



Año: 2011 Mes: Marzo Día: 07 No. 497

La foto es D.R. y se utilizó únicamente de forma ilustrativa

# LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA MEXICANA DEL VESTIDO

Lic. Julio A. Millán Bojalil  
Presidente de CISC

## La competitividad de la industria mexicana del vestido

- **La industria mexicana del vestido ha perdido competitividad y por ende, posición en el mercado Norteamericano.**
- **México debe implantar una política industrial que incorpore a la esfera pública y privada, y que impulse el mercado interno y al de exportación.**
- **México tiene un diseño propio que se podría internacionalizar, al igual que otros aspectos de la cultura mexicana.**

La industria mexicana del vestido tiene una gran relevancia en el país, pues representa cerca del 2% de las exportaciones manufactureras totales y el 2.6% del PIB manufacturero. Al considerar toda su cadena de valor dicho peso asciende a 5.3%, con lo cual es la sexta actividad manufacturera. **La industria del vestido genera 300 mil empleos, lo que significa el 8% del sector manufacturero y 2% a nivel nacional.**

Un rasgo característico del sector ha sido que se ha enfocado hacia el mercado externo, siendo **Estados Unidos nuestro principal cliente, al quien se dirigen el 97% de nuestras exportaciones.** La importancia de Estados Unidos es, además de nuestra cercanía geográfica, que es el principal importador de la industria pues por sí mismo adquiere cerca una cuarta parte de las importaciones globales.

Dado lo anterior es importante recalcar que, a consecuencia de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), la industria mexicana del vestido logró posicionarse como la principal proveedora del mercado Norteamericano, alcanzando en el año 2000 su cifra record. Sin embargo, a partir de dicho año la participación y las ventas de México a E.E.U.U. empezaron a descender, al mismo tiempo que las de otras economías asiáticas comenzaron a repuntar. **Muestra de ello es la caída en 54% del valor de las compras estadounidenses de textiles y del vestido provenientes de México del año 2000 al 2010** (al pasar de 9.6 a 4.4 mil millones de dólares), las de origen chino aumentaron en 489% (de 6.5 a 38.5 mmd). Por si fuera poco, la industria mexicana no sólo ha sido superada por el dragón asiático, sino también por otras como Indonesia (quien pasó en la última década del lugar 10 al 4 como proveedor de Estados

Estados Unidos), la India (quien pasó del 7 al 3) y Vietnam (quien representa un caso sorprendente al haber pasado de la posición 66 a la 2).

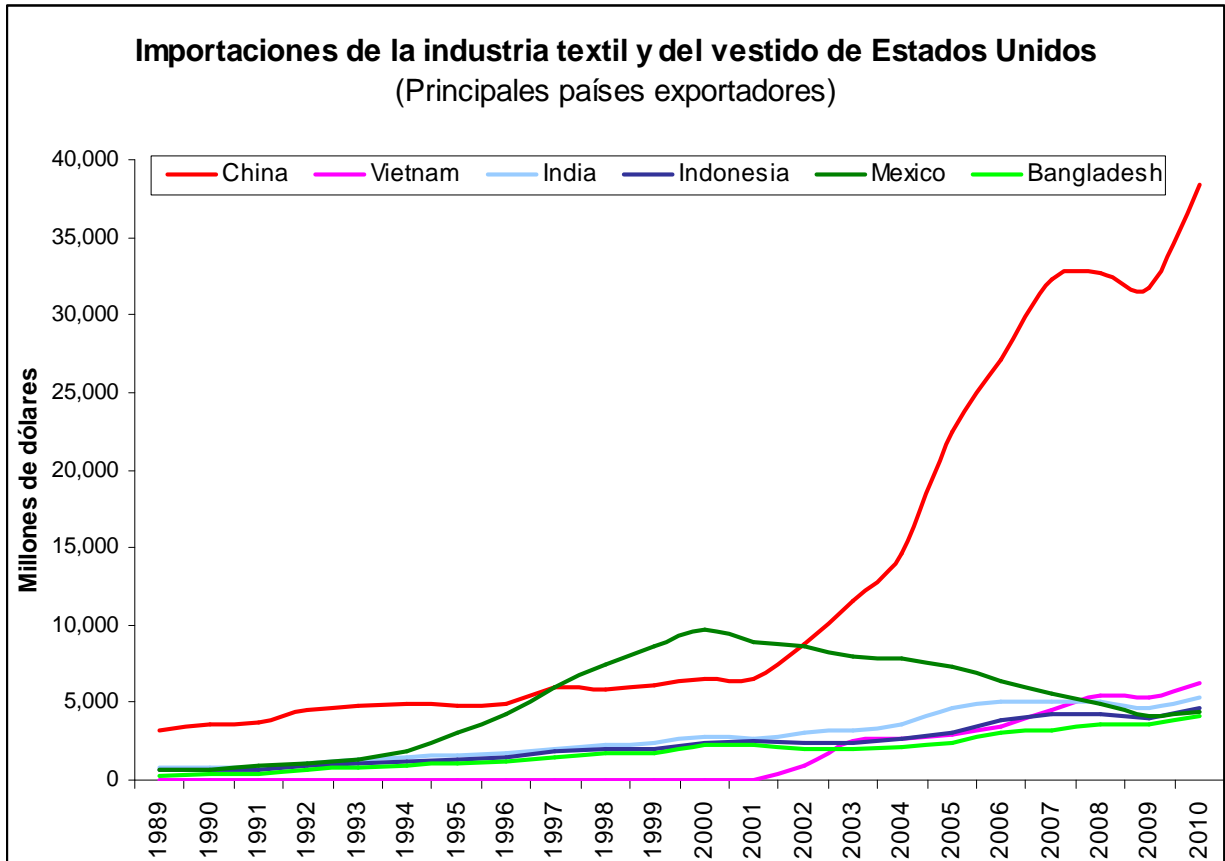
Lo anterior claramente es un reflejo de la pérdida de competitividad frente a otras economías emergentes, por lo que representa una señal de alarma. Si bien parte de este problema podría ser explicado por los diferenciales en costos de producción, también es cierto que dicho problema se explica por la implantación cada vez mayor de modelos de innovación y tecnología en algunos de estos países. Es por ello que resulta indispensable e urgente aplicar acciones que permitan acelerar la competitividad, lo cual no es una tarea fácil pues requiere de **esfuerzos conjuntos tanto de la esfera pública como de la privada**. Los esfuerzos deben ir encaminados principalmente en dos líneas de acción, el reforzamiento del mercado interno, y la promoción del mercado de exportación.

**Una de las razones por las que se ha dado el detrimento en producción del sector es la falta de promoción en el mercado interno**, el cual es una fundamental plataforma para impulsar el sector exportador. Adicionalmente, se deben promover acciones para enfocar a la industria a las necesidades y caracterología del consumidor mexicano, e incorporar innovación y desarrollo mediante el aprovechamiento de los avances tecnológicos. En cuanto al mercado externo se deben investigar las necesidades y crear un programa de promoción incorporando diseño, innovación y adelantos tecnológicos.

Debe incorporarse una política industrial específica de apoyo a la cadena textil y del vestido. En este sentido, se deben establecer apoyos a la cadena de valor (lo que implica impulsos desde los suministros). Para ello, independientemente de los aspectos macroeconómicos, es importante que se establezcan facilidades operativas para la formación de clusters (o bien dar las facilidades para la integración de la cadena).

El gobierno tiene una gran responsabilidad de aumentar la competitividad, para lo cual debe hacer una política de calidad, real y efectiva. México debería tener varios centros de innovación y diseño, los cuales deberían estar encadenados con universidades. Así mismo, deben impulsarse seminarios y exhibiciones de moda, una moda que sea un reflejo de lo que nuestro país puede ser. Es indispensable adelantarse a las innovaciones tecnológicas futuras; algunos de los ejemplos en cuanto a tendencias son el uso de fibras renovables, de tejidos inteligentes resistentes al sol, de nanotecnologías que permiten extender la vida de un producto de 10 a 20 años, entre otros.

**México tiene un diseño propio que se debe internacionalizar, adaptándolo a las tendencias globales.** Al igual que se ha logrado el reconocimiento internacional a la marca México, y que factores culturales como la comida mexicana han llegado a ser considerados como Patrimonio de la Humanidad, en paralelo tenemos que hacer el vestido mexicano se convierta en una industria con presencia mundial. En este sentido, son destacables los esfuerzos que realiza la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV) por promover acciones referentes a la innovación e integración de la cadena textil y vestido.



Elaboración: Consultores Internacionales S. C. con información de OTEXA.

CISComentario D.R. es una publicación semanal de: Consultores Internacionales, S. C. ®  
 Lic. Julio A. Millán B., Presidente; Ing. Mauricio Millán C., Vicepresidente.  
 Ricardo Rojas, Consultor Senior; Daniela Ruiz, Consultor Junior.

Se autoriza la reproducción total y/o parcial de su contenido siempre y cuando se cite la fuente:  
 Consultores Internacionales, S.C. (CISC)  
 José María Rico No. 55 Colonia del Valle México D.F. Tels. (55) 5524-7750 y (55) 5534-9182  
[info@consultoresinternacionales.com](mailto:info@consultoresinternacionales.com) | [www.consultoresinternacionales.com](http://www.consultoresinternacionales.com)