gallegos José Luís. Director del Instituto para el Desarrollo y el Crecimiento Económico.
<http://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/articulo/jose-luis-de-la-cruz-gallegos/cartera/2016/08/22/sin-politica-industrial>

México aún confía en el libre comercio como política económica para alcanzar mayor crecimiento económico, una estrategia que no funciona sin una verdadera política de desarrollo industrial.⁸

En México la poca vinculación que existe entre el sector productivo y academia o los institutos de investigación científica y tecnológica provoca que mucho de este conocimiento se pierda o no sea aprovechado sin siquiera visualizar el potencial que representa en relación a la fabricación de nuevos productos con valor agregado y la generación de empleos.

En relación a la inclusión de Pymes en el TLCAN encontré lo siguiente:

Pymes, el capítulo 'ganador' del TLCAN 2.0; pendientes, temas 'espinosos'

Durante la tercera ronda de negociación, los tres equipos de México, Canadá y Estados Unidos sostuvieron 28 mesas de negociación durante su estancia en Ottawa, Canadá, en la que se concluyó la revisión del capítulo referente a las Pymes.

Aunque México, Canadá y Estados Unidos ya cerraron el primer capítulo del nuevo Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el de pequeñas y medianas empresas (Pymes), los temas más espinosos, como el déficit comercial de EU, las condiciones laborales o las reglas de origen, siguen

⁸ De la Cruz Gallegos José Luís. Director del Instituto para el Desarrollo y el Crecimiento Económico.
<http://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/articulo/jose-luis-de-la-cruz-gallegos/cartera/2016/08/22/sin-politica-industrial>

sin registrar mayores avances en estas negociaciones, que se supone deben terminar a finales de año.

En una conferencia conjunta al cierre del proceso, la canciller canadiense, Chrystia Freeland, reveló que el capítulo incluye cláusulas que tocan a las startups y microempresas, que estimulan el crecimiento económico en los tres países.

Además, provee cooperación entre el bloque para que las Pymes puedan sacar provecho del nuevo tratado y tengan un mayor acceso a mercados.

600-700 personas

De los tres países han estado trabajando en los equipos de negociación del TLCAN.⁹

Freeland y Lightzhizer ponderaron la importancia de haber cerrado el capítulo sobre las pymes al señalar que son el “pivote” o el “motor” de las economías tanto por su número como por la cantidad de empleos que generan

⁹ <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/pymes-el-capitulo-ganador-de-la-tercera-ronda-de-tlcan.html>

y la intención de incorporarlas al TLCAN es que puedan aprovechar las oportunidades para crecer y vender sus productos en la región.¹⁰

Ciudad de México. El Consejo Coordinador Empresarial (CCE) elogió que el primer capítulo que se ha logrado cerrar en la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) sea el de las pequeñas y medianas empresas (pymes), pero advirtió que su incorporación al acuerdo vigente desde 1994 y en el cual no figuraban, debe reforzarse con políticas públicas para apoyarlas.

“El capítulo que se ha cerrado en esta ronda de negociación es importante ya que las pymes son las principales generadoras de empleo y de oportunidades para los mexicanos. Nueve de cada diez empleos son creados por las empresas en México. Por eso, también hay que seguir trabajando en política pública interna para apoyarlas, en tres vías: acceso a financiamiento, desregulación e incorporación de innovación y tecnología”, puntualizó Juan Pablo Catañón, presidente del organismo cúpula del sector privado.¹¹

¹⁰ <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2017/09/27/concluyen-mexico-canada-y-eu-capitulo-sobre-pymes-en-tlcan-9145.html>

¹¹ <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2017/09/28/celebra-cce-inclusion-de-pymes-en-tlcan-6591.html>

Ejemplos de aplicaciones de las nuevas tecnologías en relación a las diferentes etapas que implican la concepción y fabricación de nuevos productos con los que se puede apreciar el gran potencial que tienen por su rapidez, su precisión, por su versatilidad, por la reducción de costos traerán beneficios magros sin una política industrial que incentive la capacitación adecuada y actualizada de la población a emplearse.

Este desarrollo tecnológico al que han podido acceder algunas de las Mipymes podría decirse que ha sido en demasía lento; las diferentes etapas del desarrollo industrial en México después de la posguerra ha estado marcado por los modelos que le han permitido encausarse de diferentes maneras, por ejemplo durante el periodo de 1945 a 1982 el modelo de sustitución de importaciones que seguía los principios proteccionistas, hasta su agotamiento que dio cabida a la apertura de la economía mexicana al exterior GATT y después con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

“Después de unos años entre 1983 y 1986, en los que todavía se procuró la defensa de la industria mexicana siguiendo los principios proteccionistas, se inició la apertura acelerada de la economía al comercio exterior, al tiempo que las dificultades financieras sufridas por el país condicionaron, en buena medida, la aceptación de los postulados del llamado Consenso de Washington. El estado renuncia a mantener la propiedad y seguir operando su planta industrial, pero también abandona sus políticas de fomento y deja que sean las fuerzas del

mercado las que determinen el curso de la industria mexicana en un plano internacional cada vez más competido".¹² (pág. 49)

En el siguiente artículo se explican algunas de las características de las Pymes así como las desventajas en las que operan en relación a las grandes empresas

La corta vida de las Pymes

Un reciente estudio llevado a cabo por especialistas de la Facultad de Contaduría de la Universidad Nacional Autónoma de México, según el cual nueve de cada 10 empresas pequeñas y medianas (Pymes) de México se ven obligadas a cerrar las puertas durante el primer lustro de su existencia, evidencia de nueva cuenta un problema endémico de la economía nacional. La importancia que dichas empresas tienen en ésta se manifiesta no sólo por el aporte que realizan en materia de producción y distribución de bienes, sino también en la capacidad que tienen –a diferencia de las compañías de gran calado– para modificar aceleradamente su estructura productiva. Hay todavía un tercer elemento que las caracteriza y es quizá el más significativo: la disposición que un amplio segmento tiene para innovar en el campo de los productos y servicios, en tanto se trata de emprendimientos con oferta menos estandarizada que las empresas grandes.

En el orden estadístico, de acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

¹² Rueda Peiro, Isabel. ¿Tiene México una Política Industrial? Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México 2010, pág. 48-49.

(Enaproce) levantada en 2015, el número de firmas comprendidas en esa categoría (dedicadas a manufacturas, comercio y servicios) supera los 4 millones, que en conjunto brindan 72 por ciento del empleo en el país y más de la mitad de su producto interno bruto (alrededor de 52 por ciento). Y no obstante la contundencia de estos datos, el futuro que aguarda a cada nueva compañía de esas características es por lo menos incierto.

¿Cuáles son las razones que frenan el desarrollo de las Pymes? En primer lugar, las dificultades para encontrar financiamiento adecuado, lo que representa serias limitaciones de infraestructura y desarrollo tecnológico, además de vedarles el acceso a la investigación. A ello se suma el inconveniente de una capacitación, en el mejor de los casos, deficiente y, en el peor, inexistente, motivada por la escasez de fondos para esos menesteres, la resistencia a invertir tiempo laborable en capacitar, la sensación de que esta práctica conllevaría serias complicaciones administrativas, la percepción de que resulta innecesaria y hasta cierta resistencia al cambio, que paulatinamente las va poniendo fuera de competencia en su ramo.

Esto último se relaciona directamente con otro elemento nada desdeñable, y es que la actual tendencia internacional a la concentración de capitales se manifiesta, en el ámbito de la producción, en un progresivo copamiento de los mercados por parte de las corporaciones, keiretsus (coalición de grandes empresas de distintas ramas productivas que operan juntas) y compañías individuales con gran poder económico y político. El abaratamiento de costos por volumen, el empleo de tecnología de punta, el apoyo publicitario y la disponibilidad crediticia de que disfrutaban los consorcios, más los privilegios de

que suelen gozar en convocatorias y licitaciones (especialmente en el caso de los servicios), son sólo algunas bases en que se apoyan para su expansión. En semejante escenario son pocas las empresas pequeñas y medianas que están en condiciones de mantener una razonable competitividad si su giro coincide con el de aquéllos.

En este contexto, los programas de apoyo a las Pymes juegan un papel esencial, porque constituyen una de las pocas fuentes de recursos a las que estarían en condiciones de acceder esas empresas. Pero la falta de información oficial sobre tales programas, así como el desconocimiento de los propios gestores de Pymes acerca de los mismos, hace que en este rubro también salgan beneficiadas las grandes firmas, que solicitan créditos en una proporción mucho mayor que sus parientas pobres, las empresas medianas y pequeñas.¹³

En el siguiente bloque se enlistan una cantidad importante de características de los procesos de industrialización en la Región de América Latina que muestran las condiciones, en mucho anómalas, en las que estos se han desarrollado. Su desarticulación, estancamientos, dependencias, etc.

Sistema Económico Latinoamericano (SELA).

Características hacia los procesos de industrialización en la región de América Latina, como procesos que:

¹³ <http://www.jornada.unam.mx/2017/08/20/opinion/002a1edi>

han carecido siempre de un dinamismo tecnológico endógeno de amplia cobertura social y económica, que fuese capaz de sustentar el crecimiento, a diferencia de lo que ocurre en los países desarrollados (y que en su momento ha ido ocurriendo de alguna manera en las llamadas economías emergentes del sur y sudeste asiático) que son fuente de un flujo permanente de innovaciones endógenas articuladas socialmente [SELA, 1994: 3].

El SELA realizó hace poco más de una década, un diagnóstico global de la industria latinoamericana que podría resumirse en los siguientes puntos y en sus principales problemas estructurales, mismos que a nuestro juicio, continúan siendo vigentes, aunque en algunos casos pudieran haberse profundizado, caso específico de México:

Alto grado de dependencia de insumos, maquinarias y tecnología importada, caracterizándose así como una industria altamente consumidora de divisas que el propio sector no puede generar y que en lo general provienen de las exportaciones de los sectores primarios y cuyos precios internacionales se encuentran en franco deterioro..

Desarticulación inter e intrasectorial que no permite al sector industrial relacionarse de manera adecuada con los demás sectores de la economía, particularmente la agricultura, la pesca, la minería, la energía y el transporte, de manera que cualquier impulso al desarrollo en alguno de ellos tiene poca repercusión en la industria y en el resto de la economía. Los eslabonamientos al

interior del mismo sector industrial son débiles y, lo que resulta más impactante, es que esta desarticulación económica sostiene y se apoya a su vez en una desarticulación social e institucional (el caso de México es revelador en este sentido).

Centralización geográfica de la industria lo que no permite un desarrollo más armónico en el país.

Escasa absorción de mano de obra por parte del sector industrial, que se expresa en una participación en el PIB mucho mayor a la población económicamente activa (PEA), generando déficit nacionales en la generación de empleos productivos estimulantes y bien remunerados, dado que los otros sectores de la economía presentan limitaciones físicas. En este sentido, ello es reflejo de que el sector de la industria productora de bienes de capital, que es altamente generadora de empleo y cuyos efectos multiplicadores se dejan sentir en el resto de la economía, no ha sido precisamente el sector característico del desarrollo industrial en la región, salvo casos contados. En el caso específico de México, las estadísticas sobre el desempleo son bastante inexactas, más bien altamente manipuladas, para tratar de ofrecer un panorama de desempleo bajo, pues en la contabilidad nacional se considera que una persona que ha contado con un trabajo remunerado de al menos una hora en una semana, no es desempleado, lo que disfraza el verdadero problema del desempleo, que se expresa en la migración de más de 500 000 mexicanos que ingresan a Estado Unidos cada año (casi un millón anualmente durante el gobierno de Fox).

Incapacidad para satisfacer las necesidades esenciales de las mayorías nacionales de la población, pues la producción industrial se ha centrado en la

demanda de los estratos de ingresos medios y altos como resultado de una desigual distribución del ingreso y un efecto derivado de la imitación de patrones de consumo similares a los de países desarrollados.

Concentración de la propiedad y de la producción. En este sentido, ello provoca situaciones de control monopólico y oligopólico en el mercado, "alienta ineficiencias y privilegios, dando lugar a la llamada 'economía mercantilista'. Esto a su vez favorece la importación de tecnologías inapropiadas y concentra la distribución del ingreso".

Escaza valoración social y precario liderazgo del empresariado nacional, que trae como consecuencia extremar las dificultades para hacer eficientes los procesos de concertación de políticas sectoriales [SELA, 1994: 7-8].

Al continuar con el diagnóstico y señalamiento de los principales problemas estructurales de la industria latinoamericana realizados por el SELA, en octubre de 1994, se establecía que a partir de los resultados económicos derivados de la década de los ochenta, la mayor parte de los países del área decidieron reorientar su política económica hacia la apertura de los mercados en contraste con los mercados cautivos prevalecientes hasta entonces, lo cual trajo consecuencias que derivaron en desajustes cuyos efectos en el corto plazo se expresaron en bajos niveles de competitividad de los productos nacionales con respecto de los extranjeros, así como en un "sesgo desindustrializador", provocado por la importación masiva de mercancías. Al respecto, baste mencionar el creciente déficit en cuenta comercial en la región de América Latina y el Caribe en los años previos a la llamada crisis de diciembre de 1994 en

México. Así, en 1992 ascendió a 14 564 millones de dólares, en 1993 a 20 411 millones de dólares, y en 1994 a 24 265 millones de dólares [CEPAL, 1995: 99]

¹⁴(Página 84)

LA IMPORTANCIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA LATINOAMERICANA EN EL PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN.

En América Latina alrededor de 50 millones de empresas micro, pequeñas y medianas (Mipymes) hace poco más de diez años, han generado aproximadamente 150 millones de empleos (Enrique Iglesias, presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), discurso en la inauguración del "Foro Bolívar de la Empresa Latinoamericana", Punta del Este, Uruguay 23 al 26 de noviembre de 1995). Dato que por sí sólo expresa la importancia de este sector empresarial tiene para el desarrollo industrial de América Latina.

Concretándose a las características del sector pequeño y medio empresarial en la industria de la región, tendríamos que de ellas podría señalarse lo siguiente [SELA, 1994: 8]: .

Se trata de un sector que constituye un instrumento fundamental de política para la creación de empleo. que se adapta mejor a la disponibilidad de recursos en los países subdesarrollados pues utiliza menos capital y divisas, lo que resulta

¹⁴ Olmedo Carranza, Bernardo. Industrialización y política industrial en México. ¿Tiene México una política industrial? Instituto de Investigaciones Económicas UNAM. México 2010, pág. 84-85

importante en aquellos casos en donde se han dado restricciones de capital y divisa derivadas de los altos niveles de endeudamiento externo y caída de las exportaciones como las registradas en la región en la década pasada y en los inicios de la presente.

En lo espacial, este sector industrial, empresarial presenta características que lo hacen más adaptable a los procesos de desconcentración y de desarrollo, particularmente rural, más eficiente para servir a mercados pequeños, de gran flexibilidad para hacer uso de los recursos naturales locales, demanda poca infraestructura y puede ser un vehículo importante para incrementar la industrialización rural, reducir las desigualdades del desarrollo regional y frenar la hiperurbanización y la metropolización.¹⁵

Constituye una forma para “democratizar” la propiedad de los medios de producción y contribuye al desarrollo de un sistema empresarial menos excluyente.

Es una forma de asistencia a la población de menos ingresos.

Este sector, sea formal o informal, es un sector dinámico de alta capacidad empresarial que en muchos países de la región se ve reprimido por los controles estatales y sus “pretensiones regulacionistas” excesivas. (página 86)

Frente a este panorama, que dibujan las virtudes de la pequeña y mediana empresa industrial, el SELA también señala lo que pueden ser consideradas sus

¹⁵ Olmedo Carranza, Bernardo. Industrialización y política industrial en México. ¿Tiene México una política industrial? Instituto de Investigaciones Económicas UNAM. México 2010, pág. 84-85

debilidades y que se convierten, en su momento, en limitantes del posible impacto positivo que pudieran ofrecer [SELA, 1994: 9]:

Una cultura empresarial que impide u obstaculiza la incorporación a los procesos de modernización y a los cambios tecnológicos, lo que se expresa en una administración desarticulada en lo concerniente a organización y sistemas y en una exacerbación del individualismo.

Sobrediversificación productiva y escasa especialización.

Se limita a cubrir segmentos del mercado interno no atendidos por las grandes empresas.

Por lo que toca al mercado externo, no parecen evidenciar una estrategia consistente para el desarrollo de mercancías de exportación.

Poca capacidad de autofinanciamiento e insuficiencia de garantías para acceder al financiamiento "externo" (externo a la empresa, es decir sobre todo el financiamiento bancario, aunque cabe señalar que, en el caso mexicano, el financiamiento de los sectores micro, pequeño y medio empresariales son cubiertos, desde hace décadas, por los mismos proveedores, por familiares y amigos, que se han convertido en los principales sostenes de financiamiento de este sector empresarial).

Altos costos de producción por la inflexibilidad en los equipos y procesos productivos.

Mano de obra poco calificada y poco comprometida con los objetivos de la empresa.

Equipos e instrumentos de trabajo obsoletos.

Dependencia de insumos importados.

Es a partir de esta caracterización y de este contexto que cualquier estrategia de industrialización debe concebirse con el fin de diseñar e instrumentar, en términos de objetivos de mediano y largo plazo y de metas concretas, la política industrial que se requiere para llevar a cabo el proceso de industrialización en particular de países como el nuestro, donde el sector empresarial constituye más de 90% de las unidades productivas industriales.¹⁶

POLÍTICA INDUSTRIAL, SECTOR EXTERNO Y APERTURA ECONÓMICA.

Una política industrial vinculada con una estrategia de industrialización orientada hacia el sector externo en países como los latinoamericanos necesita, como se ha mencionado, dar cuenta de las características y particularidades de un sector empresarial predominante como es el que hemos señalado antes, lo que no significa que deba constituirse en una política industrial para ese sector en particular pero sí con una orientación específica para todos aquellos agentes y unidades económicas que conforman el tejido industrial nacional (no es lo mismo hablar de la gran empresa que de las Mipymes industriales). Podría decirse que

¹⁶ Olmedo Carranza, Bernardo. Industrialización y política industrial en México. ¿Tiene México una política industrial? Instituto de Investigaciones Económicas UNAM. México 2010, pág. 86-87.

la caracterización que se ha hecho del sector de las pequeña y mediana empresas latinoamericanas se corresponde, en lo general con la del empresariado mexicano de ese rango, a lo que habría que agregar las particularidades de su entorno institucional, del ambiente cultural y de tradiciones, además de otras especificidades aún difíciles de medir y / o cuantificar. (Pag. 87)

Lo anterior resulta importante en tanto que hay la necesidad, prácticamente ineludible, de orientar el proceso de industrialización hacia el sector externo sin perder de vista el desarrollo interno, lo mismo que también resulta cierto que las particularidades de nuestras sociedades y economías, no permite trasladar o imitar de manera automática estrategias, políticas, instrumentos aplicados en otro tipo de sociedades y economías, en especial en las desarrolladas.

En síntesis, la conformación de una política industrial se da en un sentido más ofensivo hacia el mercado externo y menos específico, sectorialmente hablando.

El modelo de crecimiento económico puesto en marcha por la mayoría de las economías prósperas del mundo supone, según se desprende del razonamiento que se ha presentado, un sector industrial activo como base para la promoción de las exportaciones. En el caso de países como México, los procesos productivos deben combinar satisfactoriamente el recurso humano, la creatividad, el capital, y los recursos naturales. Para lograr tal efecto la formulación de políticas que inciden en el proceso debe armonizar con la selección de instrumentos y estrategias de acción [Espinoza Padierna, 1995].

En tal contexto la definición de política industrial aceptada por algunos autores sería insuficiente cuando la distinguen como un “conjunto de medidas destinadas a facilitar el proceso de ajuste de la industria a la evolución del patrón de ventajas comparativas” [Clavijo y Valdivieso, 1994:27]. Aquí cabe la consideración de que el contexto internacional limita el carácter explicativo de la noción, pues parece más atinado referirse a “ventajas competitivas” que, en última instancia remitirían también a las condiciones y características del mercado interno hacia donde, prioritariamente, debería orientarse la definición de tal política. Ello permitiría que la política industrial fuera marcadamente activa, esto es por un lado, atender las necesidades de orden interno sin descuidar las exigencias del mercado externo y , por otro, atenuar las secuelas que se desprenden del hecho de que todo se defina en función del mercado externo. ¹⁷(página 88)

La razón que lleva a afirmar lo anterior es sencilla. La actual tendencia indica que se debe favorecer la productividad y la competitividad industriales con base en mejoras de orden tecnológico. En un país como México estas han sido fundamentalmente importadas, lo que ha representado la causa directa del desplazamiento de mano de obra, ignorando los efectos colaterales que ello acarrea. Mucho de este problema proviene de la escasa importancia otorgada a una política de ciencia y tecnología expresada en magros recursos destinados a investigación y desarrollo (ID), los que se encuentran aún por debajo de la media latinoamericana. De esta manera, el promedio de gasto total en investigación científica y tecnológica como porcentaje del PIB en América latina era ya desde

¹⁷ Olmedo Carranza, Bernardo. Industrialización y política industrial en México. ¿Tiene México una política industrial? Instituto de Investigaciones Económicas UNAM. México 2010, pág. 88

hace una década del orden de 0.4% [Martín del Campo. 1995: 14], En tanto que en México poco ha variado y actualmente se mantiene en alrededor de 0.36%, pero que persiste en esos parámetros en la administración actual del gobierno mexicano. Aquí cabría destacar que de acuerdo con la fuente consultada para las mismas fechas, el promedio de gastos como proporción del PIB en este rubro en los llamados países de industrialización reciente de Asia (Corea del Sur, Malasia, Hong Kong, Singapur, Taiwan) era del 1.6%, lo que significa cuatro veces lo que en promedio se ha destinado en la región latinoamericana [Martín del Campo, 1995: 14. Y esa disparidad continua de acuerdo con los reportes del gasto nacional en investigación y desarrollo que publican el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) de México. ¹⁸(Pág. 89)*

Aguilar, Alonso. Crestani V., Marcos, Mariño J. Ana, Martínez R., Gastón, Paz s., Fernando, Coordinadores. ¿Tiene México una política industrial? Instituto de Investigaciones Económicas, Centro Mexicano de Estudios

Infotec en los medios

La nueva brecha digital en las MiPyMEs mexicanas

Fuente: México es Ciencia | Publicado: 29/06/2016

Por: Edgar Buenrostro

¹⁸ Aguilar, Alonso. Crestani V. Marcos, Mariño J. Ana, Martínez R. Gastón, Paz s., Fernando, Coordinadores. ¿Tiene México una política industrial? Instituto de Investigaciones Económicas, Centro Mexicano de Estudios Sociales, Debate-Reflexión –Propuesta, AC. UNAM, México 2010.

La incorporación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) dentro de los procesos de las empresas es considerada una herramienta central que se refleja en términos de productividad, eficiencia y rentabilidad de la inversión. Asimismo, es un elemento que incentiva la competitividad a través de la formación y acumulación de conocimientos para generar innovaciones. El efecto de la inversión en TIC no es lineal. Depende de las condiciones del entorno así como de las capacidades internas de las firmas.

En los últimos años, los procesos de crecimiento económico se encuentran centrados cada vez en mayor medida en la generación y acumulación de capacidades tecnológicas y de comercialización de las empresas y en los flujos de conocimiento, como elementos fundamentales en la formación de innovaciones para incrementar las ventajas competitivas de las empresas, en donde la incorporación de las TIC dentro de las empresas está generando cambios en sus actividades, así como entre socios, clientes y proveedores, lo que en último término, incide en los procesos de producción, distribución y comercialización.

Con la difusión del uso de las computadoras y las telecomunicaciones, son una minoría las empresas que no las han incorporado en el desarrollo de sus actividades cotidianas. De acuerdo a la Cepal y la OCDE, en los casos de los países en desarrollo son los establecimientos micro y pequeños orientados hacia actividades primarias los que concentran algún rezago en la implementación de esta tecnología. En México, la información de uso de las TIC es muy escasa y se circunscribe principalmente a indicadores relacionados con la infraestructura

y equipo, sin considerar elementos más complejos relacionados con su incorporación en la gestión y producción en los diferentes sectores económicos.

Debido al desconocimiento en relación a las condiciones de uso de las TIC en las MiPyMEs en México, que en el 2013 se realizó por parte de Infotec (Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación) un estudio piloto en el estado de Aguascalientes, para determinar cómo las empresas incorporaban a la tecnología en sus diferentes actividades. Este es uno de los primeros trabajos a gran escala en el tema, que incluyó el levantamiento de 1,006 encuestas a empresas establecidas en el estado.

A partir del análisis de los resultados, se desprende que las inversiones que realizan las empresas no se encuentran acompañadas por cambios en la organización, así como en la gestión de la información y en los procesos de comunicación intra e inter firma, lo que se refleja en la baja competitividad local en comparación con otras regiones, debido a una subutilización de las TIC con que cuentan. Esto es resultado de la falta de planeación para la incorporación de tecnología, que se refleja en limitadas mejoras en los flujos de información y una escasa estandarización de la producción e ineficiencias en la gestión, poniéndolas en desventaja en relación a sus pares internacionales.

Del trabajo se desprende que entre las MiPyMEs de Aguascalientes se presenta una limitada apropiación de las TIC cuyo uso se concentra en actividades que requieren de escasos conocimientos, las cuales le agregan escaso valor a los productos; y en aquellos casos en que se incorporan a acciones de mayor complejidad, no se realizan a través de herramientas especializadas de gestión empresarial.

La ausencia de un uso eficiente de las TIC limita la competitividad de las Mipymes para responder a las condiciones de un mercado donde la competencia es cada vez mayor y las empresas se agrupan para formar cadenas globales de producción, por lo que la conclusión es que se requiere impulsar la incorporación efectiva en las distintas etapas de la producción, así como fortalecer su papel como articulador con los agentes externos con el fin de estimular el desarrollo económico de las distintas regiones del país.

Héctor Edgar Buenrostro Mercado

Doctor en Ciencias Sociales con mención en Economía y Gestión de la Innovación por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Unidad-Xochimilco. Maestro en desarrollo regional por El Colegio de la Frontera Norte. En la actualidad, se desempeña como profesor-investigador en Infotec Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación. Sus áreas de interés son el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para la innovación, la formación de redes interempresariales en sectores intensivos en conocimiento, clústeres, desarrollo regional, transferencia tecnológica y política de ciencia y tecnología.¹⁹

A partir del análisis de los resultados, se desprende que las inversiones que realizan las empresas no se encuentran acompañadas por cambios en la organización, así como en la *ios Sociales, Debate-Reflexión –Propuesta, AC. UNAM, México 2010.*

¹⁹ Contacto: hector.buenrostro@infotec.mx

Fuente: México es Ciencia

https://www.infotec.mx/es_mx/infotec/la_nueva_brecha_digital_en_las_mipymes_mexicanas

3 Selección casos: Industria del calzado

Panorama general

La industria del calzado en México a veinte años del TLCAN

Esther B. Iglesias Leasaga

Doctora en historia (Ubiversite Toulouse Le-Mirail, Francia 13-X-72).

Investigadora titular del Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM.

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI-CONACyT)

Prolegómenos

Dentro de la geoeconomía mundial la industria del calzado es una de las manufactureras que ha venido sufriendo transformaciones muy relevantes en las últimas décadas. La globalización y las innovaciones tecnológicas han ido cambiando espacios productores en importadores y / o exportadores debido a sus tendencias de comercialización y consumo. (pag. 279)

Las enormes dificultades de estas industrias manufactureras para integrarse y la atomización, acrecentada en este último decenio, de las pequeñas industrias son apenas algunas de las debilidades de la industria del calzado que ha venido agrietándose en la medida en que va siendo desplazada del mercado, interno y externo.

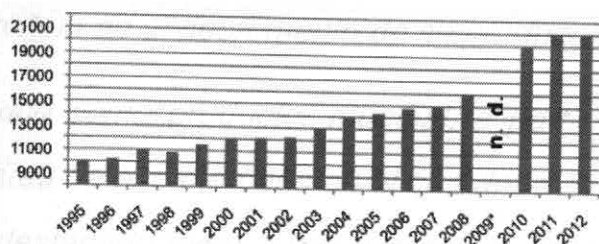
No puede soslayarse que al igual que una parte importante de la industria manufacturera mexicana, que había sido altamente protegida por el Estado sufrió desgastes profundos al tener que enfrentarse a la apertura comercial con otros competidores. Una ausencia casi absoluta de cultura exportadora le permitió mantener en los primeros años del TLCAN ciertos nichos de mercado del calzado en EE.UU. debido a su ventaja comparativa que pronto fue superada por otros competidores más desarrollados en estrategias competitivas internacionales.

Producción mundial de calzado. (pág. 283)

El escenario mundial de la producción de calzado ha variado notablemente en estas últimas dos décadas. Entre 1995 y 2012 alcanzó un aumento mayor al 210% (Cfr. Gráfica 1) . Europa que ostentaba anteriormente una jerarquía en

volumen y calidad ha sido desplazada y obligada a deslocalizar parte de su producción en los países asiáticos. Dentro de Asia la producción se concentra propiamente en China que en 2011 ubicaba a este país en el primer lugar a nivel mundial: 12,888 millones de pares (Portuguese Foot Weare Components and Leather Goods manufactures' Association [APICCAPS]).

Gráfica 1
Producción mundial de calzado 1995-2012 (millones de pares).



Fuente: Elaboración propia, los datos correspondientes al periodo de 1995 a 2008 son cifras aproximadas que se extrajeron del informe de ISIS, 2009, p. 10. Para el periodo de 2010 a 2012 se obtuvieron datos del *World Footwear Yearbook 2011 y 2012*, CEGEA, Porto, p. 2. En cuanto a la cifra correspondiente a 2012 se obtuvo de una nota informativa sobre la publicación del informe *World Footwear Yearbook 2013*.
*No se encontró un dato fehaciente para este año.

En el año 2008 la producción mundial de calzado, al igual que otros bienes de consumo creció hasta alcanzar 16,000 millones de pares. Entre 1995 y 2007 el crecimiento de este sector industrial aumentó un 50%. Europa ha sido desbancada por Asia y dentro de este continente se encuentra en primer lugar China, seguido de India, Vietnam, Indonesia, Tailandia y entre los diez primeros productores también figuran Brasil, Pakistán, Italia, Turquía y México. Este último país, aunque en 2011 llegó a ocupar el octavo lugar como productor mundial, está sumamente alejado del primer lugar, China, que para ese mismo año detentaba el 60.5% del total producido a nivel planetario y era a su vez el mayor consumidor de este mercado (15.9%). Por si fuera poco este gran gigante

exportaba el 73.1% de la totalidad del mercado mundial (APICCAPS, 2012 pp. 2-4).

Por otra parte y a raíz del alto grado de globalización de la industria del calzado hay que subrayar que la participación de esta manufactura mexicana en la economía mundial se ha reducido significativamente en la última década como se refleja en el decremento de su producción.

México como productor mundial, a partir del año 2000 es desplazado varios lugares de ese mercado en el que debe esperar hasta el año 2005, para ocupar un destacado lugar aunque con una diferencia extremadamente notable de lo que aleja más de 7000 % del primero, China, y 900 % del segundo, India. El alejamiento de Brasil, casi un 727 % más) respecto del calzado fabricado en nuestro país no deja de acrecentarse. (Intelligence System for Innovation Strategy [ISIS].2009 p. 11).

Prosiguiendo con esta misma tendencia México para el año 2012 ocupa el octavo lugar a nivel mundial como productor y con una participación del 1 % en tanto que exportador de calzado que lo ubica en el treintaicincoavo lugar (APICCAPS. 2012, p. 58). (pág 284)

Atomización de las unidades productoras del calzado (pág. 289)

La atomización de las empresas representa también el cambio habido en la macroregión respecto de la baja producción y el grado de productividad que no le permite competir: ni la bota vaquera ni el calzado de seguridad o bien el

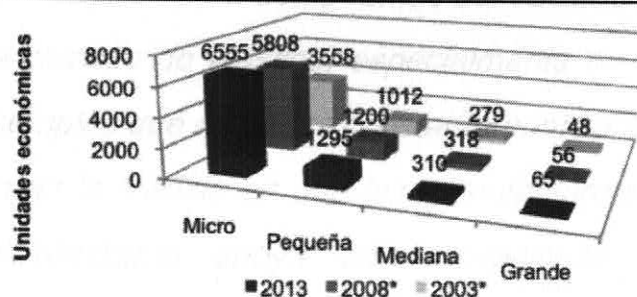
calzado de hombre de piel han sido suficientes para mantener sus ya tradicionales nichos de mercado. Muchos pequeños empresarios mantienen sus empresas en un nivel de producción muy bajo elaborando maquila de algunos de estos productos para las grandes y medianas empresas ()*

Hacia el año 2002 las Cámaras Regionales junto con la Secretaría de Economía tomaron algunas medidas para frenar la pérdida de competitividad de las industrias mexicanas del cuero y del calzado y crearon el llamado "Programa para la Competitividad de la Industria del Cuero y del Calzado" que se ha ido actualizando.

Para el año 2003 la pequeña, mediana y micro empresa fueron el tipo de unidades económicas que fabricaron el mayor porcentaje de bota vaquera y de hecho las que generaron un importante número de empleos, ya que ocupan a segmentos intensivos de mano de obra (CEESP, 1995)

Gráfica 5: Unidades económicas en la rama de fabricación de calzado según su tamaño.

Gráfica 5
 Unidades económicas en la rama de fabricación
 de calzado según su tamaño



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de INEGI. Censos Económicos 2004; Censos Económicos 2009; Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE).

Las cifras de unidades económicas de gran tamaño correspondientes a los años 2003 y 2008 representan casi a la totalidad de las unidades económicas debido a que no se publica la cifra total referente a esas categorías según el principio de confidencialidad que establece el Censo Económicos para la publicación de la información de algunas unidades censadas.

Aunque el número de unidades la micro empresa es la que ha crecido en forma desmesurada en los últimos años en cuanto al volumen del personal ocupado, es la pequeña, mediana y empresa grande las que ocupan a la mayoría de la fuerza de trabajo tanto en Guanajuato, en donde se ubican las empresas líderes de esta rama manufacturera, como en Jalisco y el Estado de México. Este tipo de fabricación representa solamente el 4% de las unidades económicas mexicanas en el 2003 (gráfica 6). No obstante, el calzado plástico no es con el que puede competir México en el mercado externo ni tampoco el que genere un valor agregado importante en innovación (gráfica 7)

En consecuencia con estos cambios resalta el crecimiento muy relativo en cuanto a personal ocupado para estas ramas del calzado y sólo significativo en la fabricación de calzado de plástico, especialmente en Guanajuato y Jalisco (gráfica 8) el desempleo que amenaza constantemente a la industria del calzado será atemperado en la medida en que las manufactureras automotrices, a las que el Estado Mexicano apoya en innovaciones tecnológicas, vayan desarrollándose y creciendo en esta antigua macrorregión del calzado y absorbiendo una parte de esta mano de obra. (pag. 291)

(pag. 307) VIII Conclusiones.

La industria mexicana del calzado ha ido perdiendo competitividad y cada vez en menor medida México se ubicaría como un referente exportador a nivel mundial.

Los cambios habidos a nivel socioeconómicos en México en estas últimas dos décadas – muy a pesar de la cada vez más grande brecha que se abre en la desigualdad social – han afectado al mercado interno del calzado mexicano en donde se ha abierto también un segmento importante de consumidores que demandan diseño, precio y productos más personalizados.

En el calzado de piel, cada vez más demandado a nivel mundial, México, ha perdido espacios y también es amenazado seriamente en el mercado doméstico en el que compite ya sin mucho éxito por abastecerlo.

Es rezago, cada vez mayor, en innovación tecnológica en la industria mexicana del calzado le impedirá competir en nichos de mercado internacional que demandan un tipo de producto con determinadas innovaciones.

Difícilmente la mayor cantidad de tratados comerciales podrán ayudar – a pesar de la posible reducción de barreras arancelarias – al productor mexicano a exportar sus productos en competencias con normas y materiales que protejan la salud y medio ambiente.²⁰

TLCAN, 20 años.

Esther B. Iglesias Lesaga.

DR. 2014 Universidad Nacional Autónoma de México,

Instituto de Investigaciones Jurídicas

DR. 2014. Arturo Oropeza García

²⁰ *Iglesias Leasaga, Esther B. La industria del calzado en México a veinte años del TLCAN*

DR. 2014 Universidad Nacional Autónoma de México,

MENOS CUEROS, MAS CORREAS 10 de enero de 2005

La industria mexicana del calzado, que genera una producción anual valuada en más de 38 mil millones de pesos, camina con las suelas gastadas. Las micro y pequeñas empresas han recurrido a medidas de urgencia para mantenerse apenas en niveles de subsistencia. Una, convertirse en maquiladoras de las pocas grandes firmas nacionales, pero principalmente de las extranjeras

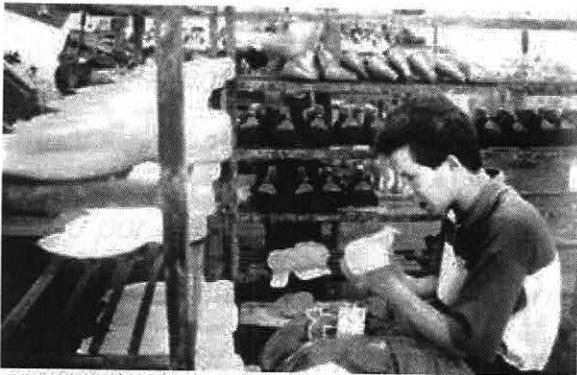
Juliana Fregoso

El 15 de marzo de 2002 marcó el final de una era en la industria nacional del zapato. La tapatía Calzado Canadaj, otrora empresa zapatera más importante de América Latina, cambiaba de manos, había sido vendida a Coppel, firma sinaloense dedicada a la venta a crédito de ropa, muebles y enseres domésticos.

Abatida por la falta de recursos y la negativa de las instituciones financieras para otorgarle créditos, el emporio fundado en 1940 por Salvador López Chávez era vivo reflejo de la situación por la que pasaba el ramo.

En efecto, 2002 fue angustioso para el sector y 2003 fue catastrófico, no obstante, 2004 fue promisorio y al parecer los productores nacionales de calzado empiezan 2005 con la intención de no dejarse vencer por las circunstancias del mercado.

"En este negocio se va a morir sólo el que quiera morirse", sentencia el presidente de la Cámara Nacional de la Industria del Calzado en Jalisco, Eduardo Huber.



Fabricación de calzado en Purísima del Rincón, Guanajuato

No importa que en Guanajuato, Jalisco y el valle de México, asientos de los principales fabricantes a escala nacional, más de 80 por ciento de las empresas del sector sean micro y pequeñas, pues consideran que aun los negocios de menor tamaño pueden competir.

A diferencia de sectores como el textil, el de calzado reconoce que apoyos gubernamentales no han faltado, pero son los mismos empresarios, quienes no han sido más "intrépidos y arriesgados" para hacer frente a la baja competitividad, la recesión económica y la importación de producto de baja calidad de China y Brasil.

En los últimos años la industria se ha estancado. Una cuarta parte de las empresas ha tenido que recurrir a insumos importados a fin de mantenerse competitiva.

Entre 2002 y 2004 los costos de los materiales nacionales aumentaron; las suelas y otros componentes se encarecieron 13 por ciento. La participación de la industria del calzado en la economía se ha reducid significativamente en los últimos cuatro años, debido al estancamiento de su producción. Esta industria es altamente sensible a los cambios en la competitividad internacional.

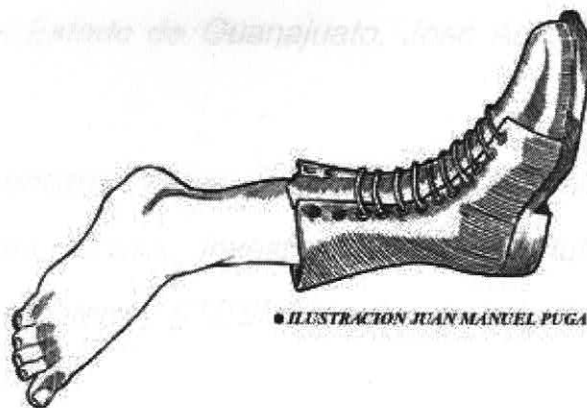
Según datos del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), la industria del cuero-calzado participa con 0.22 por ciento del producto interno bruto (PIB) nacional, con uno por ciento del PIB manufacturero y con 13.7 por ciento de la división textiles, prendas de vestir e industria del cuero y calzado. Según el Censo Nacional de la Industria del Calzado, el valor de la producción anual se estima en 38 mil 580 millones de pesos.

El 60 por ciento de las empresas del sector cuero, piel y calzado se ubican en León, Guanajuato; en Jalisco 18 por ciento, y en el Distrito Federal y estado de México 12 por ciento; esta concentración es única en el territorio nacional y se repite en muy pocas regiones del mundo, lo que permite un fuerte grado de especialización territorial, condición útil para consolidar cadenas de valor con más eficiencia para competir en el mercado interno y aumentar la oferta exportable.

Tácticas de supervivencia

La crisis no sólo golpeó a los gigantes de Calzado Canadá; Egopel, pequeña empresa de marroquinería ubicada en Jalisco, tampoco escapó del conflicto. En 2002 tenía 55 trabajadores, un año después recortó a casi la mitad y ahora se mantiene sólo con 30 empleados; "en 2004 vamos a salvar la honra con 2 por ciento de utilidad", expresa una fuente allegada al negocio.

Las micro y pequeñas empresas han tenido que buscar medidas de emergencia para mantenerse a flote. Una es producir más con menos; así, en Guanajuato los empresarios han recurrido (en los municipios de San Francisco del Rincón y Purísima del



● ILUSTRACION JUAN MANUEL PUGA

Rincón), a la reducción de jornadas laborales. Otra medida ha sido bajar los precios en un promedio de 5 por ciento anual. Una tercera es vender por catálogo. "Este se ha convertido en un canal de distribución interesante, y una alternativa para sacar la producción", acota Eduardo Huber.

La dificultad de las empresas más pequeñas para acceder a los mercados, como en el caso de las tiendas de autoservicio, ha llevado a fábricas como Beverly Hills, Foot Wear Internacional y Felipe Rentería a lograr su permanencia gracias a los catálogos.

Otra opción es maquilar para grandes empresas mexicanas y foráneas. Keneth Cole, Zara y Dockers, maquilan su calzado en México. "Muchos talleres pequeños han tocado la puerta de otros más grandes para decirles 'yo te maquilo'", señala el representante de los zapateros en Guadalajara

En Jalisco, 80 por ciento (cerca de 800) de las empresas del sector tienen menos de 50 empleados, por lo que han debido sortear la crisis para no dejarlas morir. "Hemos usado mucho el ingenio los micro y pequeños empresarios y hemos sobrevivido, y nos hemos metido mucho también en desarrollo de diseño y producto, buscando programas de mejora continua", explica el presidente de la

Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato, José Antonio Salim.

Otro enemigo que han tenido que encarar estas empresas es la baja competitividad, afirma Francisco Torres Loyola, investigador del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y autor de estudios sobre el sector en el estado de México.

Dicha entidad, que comercializa 12 por ciento del calzado nacional, es víctima de este mal. En San Mateo Atenco, principal productor de zapato en el estado, un trabajador de un taller produce entre tres y seis pares al día, mientras que países asiáticos alcanzan una media de entre 10 y 16.

En la entidad existe un promedio de 2 mil 300 talleres de fabricación de calzado que necesitan modernizar sus procesos. En marzo de 2002, el gobierno mexiquense entregó 2 millones y medio de pesos a los fabricantes para fortalecer las áreas de capacitación, asesoría y comercialización. "Nuestras empresas no están lo suficientemente preparadas para enfrentar la competencia, sobre todo por el reto que representa la incorporación de China a la Organización Mundial de Comercio", advierte Torres Loyola.

Año para olvidar

A decir de los protagonistas, de los últimos cinco años 2003 fue el peor de la industria. Su impacto en la micro y pequeña empresa fue devastador, al grado de que todos prefieren olvidarlo. Tan sólo en Guanajuato, durante ese año,

cerraron 300 micro y pequeñas fábricas, casi una diaria. En Jalisco, la planta productiva perdió 10 por ciento.



Calzado chino en exhibición en una zapatería de Guanajuato

FOTO: ARCHIVO LA JORNADA

De acuerdo con el Censo del Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP), en 2003 las microempresas del sector redujeron a 54 por ciento de su capacidad, las pequeñas a 57, las medianas a 67 y las grandes a 86 por ciento.

La entrada ilegal de calzado barato se apoderó de la cuarta parte del mercado nacional, lo cual fue otro gancho al hígado. Hace dos años llegaron a México unos 40 millones de pares de calzado de contrabando que en el mercado alcanzaban un precio promedio de 66 pesos el par, mientras que uno hecho en México tenía un precio de fábrica de casi 125 pesos.

De acuerdo con datos de la Agencia Federal de Investigación (AFI), ese año se desarrollaron cuatro operativos en los que se decomisaron 1.4 millones de pares de calzado ilegal procedentes de China, cantidad que no representa ni 5 por ciento del total del zapato contrabandeado.

Las importaciones documentadas en 2003 superaron los 34 millones 500 mil pares. Datos de la Administración General de Aduanas resaltan que las importaciones documentadas pasaron de 2 mil 346 millones de pesos en 2002 a 3 mil 342 millones de pesos 12 meses después.

Los cálculos de los empresarios señalan que por lo menos 27 millones de pares fueron introducidos mediante contrabando técnico, sea por factores de subvaluación, triangulación o documentos falsos. Una cuarta parte del comercio local de calzado no paga impuestos.

"Hay que reconocer que el contrabando se ha ido deteniendo, ha mejorado la Administración General de Aduanas y eso ha reactivado mucho la economía; tan sólo en León (Guanajuato) hubo un repunte de 4 mil 350 empleos en 2004", apunta José Antonio Salim.

El golpe de 2003 llevó a la industria a establecer alianzas para hacer compras en común, comercializar de forma conjunta y a trabajar con programas de mejora continua. Uno de los programas que ha ayudado a la industria, principalmente a la micro y pequeña es el de Competitividad de la Cadena Cuero-Calzado, instrumentado por la Secretaría de Economía (SE), gracias al cual más de 500 empresas lograron librar la crisis.

Respiro

"Mucha gente ha logrado sobrevivir; yo creo que estamos recuperando el mercado nacional, los cierres de empresas no han aumentado, lo único que sigue estancado son las exportaciones", apunta Salim.

La industria del calzado en Guanajuato tuvo un crecimiento de casi 8 por ciento en 2004, el doble que el crecimiento del PIB del país. La industria genera más de 160 mil empleos directos e indirectos en la entidad y un total de 266 mil a escala nacional.

En el caso de Jalisco, aunque aún sin números precisos, parece que el segundo semestre de 2004 fue positivo para el sector "y veo muy positivo 2005", apunta el líder de la cámara de la entidad.

Para el nuevo año hay muchas fábricas que están al tope en sus pedidos.

México es actualmente el séptimo productor de calzado en el mundo. "La industria mexicana del cuero, piel y calzado ha pasado por un proceso de ajuste y reconversión que la ubica en posición de enfrentar la competencia de productos importados en el mercado nacional", apunta un informe de la Secretaría de Economía. Para México, China e India representan una fuerte competencia por sus bajos precios, así como España e Italia por sus diseños.

Durante 2004, el sector recuperó 7 por ciento del mercado nacional, para 2005 la expectativa es recuperar un nivel similar o llegar hasta 10 por ciento. Con una inversión que puede alcanzar 25 millones de pesos, la SE, industriales del calzado, vestido, textil y joyería lanzarán un proyecto conjunto de moda mexicana que está a la altura de los diseños europeos.

Aunque todavía no existe una moda nacional, ahora hay más disposición para adaptarse a los estilos europeos y poner los nuevos modelos en el mercado casi al mismo tiempo que la presentación de las pasarelas.

"Estamos apoyando al micro y pequeño fabricante con información sobre los patrones", apunta Salim.

Como medida para ser más competitivos, quienes integran a las representaciones empresariales del sector han demandado la cancelación de aranceles en la importación de materia prima. Los programas de exportación

también ocupan un lugar preponderante en la nueva agenda del sector que busca potenciar empresas capaces de aprovechar tratados comerciales, como el recién firmado con Japón, mercado que para los fabricantes mexicanos de calzado vale 100 millones de pares al año. En 1996 la industria exportó 27 millones de pares, para 2003 la exportación fue de apenas 7 millones.

Zapatero, a tu país

Numeralia

Â

En el mundo se comercializan

10 mil millones

de pares de zapatos al año

China es el principal productor

6 mil millones

India: más de

800 millones

Brasil

650 millones

México es el séptimo productor mundial

240 millones²¹

²¹ <http://www.jornada.unam.mx/2005/01/10/004n1sec.html>

Historia y panorama de la industria del calzado en México

*Cosmos julio 13, 2015. Química y petroquímica, Textil y calzado 2088 2
Comentarios*

La industria del calzado es muy diversa debido a que abarca gran variedad de materiales como cuero, tela, caucho y plástico. Esto significa que se relaciona directamente con diversos sectores industriales.

La importancia de esta industria para el país radica en que los productos que ofrece se distribuye principalmente entre clientes nacionales, ya que los productos poseen características de alta calidad y durabilidad a la vez que tienen precios bastante accesibles, estas características los convierte en mercancías muy competitivas.

Los primeros datos que se tienen en cuanto a la fabricación del calzado en México datan del siglo XVII. Desde entonces la ciudad de León, en Guanajuato, se ha distinguido por concentrar la industria del calzado.

La primera fábrica de zapatos formal de la que se tiene registro comenzó a trabajar en 1872 y para el año de 1900, el 17% de la población económicamente activa de México laboraba en la industria del cuero en cualquiera de sus formas, a pesar de la inundación que sufrió la ciudad de León, Guanajuato en 1888.

La consolidación de la industria del calzado en Guanajuato llegó con la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos fue uno de sus principales consumidores. Para 1941, 47.39% de la población económicamente activa se dedicaba a esta actividad y la ciudad de León contaba con 1,315 establecimientos dedicados a la misma.

En el periodo de la posguerra, las exportaciones al mercado foráneo fueron decayendo, por lo que el sector se ajustó al mercado nacional. Eso es parte de lo que sucede en la actualidad, las ventas se concentran en el mercado interno.

Alrededor del año 1990, se producían 70 millones de pares al año y se contaba con 73,439 trabajadores en ese empleo directo, y para lograr que el sector se posicionara como productor reconocido a nivel global, se tuvieron que tomar acciones para impulsarlo, mismas que procuraron llevar a cabo empresarios, cámaras, centros de investigación y gobierno.

Por otro lado, al mismo tiempo que disminuyeron las exportaciones, las importaciones aumentaron. Tan sólo de 2000 a 2004, crecieron cuatro veces mientras que las exportaciones disminuyeron 40% en el mismo periodo.

Actualmente, la industria del calzado en México está compuesta por 8225 fábricas de calzado, de las cuales el 67% se encuentran en Guanajuato, 20% en Jalisco y el 13% en Distrito Federal, Estado de México, Yucatán, Michoacán y Puebla. La industria produce 240 millones de pares al año y el consumo per cápita en México es de 2.7 pares

La industria del calzado emplea alrededor de 112,727 personas, de las cuales, el 61% son hombres y el 35% son mujeres, en conjunto corresponden a 2.4%

del total de la ocupación de las Industrias manufactureras, según los Censos Económicos 2009.

También, de acuerdo con esta información, al adquirir insumos para la fabricación de calzado, se estima que esta industria genera 17 mil empleos con sus proveedores. Las empresas del calzado representan 1.7% del total de la Industria manufacturera y la producción, 0.5 por ciento.

El tipo de calzado que más se fabrica en México es el de corte de piel y cuero. Es decir, la fabricación de este tipo de calzado representó el 73.3% del personal ocupado. En cuanto a la producción, 78% es de corte de piel y cuero y 10.2% de calzado de plástico. La fabricación de calzado se relaciona directamente con la curtiduría.

Ahondando un poco en la industria de la curtiduría, esta ha crecido a un mayor ritmo que el la industria del calzado. En el periodo entre 2012 y 2014, la actividad de curtido y acabado de piel tuvo un crecimiento de 70%, mientras que la fabricación de calzado creció 12%.

Parte del crecimiento del sector curtiduría se debe a que ha diversificado su mercado, en específico hacia la industria automotriz. A pesar de esto, la curtiduría siempre seguirá siendo el principal socio de los zapateros.

La mayoría del calzado fabricado en México es para consumo nacional, el cual representa el 87% de la producción total, mientras que las exportaciones representan el 8.7% de la producción.

Las exportaciones de calzado a partir de 2010 se comportaron ascendentemente, el ritmo de crecimiento de 2010 a 2012 se encontró por arriba

del 20%. Sin embargo, en los primeros cinco meses de 2014 las exportaciones bajaron 10.3% con respecto al mismo periodo de 2013.

Desde la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, la mayor parte de las exportaciones se destinan a ese país. Por ejemplo, en el 2012, el 70% de las exportaciones se destinaron a EUA; aunque otros países a los que también se exporta son Japón, Canadá, Cuba y Centroamérica.

Por otro lado, las importaciones mayormente provienen de Vietnam, China e Indonesia. Los productos que más se importan son calzado con parte superior de textil que representan 32.9% del total de importaciones de calzado en 2013.

En cuanto al tamaño de los establecimientos, los microestablecimientos representan el 78% de las unidades económicas, mismos que generaron el 6.2% de la producción bruta total. Las grandes empresas generan el 40% de la producción total, el resto se distribuyen en pequeñas y medianas empresas.

En general, entre los gastos más importantes para producir calzado se encuentran los insumos provenientes de la actividad del curtido y acabado de cuero y piel; le siguen los costos de productos de hule, de resinas y hules sintéticos, y fibras químicas y los gastos de los insumos provenientes de la propia Industria del calzado, según la Matriz de Insumo Producto del INEGI.

En el ámbito internacional, China cuenta con el 87% de la producción mundial de calzado, seguido de India y Brasil. México se encuentra en el octavo lugar de los países productores de calzado.

Como dato adicional, en 2013, el sector tuvo un reconocimiento como calzado de interés por su alto valor agregado en países como Japón, Alemania y España.

Los productos que la industria del calzado genera tienen características óptimas para exportar, es por eso que el sector debe diversificar su mercado y aprovechar la calidad y capacidad con la que cuenta.

Es importante mencionar que la industria del calzado se fortalece gracias a otras ramas del sector manufacturero debido a que las materias primas que utiliza provienen de diversas fuentes.

Finalmente, recordemos que los productos fabricados por la industria del calzado en nuestro país tienen mayor calidad que los provenientes de China, así que, consumamos el producto nacional.²²

²² <https://www.cosmos.com.mx/blog/historia-y-panorama-de-la-industria-del-calzado-en-mexico/>

Diferentes sectores exigen mantener cuotas compensatorias a la mercancía china

Multitudinaria marcha en León para defender la industria del calzado

Desde restauranteros y hoteleros hasta locatarios y alcaldes participaron en el movimiento

Martín Diego Rodríguez (Corresponsal)



Unos 40 mil trabajadores y empresarios de diversas actividades económicas de León se manifestaron en defensa de los sectores textil y del calzado, y en contra de eliminar las cuotas compensatorias a productos chinos, pues esa medida perjudica a la industria nacional Foto: Martín Diego

León, Gto., 12 de diciembre. En una manifestación de la que no se tiene precedente en esta ciudad considerada como la capital del calzado, unas 40 mil personas (según reportó la Secretaría de Seguridad Pública municipal) salieron a las calles en defensa de su empleo, y para exigir al gobierno federal que mantenga por cinco años más las cuotas compensatorias a los productos chinos de piel, textil y calzado.

Durante la Marcha por la unidad y el empleo, a la que convocó la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), y a la que se sumaron fabricantes de zapatos y textiles de Puebla, Jalisco, Michoacán, Tijuana, estado

de México y otras entidades, también pidieron la renuncia del subsecretario de Normatividad, Inversión Extranjera y Prácticas Comerciales de la Secretaría de Economía, Carlos Arce Macías, a quien acusaron de perjudicar a dichos sectores productivos.

La manifestación rebasó las expectativas de los organizadores, quienes esperaban la asistencia de al menos 10 mil personas que partirían del Monumento del Arco de la Calzada de León con destino a la Plaza de los Mártires, en el Centro Histórico de la ciudad.

A decir de los empresarios de la industria del calzado, eliminar las cuotas compensatorias al calzado chino pondría en riesgo la producción de por lo menos 140 millones de pares de calzado que se fabrican cada año en Guanajuato. Ello representa 70 por ciento de la producción nacional, que asciende a un total de 200 millones de pares al año.

También corre el riesgo, según el presidente de la CICEG, la sustentabilidad económica del municipio, dado que genera 99 mil 537 millones de pesos de producto interno bruto.

Demandan renuncia del subsecretario Carlos Arce Macías

Según la Secretaría de Desarrollo Sustentable del Gobierno de Guanajuato, en la entidad hay unas 2 mil 400 unidades productivas, que generan empleo directo para 75 mil personas, pero cerca de 150 mil fuentes laborales están de manera indirecta relacionadas con la proveeduría al sector de cuero, calzado y marroquinería, "así que la eliminación de las cuotas compensatorias pone en

riesgo los 225 mil empleos que se generan sólo en Guanajuato”, expresó el líder de los zapateros.

Advirtió que sólo en el primer año que se liberen los aranceles para permitir la importación de calzado de origen chino a México, podrían cerrar unas 400 empresas y perderse 49 mil empleos. Por ello emplazaron al gobierno federal para que el próximo año se anuncie la permanencia de los aranceles por cinco años, a fin de que no se pongan en riesgo los empleos que genera esta actividad.

“Por eso estamos aquí todos los que participamos en la industria, para recordarle al presidente Felipe Calderón que es el presidente del empleo, y que defienda las fuentes de trabajo que están en riesgo de perderse”, dijo.

A su vez, el presidente de la Confederación Nacional de Cámaras Industriales, Ismael Plascencia Núñez, pidió que el gobierno federal revise a los funcionarios, pues en el caso de Carlos Arce Macías, subsecretario de Normatividad de la Secretaría de Economía, “parece que está haciendo la tarea a la competencia, por lo que debería presentar su renuncia”.

Los asistentes a la manifestación que pudieron ser entrevistados dijeron que la marcha era en defensa de su empleo y, aunque este día es considerado de asueto por la festividad religiosa de la Virgen de Guadalupe, la mayoría aseguró que asistió por propia voluntad.

A la marcha también se unieron organizaciones de restauranteros, desarrolladores de vivienda, locatarios de mercados públicos y hoteleros. “Sin los zapateros nuestra industria está en riesgo de perderse”, advirtió el presidente de los hoteleros, Eduardo Bujaidar Muñoz.

En la manifestación participaron además el gobernador de Guanajuato, Juan Manuel Oliva Ramírez, y los alcaldes de León, San Francisco del Rincón, Celaya, Irapuato, Salamanca, Uriangato, Moroleón, Purísima del Rincón, Silao, Romita y Cuerámara, entre otros.²³

<http://www.jornada.unam.mx/2007/12/13/index.php?section=economia&article=032n1eco>

Guadalajara. La industria textil mexicana ha experimentado un proceso de modernización y actualización tecnológica, lo que ha permitido mejorar la productividad y la competitividad de este sector. A nivel nacional, se ha observado un crecimiento sostenido de la producción textil, impulsado por la demanda interna y externa. Este avance se debe a la inversión en tecnología y a la capacitación de los recursos humanos. En consecuencia, se ha logrado elevar la calidad de los productos y reducir los costos de producción, lo que ha permitido a las empresas textiles competir en el mercado global.

²³ <http://www.jornada.unam.mx/2007/12/13/index.php?section=economia&article=032n1eco>

da un giro hacia el sector de wearables

Flextronics se pondrá los Nike el próximo año

Producirá tenis con tecnología aplicada y soluciones a la medida.

Patricia Romo

Dic 13, 2015 |



Flextronics ampliará su planta de Zapopan jun 2, 2015 | 17:49

Flextronics ampliará planta de Zapopan dic 9, 2014 | 16:39

Flextronics refrenda confianza en México ago 24, 2011 | 17:05

COMPARTIR

Guadalajara, Jal. A partir del próximo año, la planta sur de la estadounidense Flextronics Technologicals, ubicada en Tlajomulco de Zúñiga y dedicada actualmente al ensamble de productos electrónicos, cambiará su giro hacia la producción de wearables, a través de la fabricación de tenis Nike usando tecnología de punta y con soluciones personalizadas para el cliente.

A mediados de octubre, el CEO de Nike, Eric Sprunk, anunció el acuerdo alcanzado entre el fabricante de artículos deportivos y la firma del ramo electrónico, para desarrollar nuevos modelos de calzado deportivo a través de tecnología avanzada.

“La probada experiencia de Flex en diseño, ingeniería y producción en industrias como la automovilística, la médica y la tecnológica, los convierte en los mejores socios para ayudarnos a revolucionar la producción de calzado”, dijo en ese momento Sprunk.

Tras el anuncio de Nike, operarios de producción de la planta sur de Flextronics, en la zona metropolitana de Guadalajara, fueron informados del cambio de giro. “Nos dijeron que ya no va a ser Flextronics, que se va a llamar nada más Flex, y que el año que entra ya se van a hacer tenis”, dijo a El Economista un empleado de la planta que pidió el anonimato.

Nada oficial que informar a la bolsa: Flextronics

Cuestionado al respecto, el director de Desarrollo de Negocios y Relaciones con Clientes y Gobierno de la compañía en México, Guillermo del Río, dijo a El Economista que aun cuando el convenio entre Nike y Flex se firmó “a nivel corporativos” en octubre pasado, todavía no se define en cuántas o cuáles de las plantas que tiene la firma en 30 países se desarrollará el proyecto.

“Como los dos cotizamos en bolsa, los dos estamos en período en que no se pueden hacer anuncios y todavía no hay nada en concreto”, subrayó Del Río.

No obstante, otra trabajadora de la planta consultada por El Economista, refirió que desde octubre pasado le informaron del cambio y que incluso, a partir de esa fecha inició la capacitación para los nuevos proyectos.

Sin embargo, Guillermo del Río insistió en que lo único concreto a la fecha, es la sociedad acordada entre ambos corporativos.

Solución personalizada

De acuerdo con el informe de Nike, el convenio con Flextronics tiene como objetivo “acelerar la visión de Nike de traer productos con innovación avanzada, y trabajando juntos Nike y Flex, van a entregar innovación en el calzado

deportivo, que permita a los consumidores tener más rápido su producto con soluciones personalizadas”.

Según la firma deportiva, ya comenzó el trabajo con Flex en su campus de innovación en Milpitas, California, donde se prueban nuevas tecnologías para la producción de calzado.

Indicios

Durante una gira a Silicon Valley realizada en mayo de este año, el gobernador de Jalisco, Aristóteles Sandoval, logró que Flextronics refrendara su compromiso de generar 5,000 nuevos empleos en la entidad para 2018 y en junio de este año el mandatario instaló la primera piedra de una nueva nave industrial de la firma en el Campus Guadalajara.

“Nosotros anunciamos que íbamos a tener un crecimiento gradual y que aproximadamente íbamos a estar metiendo 1,000 empleados por año, y vamos bien. Seguimos teniendo crecimiento gradual y seguimos creciendo en ramos como el automotriz, médico, telecomunicaciones, industrial, productos de consumo”, subrayó Guillermo del Río.²⁴

<http://eleconomista.com.mx/estados/2015/12/13/flextronics-se-pondra-nike-proximo-ano>

²⁴ <http://eleconomista.com.mx/estados/2015/12/13/flextronics-se-pondra-nike-proximo-ano>

En proceso, clúster para la industria del calzado nacional

El gobierno de Guanajuato trabaja en un clúster para el sector proveeduría-cuero-calzado que permita mayor competitividad en esta rama económica para enfrentar la importación de zapatos chinos.

Adriana Rodríguez Canales / 06.03.2014 Última actualización 06.03.2014

[En consolidación, los de sectores automotriz, agroindustrial, químico y cuero-calzado / Cuartoscuro]

Una de las principales iniciativas del gobierno de Guanajuato para incrementar la competitividad del sector proveeduría-cuero-calzado es la consolidación de un clúster, donde también se incluirán a empresas fabricantes de ropa y accesorios. La administración actual ha concluido con su misión de ser un facilitador, y ahora depende de los industriales que éste pueda ser una realidad en los próximos meses.

De acuerdo con el subsecretario de Atención a las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de la Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable (SDES), José Manuel Casanueva, en este momento los empresarios están trabajando en la creación de una asociación, el paso previo antes de generar estrategias para trabajar por un objetivo en común. Además están atrayendo a instituciones educativas.

“Hoy en día sólo tenemos un clúster en Guanajuato, el automotriz, pero por ejemplo Nuevo León tiene diez clústeres ya conformados. Es un sistema que funciona muy bien en el mundo, y es por ello que estamos buscando consolidar el de proveeduría-cuero-calzado-textil-accesorios-marroquinería”, recalcó.

UN RESPIRO

En los últimos años, la industria del calzado nacional se ha visto agobiada por el incremento de las importaciones de zapatos chinos. Sin embargo, en este año la coyuntura económica de China podría darle un respiro al sector.

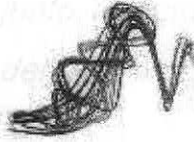
De acuerdo con el presidente del Comité Organizador del Salón de la Piel y el Calzado (Sapica), Fernando Márquez Ponce, China ha venido encareciendo su producción debido a que el gobierno ha reducido los apoyos que venía dando a los productores, y por las presiones inflacionarias.

“Durante 2013 llegaron alrededor de 50 millones de pares importados. Para este año estamos esperando que como máximo llegue la misma cifra, aunque podría ser menor, debido a que la industria nacional está mejorando su competitividad”, señaló.

“Se estima que por cada par importado que ingresa a nuestro país, se deja de comercializar un par de origen nacional. Es difícil contabilizar las pérdidas económicas porque nosotros tenemos productos cuyo valor va desde los 20 pesos hasta zapato de piel exótica que puede costar cinco mil pesos. Sin embargo, mientras nosotros exportamos zapatos a un promedio de 22 dólares por par, el promedio de importación es de seis dólares”, aseveró.²⁵

<http://www.elfinanciero.com.mx/economia/en-proceso-cluster-para-la-industria-del-calzado-nacional.html>

²⁵ <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/en-proceso-cluster-para-la-industria-del-calzado-nacional.html>



LEÓN 5th World
MÉXICO 2014 Footwear
November 24th - 25th Congress



Confédération Européenne de l'Industrie de la Chaussure
European Confederation of the Footwear Industry
World Footwear Congress 2014

Presentan Congreso Mundial del Calzado

León 2014

- Este evento pondrá a la industria del calzado mexicano en los ojos del mundo.

México D.F. 5 de agosto del 2014.- "Este evento tienen el objetivo de promover al sector del Calzado a nivel global, presentando una industria tradicional, la cual ha aprendido a adaptarse a la globalización de la economía mundial y a las necesidades del consumidor a través de la investigación y las nuevas tecnologías", Miguel Plascencia Rojas, Presidente del Comité Organizador del 5to. Congreso Mundial del Calzado.

Esta mañana se realizó una rueda de prensa con el objetivo de presentar la próxima realización del 5to. Congreso Mundial del Calzado el 24 y 25 de noviembre en la ciudad de León, Guanajuato con la participación del Gobernador de Guanajuato, Miguel Márquez Márquez, la Presidenta Municipal de León, Bárbara Botello Santibáñez, el Presidente del Comité Organizador del Congreso, Miguel Plascencia Rojas, el Presidente de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG), Ysmael López García, el Presidente de la Asociación Nacional de Proveedores de la Industria del Calzado (ANPIC), Carlo Benedetti Cavaliere, el Presidente de la Cámara de la Industria Curtidora de Guanajuato (CICUR), Fabián Collazo Rosales, el Secretario de Desarrollo Económico Sustentable del Gobierno de Guana

juato, Héctor López Santillana y el Delegado de la Secretaría de Economía del Gobierno Federal, Alberto Bello Albo.

Miguel Plascencia presentó los pormenores de este congreso el cual es una iniciativa creada por la Confederación Europea de Calzado, reconocida como la Institución Oficial representativa de la Industria Europea de este sector la cual agrupa al 87% de los fabricantes de calzado de toda Europa. Plascencia Rojas señaló que el 5to. Congreso Mundial del Calzado será un punto de encuentro donde los líderes mundiales del calzado congregan a la Industria Internacional para tratar temas de interés común y de relevancia para el desarrollo de este sector manufacturero.

Bajo la temática Central del 5to Congreso Mundial del Calzado "Manteniendo un paso adelante, conociendo los retos del sector calzado"; hemos desarrollado un programa que responda a la situación actual de la industria del calzado en el mundo en base a tres temas: Consumidores globales del calzado con diferentes expectativas, Acceso a mercados y manufactura - ¿Dónde se harán los zapatos y qué zapatos serán hechos?

En su intervención Carlo Benedetti Cavaliere, Presidente de ANPIC destacó que Guanajuato ha demostrado ser un estado competitivo, especialmente en el sector cuero - calzado y proveeduría, representamos el 70 por ciento de la producción de pares de zapatos a nivel nacional. "Los que vivimos en Guanajuato estamos acostumbrados a trabajar siempre en equipo y

entendemos que sólo sumando los esfuerzos de la sociedad, la iniciativa privada y los tres niveles de Gobierno vamos a lograr los acuerdos y proyectos que impulsen la productividad industrial, porque es aquí donde se genera el bienestar de miles de familias guanajuatenses”.

ón en

Finalm

en r

Por su parte el Presidente de CICEG, Ysmael López García destacó que se realizará un evento que deje huella en la industria del calzado mundial, y que lo más importante será poner los ojos de la industria mexicana de calzado, su gran potencial y fortaleza para así generar negocios y alianzas, ya que este sector productivo representa una excelente alternativa para fabricar y comercializar calzado en mercados de los países con los que existen tratados comerciales, por lo que sin duda México tiene la oportunidad de convertirse en un referente todavía más importante de la producción del calzado mundial.

ro y

Además destacó que para las micros, pequeñas, medianas y grandes empresas, su participación en este evento mundial será importante, ya que además de conocer la actualidad de nuestro sector manufacturero, sus retos, oportunidades, amenazas y casos de éxito; podrán participar en los encuentros con los empresarios extranjeros.

Posteriormente la Presidenta Municipal Bárbara Botello Santibáñez señaló “La industria del cuero y el calzado es la que nos da identidad como leoneses, es la columna vertebral de nuestra economía y ha coadyuvado a que Méxi

co sea actualmente el 8º productor de calzado a nivel mundial. Somos la zona productora de cuero y calzado más importante del país, con un gran compromiso con normas de alta calidad y una fuerte vocación por el diseño y la innovación. A esto hay que sumar la excelente reputación de León en la organización de eventos internacionales de prestigio mundial”.

Finalmente el Gobernador del Estado de Guanajuato, Miguel Márquez Márquez en su mensaje manifestó: “Guanajuato está dando pasos firmes en la consolidación de la industria del calzado en el gran mercado mundial y los zapatos hechos por manos guanajuatenses hoy están en los pies de México y el mundo”.

El mandatario estatal destacó que en Guanajuato se tiene el clúster cuero-calzado más importante de México, integra en un radio de 300 kilómetros empresas que fabrican, distribuyen, comercializan y proveen insumos a la cadena productiva. Este sector representa el 11 por ciento del PIB manufacturero y más del 6 por ciento de las exportaciones del Estado.

El Congreso Mundial del Calzado, contará con la presencia de conferencistas como David More, vicepresidente del Core Group, de Maurice Bretón, presidente y fundador de Comfort Management Corporation y de Cleto Sagripanti, presidente de la Asociación Nacional Italiana de Fabricantes de Calzado, entre muchas más personalidades de la industria del calzado mundial.²⁶

<http://www.ciceg.org/boletines/05agosto2014.pdf>

²⁶ <http://www.ciceg.org/boletines/05agosto2014.pdf>

Requiere atención de autoridades y legisladores, advierte especialista

La industria del calzado mexicana será una de las menos beneficiadas por el ATP

Carolina Gómez Mena

Periódico La Jornada

Domingo 2 de octubre de 2016, p. 25

La industria mexicana del calzado será una de las menos beneficiadas con la puesta en marcha del Acuerdo Transpacífico (ATP), a diferencia de la de Vietnam, una de las que podrían tener mayores oportunidades, señaló Enrique Dussel Peters, catedrático de la Facultad de Economía de la UNAM y coordinador del Centro de Estudios China-México (Cechimex).

Advirtió que por ello se requiere de una clara atención por parte de las autoridades, en especial de los legisladores mexicanos, para apoyar al sector calzado nacional ante esta situación.

Estos países aprovecharán la desgravación arancelaria para ingresar no sólo a México sino a Estados Unidos, principal mercado hoy en día de los zapatos mexicanos.

Durante la presentación del estudio Efectos del ATP en la cadena de valor del calzado en México, dijo que China y Vietnam han hecho una cuña con base en inversiones del gigante asiático en Vietnam para que éste último crezca y sea un mercado de exportación directa e indirecta de productos chinos o con inversión china.

Actualmente China tiene una producción de calzado 64 veces más importante que México y Vietnam 21 veces más grande, por lo que se requiere una labor conjunta entre empresarios, legisladores y funcionarios para apoyar a este

sector, que en México genera 570 mil fuentes de trabajo, entre la cadena industrial y comercial.

Llamó a crear las condiciones necesarias para una rápida reconversión de las empresas mexicanas del calzado para que sigan siendo competitivas ante el incremento de la competencia asiática.

Javier Plascencia Reyes, presidente de la Cámara de la Industria del Calzado de Guanajuato, advirtió que el sector requiere una clara política industrial y de financiamiento que le permita reconvertir aspectos tecnológicos, de producción y administrativos para no sólo continuar creciendo en México, sino para no perder sus mercados de exportación, en especial el de Estados Unidos.

China es el mayor productor y consumidor de calzado en el mundo. En 2014 produjo 66.6 por ciento de los pares de zapatos del mundo y consumió 18.8 por ciento. Exporta 74.1 por ciento del calzado mundial.

Después de China e India, Vietnam es el tercer productor de calzado a nivel mundial, con 3.7 por ciento de la producción en 2014 y es el segundo exportador global.²⁷

<http://www.jornada.unam.mx/2016/10/02/economia/025n2eco>

²⁷ <http://www.jornada.unam.mx/2016/10/02/economia/025n2eco>

Presionan para disminuir precios, señalan industriales del calzado

Operaciones como la venta de Suburbia ponen en desventaja a productores

Juan Carlos Miranda

Periódico La Jornada

Viernes 12 de agosto de 2016, p. 23

La compra de Suburbia por Liverpool, concretada el miércoles, preocupa a los vendedores de calzado nacional, quienes aseguran que las grandes cadenas departamentales se aprovechan de la necesidad de los fabricantes por comercializar sus productos para disminuir los precios.

Se están concentrando los compradores en pocas manos. Cada vez son menos los grupos de grandes compradores y se pueden convertir en un oligopolio, opinó el vicepresidente de la Cámara de la Industria del Calzado del estado de Guanajuato (Ciceg), Luis Gerardo González García.

Al presentar la edición 75 de la exposición de calzado y artículos de piel Sapica (abreviatura de Salón de la Piel y el Calzado), la cual se realizará del 30 de agosto al 2 de septiembre próximos en el Polifórum de León, Guanajuato, el dirigente señaló que los grandes comercializadores, como Suburbia, Coppel o Liverpool, tienen fila de vendedores que buscan colocar sus productos en esas tiendas, lo que permite a los grandes comercios presionar a los fabricantes para disminuir sus costos.

Entre menos jugadores sean, menos tienes a quién ofertarles y estamos en manos de ellos, señaló el dirigente, quien agregó que las tiendas departamentales tienen además la oportunidad de importar.

Consideró que en las grandes tiendas departamentales el calzado importado llega hasta 20 por ciento del total de la oferta.

Según cifras del organismo, el sector del calzado en México mantiene una balanza deficitaria en su comercio internacional, pues el año pasado se exportaron 27.4 millones de pares de zapatos pero se importaron 80 millones.

De acuerdo con información de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), con la compra de Suburbia, uno de los principales participantes en el sector de tiendas especializadas de ropa y calzado en México, Liverpool pasará de operar 113 a 232 tiendas departamentales.

Según José Eduardo Coello Kunz, analista de grupo financiero Ve por Más, con la compra de Suburbia, Liverpool refuerza su posición como figura dominante en el panorama minorista mexicano, al mejorar su penetración en sectores de menor ingreso e incrementará sus ventas 14.5 por ciento.

La operación de compra, por 19 mil millones de pesos anunciada este miércoles, todavía tiene que ser validada por la Comisión Federal de Competencia Económica.

Las acciones de Liverpool cerraron este jueves con avance de 3.38 por ciento en la BMV.²⁸

<http://www.jornada.unam.mx/2016/08/12/economia/023n2eco>

²⁸ <http://www.jornada.unam.mx/2016/08/12/economia/023n2eco>

Nuevas tecnologías en la industria del calzado.

México, con potencial para innovar en tenis

GALERÍA La tecnología está a la mano; falta que industriales se lancen.

Viernes, 15 de julio de 2016 a las 08:55 Por: Redacción Manufactura

Compartir 201

CIUDAD DE MÉXICO —

Sean para correr, salir de compras, acudir a la escuela o pasear, el hecho es que los zapatos deportivos se han convertido en los reyes de la comodidad y los favoritos de los mexicanos. A tal grado de que 44% del calzado que posee un hombre adulto se compone de tenis y de que en el caso de los niños la proporción sea de 41%, según datos de la Secretaría de Economía.

“En México podemos ver muchas de las novedades que ya existen en el mercado internacional, además de que podemos encontrar las marcas más reconocidas como Nike o Adidas”, refiere Omar Ruvalcaba, director de Expo Sneaker Fever, una feria especializada en zapatos deportivos, que se realizará este fin de semana.

Sucede con los tenis lo que en la Fórmula 1. Primero las novedades tecnológicas se prueban en la línea de performance –esto es la de usos deportivos- y luego se llevan a la línea de moda –es decir los tenis de uso diario entre el consumidor común-.

“Vemos que una de las grandes tendencias es sustituir las pieles por textiles o bien evitar las costuras de las piezas que componen los tenis, ya que lastiman los pies. En lugar de esa técnica, se incrustan entre las piezas unos cables de tensión para darle forma al zapato”, explica el empresario.

Última tecnología

Respecto de las suelas, cada marca tiene su propuesta en materiales. Así por ejemplo, Adidas presentó este año sus tenis Barricade 2016 Boost, fabricados con una suela hecha de multicápsulas de absorción –un polímero- que responde más eficientemente a los impactos de la pisada. “Esto es un parteaguas tecnológico porque se deja atrás el uso del aire en las suelas”, comenta Ruvalcaba.

Con el tiempo, las novedades también se han adaptado al zapato formal de hombre y mujer, ya que las plantillas plásticas y acojinadas brindan mayor comodidad.

En cuanto a moda, las tendencias marcan por un lado el regreso a los clásicos, esto es los modelos de tenis que estuvieron en boga en las décadas de 1980 y 1990, y por otro, las propuestas innovadoras que plantean las casas de diseñadores más reconocidas en el mundo. En ambos casos, se utilizan las nuevas tecnologías.

El furor por los tenis

“Hoy en día lo que busca el consumidor mexicano en general es un tenis cómodo para correr, de silueta clásica, ya no tanto el tenis cuadrado como el Converse. Pero también existen segmentos de personas que hacen deporte o que son coleccionistas y buscan productos de mayor valor. Hay gente con furor por los tenis”, sostiene el empresario.

De ahí que las marcas más conocidas del mundo también han ideado la forma de entablar alianzas con marcas de productos de lujo o bien con personajes públicos, como atletas o cantantes, porque es un recurso que aporta mayor valor. Ahí está el caso del cantante norteamericano Kanye West, que el año pasado presentó unos tenis en colaboración con Adidas.

En nuestro país, la ciudad de León –por tradición la capital del calzado- es el asiento de la industria del zapato deportivo, donde fabrican grandes empresas como Flexi o compañías nuevas como MocBrand. David Cohen, director de esta última, platica por qué decidió incursionar en el negocio del zapato deportivo. Admite que si bien en general la perspectiva de los productores e importadores es ver a México como un mercado de consumo en masa, con base en precios competitivos, la propuesta de su compañía es el nicho del cliente que busca lo diferente, ediciones limitadas y colores raros.

“MocBrand propone mezclar tradición del buen zapato de piel hecho a mano con la tendencia cómoda del sneaker, de aspecto deportivo. Por eso estamos lanzando nuestra primera línea de mocasines”, comenta el empresario.

Con paso firme

Sobre los materiales, explica que si bien las texturas sintéticas pueden ser resistentes, las pieles aportan una mejor impresión estética. Asimismo, se decidió fabricar suelas de phylon, una sustancia espumosa que se inyecta y se termina de formar en un molde.

“Antes se tenía que importar las suelas, pero ahora ya existe proveeduría de calidad en el país”, comenta Cohen, quien añade que el acabado fino de sus mocasines deportivos lo aportan unas costuras externas que sólo pueden hacerse a mano.

En su opinión, la planta fabril del país puede aprovechar la afición de los mexicanos por los tenis pero siempre que se pueda competir con una propuesta diferente y de calidad. “Aquí hay mucha gente que busca lo fácil a nivel comercial, pero hay que pensar en el cliente que conoce las tendencias y aspira a lo mejor”.²⁹

²⁹<http://www.manufactura.mx/industria/2016/07/15/mexico-con-potencial-para-innovar-en-tenis>
<http://www.manufactura.mx/industria/2016/07/15/mexico-con-potencial-para-innovar-en-tenis>

Industria de calzado en Guanajuato entra a la era digital

Alfredo Hernández, director del Centro de Innovación y Desarrollo, mencionó que los fabricantes de calzado y artículos de piel contarán con la infraestructura en software y hardware para responder rápida y eficazmente a las necesidades de los comercializadores y de los consumidores finales.

Jassiel Valdelamar

16/03/2017

La forma de diseñar y producir calzado en México está dando un paso muy importante, introduciendo tecnología de punta que llevará al sector a una nueva era.

En la septuagésima sexta exposición del Salón de la Piel y Calzado (SAPICA) en León Guanajuato, se presentó el nuevo Centro de Innovación y Desarrollo (CID) para la industria del calzado, el cual oferta servicios apoyados en tecnología de vanguardia para responder a las necesidades de los comercializadores nacionales y extranjeros.

Al respecto Alfredo Hernández Gallegos, director del centro de innovación, aseguró que con este proyecto la industria del calzado y marroquinería se integra a la "Economía 4.0", impulsando la automatización de sus procesos y la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas en la generación de los productos y fortaleciendo así su competitividad.

"Los fabricantes de calzado y artículos de piel contaremos con la infraestructura

en software y hardware para responder rápida y eficazmente a las necesidades de los comercializadores y de los consumidores finales”, indicó Gallegos.

El CID ofrecerá acceso a equipo especializado en digitalización, estaciones de diseño para el uso de software para el desarrollo y diseño de calzado y marroquinería; máquinas de prototipo rápido en 3D, equipo especializado en corte y rayado de patrones y línea de inspección no destructiva mediante Rayos X.

“Ahora México tiene la oportunidad de no quedarse en un nivel medio, sino ir a niveles altos y vender a todo el mundo, no solo a Estados Unidos o Europa. Este centro busca ayudar a las empresas a colocarse en el mejor nivel del mundo”, dijo Gallegos a El Financiero.

El desarrollado este centro fue posible gracias al apoyo de la Secretaría de Economía del Gobierno Federal a través del Programa para la Productividad y Competitividad Industrial (PPCI) con la aportación de 6 millones 825 mil 179 pesos, que sumados a la inversión de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG) de 2 millones 275 mil 059 pesos, permitieron la instalación del CID, mismo que tuvo una inversión total de 9 millones 100 mil 239 pesos.³⁰

<http://www.elfinanciero.com.mx/economia/industria-de-calzado-en-guanajuato-entra-a-la-era-digital.html>

³⁰ <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/industria-de-calzado-en-guanajuato-entra-a-la-era-digital.html>

CICEG prepara centro de investigación de calzado en Guanajuato

Por Francelia Rodriguez Ceballos - 10 de enero de 2017

Ante el difícil inicio de año que ha tenido México con el incremento al precio de la gasolina y los disturbios causados por el mismo, el encarecimiento del dólar, entre otros factores, la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG) busca impulsar a las pequeñas y medianas empresas (pymes) con programas de capacitación y modernización en el proceso de producción y operación.



El nuevo centro de desarrollo detonaría la competitividad de las pymes del calzado. - El Financiero

Con el objetivo de dar mayor competitividad a las empresas locales del sector calzado e impulsarlas en su crecimiento, la CICEG ha desarrollado un proyecto para construir un centro de investigación y desarrollo de moldeo. Para sus recursos, la cámara ha estado en pláticas con el Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem).

Este nuevo centro incluiría nuevos sistemas de impresión 3D, todo lo digital o virtual, para que los proveedores locales estén a la altura de las exigencias de las grandes empresas, en tiempo y calidad.

Según representantes del sector, la capacitación detonaría la competitividad de las pymes del calzado a nivel nacional e internacional.

La industria del calzado en el país, que enfrenta a grandes enemigos como la ilegalidad, la competencia desleal, la subfacturación, entre otros, registró una caída del 7.1% en su Producto Interno Bruto (PIB).

De acuerdo con datos de la CICEG, se fabricaron alrededor de 260 millones de pares en todo el país, es decir, un incremento de alrededor de un 4%. Del total, un 70% se produjo en el estado de Guanajuato.³¹

Por Francelia Rodríguez Ceballos

<http://mx.fashionnetwork.com/news/CICEG-prepara-centro-de-investigacion-de-calzado-en-Guanajuato,779142.html#.Wo4uxkxFymQ>

Industria del calzado, lista para iniciar transformación digital: AIMX

La industria del calzado en México está lista para iniciar su transformación digital y hacer la transición de los modelos de comercio tradicionales a operar bajo nuevos esquemas que le permitan ampliar su cobertura comercial, reveló un estudio de la Asociación Mexicana de Internet.



Redacción 18 de septiembre de 2017, 13:36

³¹<http://mx.fashionnetwork.com/news/CICEG-prepara-centro-de-investigacion-de-calzado-en-Guanajuato,779142.html#.Wo4uxkxFymQ>



Un estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIX) determinó que la industria del calzado en México está lista para iniciar su transformación digital, para hacer la transición de los modelos de comercio tradicionales a operar bajo nuevos esquemas que le permitan ampliar su cobertura comercial y ofrecer sus productos en mercados nacionales e internacionales.

En el estudio Diagnóstico del Mercado digital para la productividad del Sector Zapato , que fue realizado en colaboración con la Secretaría de Economía, la Asociación Mexicana de Internet y las Cámaras de la Industria del Calzado en Guanajuato y Jalisco, reveló que la industria del calzado en Jalisco está por debajo de su potencial.

De las compañías encuestadas, 71% de empresas en Guanajuato revelaron que cuentan con una página web, mientras que sólo el 27% de las empresas de Jalisco dijeron que cuentan con esta herramienta.

En cuanto a la realización de compras digitales, ambos estados están por debajo del 40 por ciento. El estudio de la Amipci reveló que el principal uso que se le da al internet es para el correo electrónico y para enviar y recibir documentos importantes.

La investigación realizada reveló que el uso de redes sociales tiene una mayor aceptación en este rubro, pero muestra una brecha considerable entre ambos estados. Más del 80% de las industrias de Guanajuato usa Facebook, mientras

que el 100% de las industrias tapatías utiliza este canal de comunicación. Whatsapp, Twitter e Instagram son las redes sociales de mayor frecuencia de uso.

En la industria del zapato de Guanajuato, sólo hay 35 empresas (33%) que utilizan las ventas por internet, en Jalisco sólo 11 empresas (24%) realizan actividades de comercio electrónico. En uso de estrategias de mercadotecnia en línea, ninguna de las industrias rebasa el 20% en cuanto a su uso.

El uso de plataformas de comercio, business-to-business, es utilizado por 18% para compañías de Jalisco y 31% para compañías de Guanajuato, mientras que el uso de plataformas B2C (business to consumer) es utilizado por 18% y 36%, de compañías, respectivamente.

Para el uso de estrategias de marketing digital, hay una poca penetración de este tipo de herramientas, en donde sólo las utilizan el 16% en Jalisco y el 7% en Guanajuato.

La Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG) reveló que durante el primer trimestre del año, se colocaron 7.2 millones de pares de zapatos en 45 países. Por su parte, la Cámara de la Industria del Calzado en el Estado de Jalisco (CICEJ) informó que en el primer trimestre del año se produjeron 20 millones de pares de zapatos.

La Asociación Mexicana de Internet concluyó que los sectores productivos tradicionales deben avanzar en el desarrollo de estrategias digitales para que los usuarios tengan una mayor confianza y se impulse estas actividades. Entre sus conclusiones, el estudio destaca que la industria del calzado mexicana realiza esfuerzos dispersos y sin una organización dedicada a las áreas de comercio electrónico y que debe de haber una mayor sinergia entre las operaciones en

*línea y fuera de línea, para de esta manera incentivar el uso de plataformas digitales.*³²

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Industria-del-calzado-lista-para-iniciar-transformacion-digital-AIMX-20170918-0128.html>

NUEVA INDUSTRIA DEL CALZADO



Historia y panorama de la industria del calzado en México

*Cosmos julio 13, 2015. Química y petroquímica, Textil y calzado 2088 2
Comentarios*

La industria del calzado es muy diversa debido a que abarca gran variedad de materiales como cuero, tela, caucho y plástico. Esto significa que se relaciona directamente con diversos sectores industriales.

La importancia de esta industria para el país radica en que los productos que ofrece se distribuye principalmente entre clientes nacionales, ya que los productos poseen características de alta calidad y durabilidad a la vez que tienen precios bastante accesibles, estas características los convierte en mercancías muy competitivas.

Los primeros datos que se tienen en cuanto a la fabricación del calzado en México datan del siglo XVII. Desde entonces la ciudad de León, en Guanajuato, se ha distinguido por concentrar la industria del calzado.

³² <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Industria-del-calzado-lista-para-iniciar-transformacion-digital-AIMX-20170918-0128.html>

La primera fábrica de zapatos formal de la que se tiene registro comenzó a trabajar en 1872 y para el año de 1900, el 17% de la población económicamente activa de México laboraba en la industria del cuero en cualquiera de sus formas, a pesar de la inundación que sufrió la ciudad de León, Guanajuato en 1888.

La consolidación de la industria del calzado en Guanajuato llegó con la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos fue uno de sus principales consumidores. Para 1941, 47.39% de la población económicamente activa se dedicaba a esta actividad y la ciudad de León contaba con 1,315 establecimientos dedicados a la misma.

En el periodo de la posguerra, las exportaciones al mercado foráneo fueron decayendo, por lo que el sector se ajustó al mercado nacional. Eso es parte de lo que sucede en la actualidad, las ventas se concentran en el mercado interno. Alrededor del año 1990, se producían 70 millones de pares al año y se contaba con 73,439 trabajadores en ese empleo directo, y para lograr que el sector se posicionara como productor reconocido a nivel global, se tuvieron que tomar acciones para impulsarlo, mismas que procuraron llevar a cabo empresarios, cámaras, centros de investigación y gobierno.

Por otro lado, al mismo tiempo que disminuyeron las exportaciones, las importaciones aumentaron. Tan sólo de 2000 a 2004, crecieron cuatro veces mientras que las exportaciones disminuyeron 40% en el mismo periodo.

Actualmente, la industria del calzado en México está compuesta por 8225 fábricas de calzado, de las cuales el 67% se encuentran en Guanajuato, 20% en Jalisco y el 13% en Distrito Federal, Estado de México, Yucatán, Michoacán y Puebla. La industria produce 240 millones de pares al año y el consumo per cápita en México es de 2.7 pares

La industria del calzado emplea alrededor de 112,727 personas, de las cuales, el 61% son hombres y el 35% son mujeres, en conjunto corresponden a 2.4%

del total de la ocupación de las Industrias manufactureras, según los Censos Económicos 2009.

También, de acuerdo con esta información, al adquirir insumos para la fabricación de calzado, se estima que esta industria genera 17 mil empleos con sus proveedores. Las empresas del calzado representan 1.7% del total de la Industria manufacturera y la producción, 0.5 por ciento.

El tipo de calzado que más se fabrica en México es el de corte de piel y cuero. Es decir, la fabricación de este tipo de calzado representó el 73.3% del personal ocupado. En cuanto a la producción, 78% es de corte de piel y cuero y 10.2% de calzado de plástico. La fabricación de calzado se relaciona directamente con la curtiduría.

Ahondando un poco en la industria de la curtiduría, esta ha crecido a un mayor ritmo que el la industria del calzado. En el periodo entre 2012 y 2014, la actividad de curtido y acabado de piel tuvo un crecimiento de 70%, mientras que la fabricación de calzado creció 12%.

Parte del crecimiento del sector curtiduría se debe a que ha diversificado su mercado, en específico hacia la industria automotriz. A pesar de esto, la curtiduría siempre seguirá siendo el principal socio de los zapateros.

La mayoría del calzado fabricado en México es para consumo nacional, el cual representa el 87% de la producción total, mientras que las exportaciones representan el 8.7% de la producción.

Las exportaciones de calzado a partir de 2010 se comportaron ascendentemente, el ritmo de crecimiento de 2010 a 2012 se encontró por arriba del 20%. Sin embargo, en los primeros cinco meses de 2014 las exportaciones bajaron 10.3% con respecto al mismo periodo de 2013.

Desde la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, la mayor parte de las exportaciones se destinan a ese país. Por ejemplo, en el 2012, el

70% de las exportaciones se destinaron a EUA; aunque otros países a los que también se exporta son Japón, Canadá, Cuba y Centroamérica.

Por otro lado, las importaciones mayormente provienen de Vietnam, China e Indonesia. Los productos que más se importan son calzado con parte superior de textil que representan 32.9% del total de importaciones de calzado en 2013.

En cuanto al tamaño de los establecimientos, los microestablecimientos representan el 78% de las unidades económicas, mismos que generaron el 6.2% de la producción bruta total. Las grandes empresas generan el 40% de la producción total, el resto se distribuyen en pequeñas y medianas empresas.

En general, entre los gastos más importantes para producir calzado se encuentran los insumos provenientes de la actividad del curtido y acabado de cuero y piel; le siguen los costos de productos de hule, de resinas y hules sintéticos, y fibras químicas y los gastos de los insumos provenientes de la propia Industria del calzado, según la Matriz de Insumo Producto del INEGI.

En el ámbito internacional, China cuenta con el 87% de la producción mundial de calzado, seguido de India y Brasil. México se encuentra en el octavo lugar de los países productores de calzado.

Como dato adicional, en 2013, el sector tuvo un reconocimiento como calzado de interés por su alto valor agregado en países como Japón, Alemania y España. Los productos que la industria del calzado genera tienen características óptimas para exportar, es por eso que el sector debe diversificar su mercado y aprovechar la calidad y capacidad con la que cuenta.

Es importante mencionar que la industria del calzado se fortalece gracias a otras ramas del sector manufacturero debido a que las materias primas que utiliza provienen de diversas fuentes.

*Finalmente, recordemos que los productos fabricados por la industria del calzado en nuestro país tienen mayor calidad que los provenientes de China, así que, consumamos el producto nacional.*³³

<https://www.cosmos.com.mx/blog/historia-y-panorama-de-la-industria-del-calzado-en-mexico/>

CONCLUSIONES

1.- Las Mipymes no son entes aislados del contexto socioeconómico o político en el que están insertas.

2.- Los modelos de producción, fordistas, de sustitución de importaciones, proteccionistas o de exportación han acarreado consecuencias a las Mipymes.

3.- La apertura comercial y la aceptación postulados del Consenso de Washington determina que el estado renuncia a mantener la propiedad y seguir operando su planta industrial, pero también abandona sus políticas de fomento y deja que sean las fuerzas del mercado las que determinen el curso de la industria mexicana en un plano internacional cada vez más competido.

4.- La carencia de una política de industrialización en los últimos cinco lustros, en México han propiciado la aparición de Mipymes y su desaparición en menos de cinco años.

5.- La falta de una política industrial ha demeritado los encadenamientos en muchas ramas de la producción.

³³ <https://www.cosmos.com.mx/blog/historia-y-panorama-de-la-industria-del-calzado-en-mexico/>

6.- La poca o escasa capacitación y actualización de conocimientos dificulta la inserción de las Mipymes en mercados de exportación.

7.- De las 4 290 108 total de Mipymes en México en 2005 sólo son exportadoras el .06% de ellas (2655 Mipymes)

8.- El Sistema Económico Latinoamericano (SELA) destaca la caracterización de los procesos de industrialización en la región de América Latina, con su dependencia, desarticulación, centralización geográfica, déficit nacionales en la generación de empleos productivos, estimulantes y bien remunerados, etc.

9.- Las Mipymes son un sector que constituye un instrumento fundamental de política para crear empleo.

10.- Las Mipymes constituyen una forma para democratizar la propiedad de la medios de producción y contribuye al desarrollo de un sistema empresarial menos excluyente (Olmedo).

11.- La industria del calzado mexicana ha sido desplazada del mercado interno por la apertura comercial a productos chinos.

12.- En proceso, Clúster para la industria del calzado nacional para enfrentar la importación de calzado chino.

13.-La industria del calzado también ha sufrido mermas en los mercados internacionales dado que los países asiáticos se han posicionado en lugares relevantes.

14.-La Cámara de la Industria del Calzado realiza congresos para diseñar estrategias que le permitan mantener un lugar en el mercado nacional o internacional.

15.- Industrias del calzado nacional incursionan en las nuevas tecnologías.