Perfil del mercado mexicano

Lic. Carlos Aggio
Lic. Álvaro Fernández
Lic. Anabel Marín

INFORMACIÓN GENERAL DEL PAÍS

Superficie: 2972574 kilómetros cuadrados
Capital: Ciudad de México
Estructura administrativa: 31 estados y 1 distrito federal.
Unidad monetaria: Nuevos Pesos Mejicanos
Régimen cambiario: Flotante
Forma de gobierno: República representativa, democrática y federal.
Jefatura del Estado: Presidente de la República (elegido cada 6 años).
Poder Ejecutivo: Presidente de la República y Gabinete.
Poder Legislativo: Congreso de la Unión (bicameral; Senado: 64 miembros, 2 por cada estado y 2 por el distrito federal, elegidos cada 6 años; Cámara de Diputados: 500 miembros elegidos cada 3 años).
Partidos políticos: Partido Revolucionario Institucional (PRI), Frente Democrático Nacional (FDN), Partido de Acción Nacional (PAN), Partido Socialista de los Trabajadores (PST), Partido Socialista Unificado de México (PSUM), Partido Demócrata Mejicano (PDM).

DIMENSIÓN DEL MERCADO

Cantidad de habitantes, demografía

Población de 1994:	88.431.000 habitantes.
Población estimada para el 1997:	93.843.684 habitantes.
Densidad de población estimada para el 1997:	32 personas/km. cuadrados.
Población urbana estimada para el 1997:	70.007.388 habitantes.
Porcentaje urbano:	74.6 % del total de la población.
Tasa media anual de crecimiento de la población (85-94):	2,0 % anual.
Tasa de natalidad:	28.90 nacimientos por cada 1.000 habitantes
Tasa de mortalidad:	5.70 por cada 1.000 habitantes.
Tasa de mortalidad infantil:	40 por cada 1.000 nacimientos.
Esperanza de vida:	69.6 años.
Matrimonios (último año disponible):	633.424

La tasa de natalidad de 28,9 cada 1000 habitantes (media centroamericana 35 por 1000) se alcanzó luego de un intensivo programa de planificación familiar, ésta alcanzaba la cifra de 43,4 por 1000 en 1972.

La tasa de mortalidad del 6 por 1000 se corresponde igualmente con la media centroamericana y ha sido reducida espectularmente en las últimas décadas (23,2 por 1000 en 1940).

Principales Indicadores Económicos: Producción, consumo, inflación, tipo de cambio

El siguiente cuadro resume la información sobre Oferta y Demanda agregada para la economía mejicana

Cuadro N°1. En millones de dólares

	1994	1995	1996	1997[1]
1. Oferta	397049.7	387879.1	416565.6	431485.2
PBI	336167.6	315426	327096.8	340180.7
Importaciones	60882.2	72453.1	89468.8	91304.5
2. Demanda	397049.8	387879.1	416565.6	431485.2
Consumo	232350.8	228251	236469.3	239044.9
Gasto Público	47466.9	44538.2	46186.1	47251.1
Inversión Privada	37886.1	35548.5	37910.5	43373
Exportaciones	79346	79541.5	95999.7	101816.1

1.Estimado

Una primer lectura del cuadro refleja la caída que experimentó tanto la Oferta (Producción) como la Demanda Agregada (Gasto) en el año 1995 y su posterior recuperación en los años 1996 y 1997. Más importante aún es observar la información sobre consumo, ya que ésta indica la evolución de los gastos internos del sector privado entre los que se encuentran el de los textiles. En este sentido el mismo se ha recuperado, al igual que las importaciones, en los últimos dos años. Esto es un buen indicador para la empresa, que produce un bien de consumo, interesada en penetrar este mercado.

El siguiente cuadro resume la evolución de los principales indicadores macroeconómicos para 1996 y 1997, lo que ayuda a entender mejor la recuperación de la economía mejicana en los últimos dos años:

Cuadro Nº2

	1996	1997
Producto por hombre	3555.26	3624.97
Inflación	26.2	15
Tipo de Cambio	7.62	8.53
Variación de los salarios	10	17

Las proyecciones para el año 1997 señalan que aumentará el poder adquisitivo y de compra de la población, ya que aumenta el ingreso por habitante y el aumento de los salarios es mayor el incremento de la inflación. Por otra parte el hecho de que el aumento del tipo de cambio nominal sea menor a la inflación proyectada proporciona un tipo de cambio real menor favoreciendo de este modo las importaciones.

Consumo local

El 7,8% del gasto de las familias es en prendas de vestir y calzado. Lo que equivale a U$S 18444,6 millones gastados por este concepto en 1996. El valor que se estima para 1997 es de U$S 18.645,50 millones. A su vez este gasto puede realizarse en bienes de producción nacional o importados. En este sentido la tendencia en los últimos años ha sido hacia el incremento de la proporción de las importaciones sobre el consumo lo que indica una mayor propensión a la compra de productos extranjeros. El cuadro siguiente muestra el aumento del consumo aparente por hombre y la mayor participación que en éste han tenido las importaciones.

Cuadro Nº3. En pesos constantes de 1980

Año	Consumo Nacional Aparente[1]	Consumo aparente por hombre[2]	Importaciones sobre consumo aparente
1986	39927	492	4.30%
1987	37114	442	4.14%
1988	42124	486	7.14%
1989	44939	502	15.13%
1990	51745	637	18.69%
1991	54074	652	20.26%
1992	60111	711	28.57%
1993	59685	688	29.90%

Fuente: Elaboración propia en base a datos Revista Comercio Exterior
1 en millones de pesos mejicanos de 1980
2 en pesos mejicanos de 1980

Evolución reciente de la economía

En 1995 luego del "efecto tequila" se registró una fuerte baja e incluso reversión, de los flujos netos de capital externo hacia Méjico. Esto originó que el tipo de cambio se depreciara de manera considerable, con un repunte inmediato de la inflación, las expectativas correspondientes y las tasas de interés reales y nominales. La aceleración inflacionaria y el descenso de la actividad económica, a su vez, resultaron muy perjudiciales para los salarios reales. El incremento de las tasas de interés, la reducción del salario real y el debilitamiento de la actividad económica provocaron un gran aumento de la carga de la deuda del sector privado, medida en relación con su ingreso. Lo anterior perjudicó a las entidades financieras, que redujeron el crédito, e indujo a una seria contracción de los gastos de inversión de las empresas y del consumo de las familias.

En 1996, a partir de la implementación de políticas correctivas, la economía mejicana comenzó a restablecerse y de esta manera los principales indicadores económicos mejoraron notablemente. De una tasa de crecimiento del PBI negativa pasó a una de 5,5% positiva. El desempleo abierta que había aumentado al 5,5% en diciembre de 1995 cayó al 4,1% el mismo mes de 1996. La inflación descendió en este último año a cerca de la mitad de lo que fue en 1995. Un aspecto particularmente satisfactorio durante este año fue la evolución de la inversión y el consumo. Ambos componentes de la demanda agregada, sobre todo la inversión, hicieron contribuciones importantes al crecimiento económico. El sector más dinámico fue el industrial que creció 10,4%, el de lo servicios lo hizo 3,1% y el agropecuario avanzó el 1,2%.

Comercio Exterior

El cuadro siguiente resume el comportamiento de los principales agregados comerciados entre 1993 y 1996 resaltando el sector textil, el cual contiene las prendas de tejido de punto.

Cuadro N°4. En millones de dólares

Cuadro N°4. En millones de dólares

	1993	1994	1995	1996
1. EXPORTACIONES TOTALES	51886	60882,2	79541,5	95999,7
1.1 Agropecuarias	2504,2	2678,4	4016,2	3592,3
1.2 Extractivas	7696,6	7801,7	8967,6	12102,9
1.3 Manufactureras	41685,1	50402,1	66557,9	80304,6
1.3.1 Textiles	**2770,1**	**2105,5**	**4899,1**	**6339,4**
2. IMPORTACIONES TOTALES	65366,5	79346	72453,1	89468,8
2.1 Agropecuarias	2632,9	3371,36	2643,6	4670,9
2.2 Extractivas	390	438,1	600,5	649
2.3 Manufacturas	62342,8	75536,3	69209	84144,9
2.3.1 Textiles	**3525**	**4167,4**	**3617,7**	**4602,9**
3. SALDO	-13480,5	-18463,8	7088,4	6530,9
4.SALDO TEXTILES	**-754,9**	**-2061,9**	**1281,4**	**1736,5**

A partir del cuadro se observa que desde 1995 cambia el saldo de la balanza comercial pasando de un valor negativo a un positivo. Puede deducirse que la devaluación del peso mejicano, a fines de 1994, afectó las importaciones, las que por este motivo crecieron menos que las exportaciones, revertiendo el signo de la balanza. Además el buen desempeño de las ventas al extranjero podría responder en parte a los programas de promoción de exportaciones iniciados por el gobierno ante la necesidad de divisas originadas por la abrupta salida de capitales.

Por otra parte, se observa que los productos textiles siguen la misma tendencia que los valores globales. Otro dato que puede deducirse del cuadro está en relación a la proporción del comercio de los textiles sobre el total de manufacturas y al respecto, las importaciones se mantuvieron estables al rededor del 5,5% en los cuatro años al contrario de las exportaciones que cayeron en 1994, aumentando nuevamente en 1997, hasta alcanzar una proporción de 7.8% del total.

COMPETENCIA LOCAL Y EXTRANJERA

Producción local

La información del último censo indica que la industria de la confección de prendas de vestir y género de punto representaban el 8,9% del total de la industria mejicana y absorbían el 9,2% del personal ocupado. Por otra parte en 1988 contaba con una baja inversión y una reducida productividad del trabajo como resultado de una escasa capacidad de generar valor agregado por trabajador.

Según el mismo Censo la industria de género de punto se compone de 908 empresas que ocupan 38.934 trabajadores, es decir el 28,3% del total de la industria de la confección. En promedio las empresas tenían 43 trabajadores con una mayoría de empresas micro y pequeñas (89,5%).

Con relación a la competitividad de estas empresas:

- La producción se caracteriza por una gran estacionalidad por lo que la mayoría de las empresas operan con excesiva capacidad ociosa
- Existe una relación directa entre productividad y tamaño, lo que en presencia de una mayoría de micro y pequeñas determina la baja productividad promedio de la rama
- En relación a la provisión de materias primas los fabricantes privilegian a los compradores significativos y regulares perjudicando de esta forma a las empresas de menor tamaño que son la mayoría.

Datos posteriores referidos a la industria de la confección, que además del género de punto incluye prendas de vestir, indican que el personal ocupado en esta industria se contrajo casi un 20%en los últimos años, siendo las más afectadas las micro empresas. Asimismo del año 1992 al 1994 la producción de la industria de la confección cayó en prácticamente todas las ramas. Las causas fundamentales fueron:

- Desde 1988 se aprecia una caída de los precios relativos de la ropa en Méjico, como resultado del acelerado proceso de apertura comercial, y si bien el consumo aparentemente no vario ello se debió básicamente al crecimiento de las importaciones.
- La reducción de los precios relativos redujo los beneficios netos de las empresas, y fue tan fuerte (40% de 1988 a 1992) que provocó el cierre de muchas que presentaron pérdidas por un período prolongado.

Otro dato interesante está relacionado a la segmentación del mercado por tamaño de empresas. Las grandes empresas aprovechan su infraestructura de producción y diseño para ganar preponderancia en mercados de alto poder adquisitivo y exportar a mercados similares en otros países. En cambio las micro y pequeñas se orientan a mercados masivos, constituidos por los mercados medios y bajos, en tanto que las medianas atienden a la clase media.

Las empresas de tejido de punto se ubican en 28 localidades; de ellas las más importantes son el Distrito Federal con el 34,6% de la producción bruta; el Estado de Méjico con el 28,7%; Jalisco con el 8,2%; Puebla con el 6,4% y Morelos con el 4,7%. De este modo en 5 Estados se concentra el 82,6% de la producción bruta, el 71% de la población ocupada y el 81,4% del valor agregado.

Para concluir debe mencionarse que la información disponible para el período 1995-1997 indica una tendencia hacia la modernización del sector. Las empresas, sobre todo las medianas y grandes, están incorporando tecnologías modernas, sistemas de control de calidad, sistemas de producción justo a tiempo y nuevas logísticas de distribución, además de hacer más eficientes sus estructuras administrativas. Por otra parte desde 1994 se empezó a promover la constitución de empresas integradoras lo que reducirían los problemas de escala mencionados anteriormente.

Comercio de la posición

El cuadro siguiente resume los flujos comerciales para la posición 61.10.10 de los últimos 4 años.

Cuadro N°5. En dólares

Año	Importaciones	Exportaciones	Saldo
1993	21100194	121415	-20978779
1994	15068136	131470	-14936666
1995	4531579	149172	-4382407
1996[1]	1646995	32983	-1614012

Fuente: Estadísticas Comerciales DATACOMEX
1 Enero-Septiembre

El saldo negativo en todos los años indica que una parte importante del consumo interno es abastecida por la producción de otros países. Lo que es un buen indicador para aquellas empresas interesadas en llevar sus productos a este mercado.

La abrupta caída de las compras al extranjero, que se observa en el año 1995, se explica por la crisis que sufrió la economía mejicana en ese año y de la cual recién comenzó a recuperarse, como se mencionó anteriormente, en el bienio siguiente. Por otro parte, los datos correspondientes al año 1996, no incluyen los últimos meses del mismo, por lo que dada la estacionalidad del producto no reflejan el incremento esperado en el volumen de comercio para ese año. Aún cuando no se cuenta con la información para 1997, puede esperarse que los volúmenes de comercio para este año, recuperen los valores anteriores e incluso aumenten, dada la notable mejora que mostró la economía en el año.

Distribución de las importaciones según el origen:

Cuadro N°6. En dólares

	País	1993	1994	1995	1996[1]	Promedio	% Acumulado
1	Hong Kong	7631789	3242724	1267476	513145	3206546	29.90%
2	Italia	3808014	3196517	1070773	348451	2134976	49.81%
3	España	1058545	2104463	1081853	343338	1175661	60.77%
4	Corea del Sur	2032129	2334365	92294	40056	1128049	71.29%
5	Perú	949557	1237092	158931	137279	632155	77.19%
6	Reino Unido	736650	545462	370349	50913	430086	81.20%
7	Uruguay	860607	455167	70272	418	346651	84.43%
8	Malasia	901601	184889	7657	0	273537	86.98%
9	USA	663605	192959	45120	29771	235345	89.17%
10	Alemania	334543	297627	113481	21186	193475	90.98%
11	Chile	312156	266748	9624	6187	149194	92.37%
12	Taiwán	433420	104489	15651	86	138419	93.66%
13	Francia	187607	188900	29516	22450	108989	94.68%
14	Macao	357101	31923	18024	0	101762	95.63%
15	China	192613	36943	15949	87742	90624	96.47%
16	Argentina	150410	71826	23063	11033	65002	97.08%
	Otros	487854	574048	139551	34940	313505	100.00%
	TOTAL	21100194	15068136	4531579	1646995	10723975	100.00%

1Enero-Septiembre

Los siete primeros países que exportan a Méjico representan el 85% de sus importaciones. Entre estos países hay dos europeos, dos del sudeste asiático y dos latinoamericanos lo que nos indica en parte la composición de las compras.

Argentina ocupa el lugar el lugar 15, en el promedio de los cuatro períodos, con una participación del 0,61%. El valor exportado decreció a lo largo de los períodos, pero, la disminución fue igual a la del total, lo

que nos indica que el país no pierde mercado con respecto a otros países. Puede esperarse que al contemplar los meses faltantes del año 1996 y el año 1997 estos valores se hayan recuperado.

En el próximo cuadro se presentan los volúmenes importados, lo que permitirá calcular un precio promedio por país, y complementar la información anterior.

Comparando el cuadro de valores importados y el de volúmenes, Argentina pasó del puesto 16 al 20, lo que indica que el precio de las exportaciones argentinas son mayores que el precio promedio calculado para todos los países.

Cuadro N°7. En Kg.

	País	1993	1994	1995	1996[1]	Promedio	Porcentaje
1	Hong Kong	250741	278801	102589	46526	173541	28%
2	Corea del Sur	134552	384845	32450	16690	143525	51%
3	Italia	64373	177651	51716	19371	79892	64%
4	España	22345	125453	88404	27144	68099	75%
5	Perú	53436	115808	17248	27274	55714	84%
6	USA	20151	29113	14582	4940	17608	87%
7	Malasia	13307	25763	540	0	9903	89%
8	Uruguay	18914	16502	3312	16	9687	90%
9	Corea del Norte	5679	23361	5780	1	8705	92%
10	China	11181	3187	1677	10970	7668	93%
11	Bolivia	4736	10504	8638	639	6183	94%
12	Reino Unido	5343	7232	6907	627	5080	95%
13	Taiwán	10912	3536	2168	9	4157	95%
14	Chile	5296	8182	315	137	3494	96%
15	Tailandia	3350	10000	394	0	3436	97%
16	Macao	9013	2417	1440	0	3218	97%
17	India	207	11279	1302	0	3197	98%
18	Filipinas	28	10556	336	0	2730	98%
19	Guatemala	2357	7186	1	0	2386	98%
20	Argentina	3091	3352	1475	544	2161	99%
	Otros	11386	13475	4457	1565	7851	99%
	TOTAL	650398	1268203	345731	156453	618234	100%

[1]Enero-Septiembre

El cuadro siguiente contienen los precio por país calculados haciendo el cociente entre el valor total por país y el volumen.

Cuadro N°8

País	Precio
Hong Kong	18.5
Italia	26.7
España	17.3
Corea del Sur	7.9
Perú	11.3
Reino Unido	84.7
Uruguay	35.8
Malasia	27.6
USA	13.4
Alemania	151.3
Chile	42.7
Taiwán	33.3
Francia	61.1
Macao	31.6
China	11.8
Argentina	30.1
Promedio simple	37.8
Promedio ponderado	17.7

A partir del cuadro se ve que los países del sudeste asiático tienen precios muy por debajo del promedio simple, los países europeos están por encima del promedio ponderado y los de América Latina están en un lugar intermedio. A partir de esta información puede inferirse acerca de los diferentes segmentos de mercado que atiende cada origen. Los europeos parecen estar más orientados a un segmento de mayores ingresos y los asiáticos hacia el de menores ingresos. Los de América Latina y fundamentalmente Argentina, Chile y Uruguay, puede suponerse que atienden un segmento de ingresos medio y medio - alto. Esta información es muy importante para las empresas que intentan ingresar al mercado mejicano con un producto argentino ya que indica a que nivel de ingresos, estrato, calidad, etc. están ligados los productos de tejido de punto del país de origen.

Distribución de las exportaciones según destino

El cuadro siguiente contiene el valor de las exportaciones mejicanas a los distintos países ordenados según su participación.

Cuadro N°9. En dólares

	1993	1994	1995	1996[1]	Promedio	Porcentaje
USA	62471	72855	90062	10943	59995	54%
Bolivia	0	41582	2053	0	10909	64%
España	21925	652	844	813	6126	69%
Perú	0	0	23609	99	5935	74%
Argentina	0	8758	13464	0	5556	79%
Japón	17141	96	355	205	4466	83%
Costa Rica	0	0	5368	7853	3960	87%
Alemania	5541	4525	3168	514	3480	90%
Italia	3399	427	2982	3743	2950	93%
Canadá	857	672	875	2202	1335	94%
Suiza	5022	0	0	64	1277	95%
Otros	5059	1903	6392	6547	5521	100%
Total	121415	131470	149172	32983	111509	100%

1 Enero - Septiembre

El cuadro refleja la fuerte dependencia de las exportaciones mejicanas con respecto a USA que compra el 54% de las ventas al exterior. Esto hace que por otra parte las exportaciones estén concentradas en un número menor de países si las comparamos con las compras al exterior. Argentina participa en el 5% de las exportaciones mejicanas y está en el quinto lugar.

En relación a los precios, si se calculan de la misma manera que en el caso anterior:

Cuadro N°10

País	Precio
USA	18.5
Bolivia	22.2
España	41.1
Perú	2.9
Argentina	67.1
Japón	14.3
Costa Rica	15.5
Alemania	13.0
Italia	15.8
Canadá	9.3
Suiza	22.9
Promedio simple	22.1
Promedio ponderado	14.6

El precio promedio simple de las exportaciones mejicanas es mayor que el de sus importaciones, al contrario que el precio promedio ponderado que es menor en el último caso. Esto es por que aún siendo los precios de las compras a Hong Kong iguales a los precios de las ventas a USA, estas últimas pesan más sobre el promedio que las anteriores. Argentina paga un precio muy por encima del promedio por las compras a Méjico y esto puede indicar que compra prendas de mayor calidad que las que vende.

Comercio entre Argentina y Méjico:

El cuadro siguiente resume los flujos comerciales entre Argentina y Méjico en los últimos años.

Cuadro N°11.Valores tomados para Argentina

	1993	1994	1995	1996
Ventas Argentinas	150410	71826	23063	11033
Compras Argentinas	0	8758	13464	0
Saldo	150410	63068	9599	11033
Precio de las ventas.	48.7	21.4	15.6	20.3
Precio de las compras.	0	123.4	51.8	0

A pesar de la caída de las exportaciones argentinas en los últimos años, el saldo siempre es favorable, lo que indica que al igual que con el resto de los países Méjico compra más de lo que vende.

Por otra parte, por la diferencia de los precios de venta y compra, puede pensarse que los productos que vende Argentina van orientados a otro segmento del mercado comparados con los que compra, ya que para estos últimos el precio es superior.

MODIFICACIONES AL PRODUCTO

Aspectos socioculturales

El 60% de la población mejicana está compuesta por mestizos, indio-español, el 30% son amerindios o predominantemente amerindios y el 9% restante, caucásicos o predominantemente caucásicos.

Esta composición de la población por razas difiere mucho de la de un país como Argentina en el que predominan los caucásicos como resultado de las corrientes inmigratorias provenientes de Europa.

Otra diferencia tiene que ver con la lengua predominante y en este sentido los idiomas principales que se hablan son el Español y varios dialectos mayas, siendo que en nuestro país habla casi exclusivamente el primero.

Probablemente, por estas razones, los patrones de consumo de los diferentes estratos de ingreso también difieran con los correspondientes en la Argentina, lo que obliga a las empresas exportadoras a identificar los atributos apreciados por cada estrato, considerando la predominancia de raza e idioma de cada uno de éstos. El producto fabricado para los consumidores argentinos deberá, por tanto ser modificado a los fines de adaptarse a los gustos, en colores y diseño, de los consumidores mejicanos en el caso de detectarse diferencias considerables.

Sin embargo si se considera que la lengua oficial es el español, esto puede ser una ventaja para la empresa, ya que podrá comunicar todo lo que tenga que ver con su producto en el mismo idioma.

El 89% de la población es Católica Apostólica Romana y el 6% protestante, proporción similar a la de Argentina y al resto de los países de América Latina colonizados por España.

Geografía y Clima

El país tiene una gran variedad climática regional. La influencia del relieve influye decisivamente en el régimen térmico, estableciendo una sucesión entre las tierras calientes (hasta 600-700 metros de altura), las templadas (700-1700 metros) y las frías (por encima de los 1700 metros).

La localización geográfica del país, al norte del Ecuador, determina que las estaciones del año sean inversas a las de Argentina. El invierno mejicano, donde se acentúa la demanda por prendas de

lana y pelo fino, coincide con el verano argentino cuando diminuye la demanda. Este aspecto constituye una ventaja para las empresas que producen exclusivamente este tipo de prendas ya que las ventas a éste país constituirían un forma de mantener un ritmo de producción más estable y de mantener la capacidad utilizada todo el año.

A grandes rasgos el país tiene tres tipos de clima regionales:

En primer lugar, un clima tropical lluvioso en las llanuras situadas al sur del trópico de Cáncer y en las depresiones de los ríos Balsas y Chiapas. Las precipitaciones se producen en verano, excepto en algunos sectores como en parte del estado de Tabasco, con lluvia todo el año. La estación de Manzanillo, situada en la costa del Pacífico, cuenta con una media anual de 27° C y una pluviosidad anual de 1003 milímetros.

pluviosidad en verano, excepto en las altas zonas de las sierras Madre, que tienen precipitaciones todo el año. En las áreas correspondientes, la temperatura desciende proporcionalmente con la altura. En Ciudad de México se registra una media anual de 16° C y 744 milímetros de lluvia.

El tercer tipo climático regional corresponde al clima seco, estepario o desértico en la meseta del norte, en las llanuras del noroeste y en gran parte de la península de California, con calores extremos y lluvias muy escasas. En La Paz (Baja California) se registran tan solo 145 milímetros anuales de precipitación

Distribución de la población por zona geográfica

El siguiente cuadro contiene la cantidad de habitantes, según el último censo, por zona geográfica, tomando sólo las principales ciudades. Además, la última columna, muestra la proporción de cada región y ciudad importante sobre el total de la población para ese año.

Cuadro N°12

	Habitantes	Porcentaje
Centro	**17728277**	**21.8%**
Ciudad de Méjico	14983988	18.4%
Puebla	1349028	1.7%
Toluca	911310	1.1%
Cuernavaca	483951	0.6%
Noreste	**3497929**	**4.3%**
Monterrey	2560363	3.2%
Tampico	560890	0.7%
Reynosa	376676	0.5%
Occidente	**3451683**	**4.2%**
Guadalajara	2908698	3.6%
Morelia	542985	0.7%
Centronorte	**2713090**	**3,3%**
León	951521	1.2%
San Luis Potosí	658712	0.8%
Aguascalientes	547366	0.7%
Querétaro	555491	0.7%
Golfo y Yucatán	**1481855**	**1.8%**
Mérida	658452	0.8%
Veracruz	473156	0.6%
Jalapa	350247	0.4%
Noroeste	**1361632**	**1.7%**
Mexicali:	511000	0.6%
Tijuana:	461000	0.6%
Los Mochis	389632	0.5%

Como se desprende del cuadro la zona céntrica, donde está localizada la Ciudad de Méjico con 18, 4% concentra una gran parte de la población (21,8%). Si además se considera que el 60% de la población es urbana, se puede concluir que el indicador de concentración aumenta a un 36%. El resto de la zonas se reparte la participación en la población total, de manera que ninguna región en particular, cuenta con una concentración importante.

Relacionando esta información con los datos climáticos puede deducirse que alrededor del 25% de la población está ubicada en zonas con climas templados lluviosos, cuya temperatura media anual es de 16°C.

Concentración geográfica e indicadores sociales

En los últimos años se ha acentuado la concentración poblacional en la zona céntrica del país, específicamente en la Ciudad de Méjico. Debe resaltarse que es la primer metropoli del mundo, delante de Tokyo y Nueva York. Las poyecciones realizadas por Naciones Unidadas para fines de siglo sitúan su población en torno a los 25-30 millones. Lo que la convertiría en la mayor aglomeración del mundo por encima de San Pablo, Tokyo, Calcuta y Bombay.

En Ciudad de Méjico se concentran funciones culturales, directivas y administrativas así como las industrias modernas en un proceso de concentración desmesurada de los efectivos humanos y económicos. La ciudad aglutina el 40% de todos los empleos públicos, 70% de los depósitos bancarios y más del 50% de la demanda nacional de productos importados. Sin embargo estos servicios centralizados y la industria sólo emplean la mitad de la fuerza de trabajo de la metrópoli, el resto sobrevive con empleos temporales de escasa seguridad y bajos salarios marcando una profunda división social.

Cerca del 70% de los habitantes no puede permitirse la adquisición de una vivienda propia. La creciente demanda de aprovisionamiento de agua no está resuelta para una parte cada vez mayor de la población. La energía, la escolarización, la sanidad, los espacios libres, etc. son otros servicios básicos que están sin cubrir.

Lo descrito en los párrafos anteriores puede relacionarse con el número de habitantes para caracterizar mejor el tamaño del mercado. Hay una gran parte de estos habitantes que perciben bajos ingresos reales y por lo tanto este segmento se constituye en el segmento más numeroso. Sin embargo es probable que este estrato se abastezca de productos de origen asiático que son los de menor precio por lo cual la empresa que se dirija al mismo deberá tener costos competitivos. Por otra parte, el segmento de mayores ingresos si bien es una minoría, en valores absolutos es mucho mayor al argentino por la diferencia poblacional entre ambos países (Méjico tiene más del doble de población que la Argentina). La demanda en este caso, estaría abastecida fundamentalmente por grandes empresas nacionales y por firmas de algunos países europeos (Italia, Reino Unido) y latinoamericanos (Uruguay, Chile) cuyos productos son de mayor calidad y precio. En este caso para atender dicho segmento, la potencial empresa exportadora deberá competir con diseño y calidad con los europeos quienes poseen una larga tradición y ventaja en tal sentido.

Distribución de la Población por estrato de edad

Cuadro N°13. Estimada para 1997

Estrato de Población	Valor Absoluto	Valor Porcentual
Menores de 15 años	35.942.131	38.3 %
Entre 15 y 65 años	54.053.962	57.6%
Mayores de 65 años	3.847.591	4.1%

La cantidad de habitantes del país da una primera idea acerca del tamaño del mercado. Por otra parte, la distribución por edad indica el tamaño relativo de cada estrato, y es importante considerarla en relación al grupo objetivo al que está dirigido la potencial empresa exportadora.

Las cifras del cuadro contienen todo el peso de una estructura de edades extremadamente joven y no admiten ser comparadas con las que muestran los países económicamente avanzados.

En México, la población mayor de 65 años representa el 4% de la total, y la menor de 14 años, el 38%.

Debería tenerse en cuenta en este sentido la diferencia de Méjico con los países más desarrollados dada su mayor concentración en el estrato de jóvenes.

Reglamentaciones gubernamentales sanitarias, condiciones de elaboración, envasado y etiquetado

Normalmente cada país posee diferentes reglamentaciones que inciden sobre la manera en que hay que preparar el producto para que éste pueda ingresar a dicho mercado. En este sentido el gobierno mejicano dispuso, a partir de enero de 1996, para el etiquetado de los productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios que:

1. Cuando el producto haya sido elaborado en Méjico con insumos de otro país debe tener una leyenda que diga Hecho en Méjico con... (descripción de los insumos), importados de ....(país de origen).
2. Cuando el producto haya sido elaborado en un país con insumos de otro debe tener la leyenda: Hecho en..(país de elaboración), con... (descripción de los insumos), importados de...(país de origen)

A partir del 24 de enero de 1997 se modificaron las disposiciones relativas a la talla de las prendas de vestir o de sus accesorios obligando a las empresas el uso de unidades correspondientes al sistema general mejicano de unidades de medida.

A partir del 1 de abril de 1996 para las importaciones para esta fracción arancelaria, es requisito estar inscripto en el padrón de importadores de la SHCP por la Ley Aduanera 1996 Art. 59 fracción 4.

Otras restricciones tienen que ver con el embalaje del producto. Desde el 5 de julio de 1996, según la norma oficial mejicana de emergencia que regula sanitariamente la importación de paletas (tarimas), paletas-cajas, otras plataformas para carga y diversos embalajes de madera nuevos y usados, en sus diferentes formas o presentaciones, tanto como producto o como embalaje. Cualquier producto que se importe dentro de cajas, contenedores o embalajes de madera, es susceptible de ser inspeccionado y sujeto a procedimiento fitosanitario en el punto de entrada al país.

Esta reglamentaciones pueden interpretarse como medidas paraarancelarias destinadas a limitar las importaciones mejicanas y reducir el saldo negativo de la balanza comercial de la fracción.

PRECIO AL QUE PUEDE VENDERSE

Determinantes del precio al que puede exportarse:

La posición 61.10.10 no requiere permisos especiales y tiene una tarifa por pieza del 35% ad valorem. El impuesto al Valor Agregado es del 10% en las regiones fronterizas y del 15% en el resto del país.

Cálculo del precio FOB

El productor nacional no paga impuesto al valor agregado en Argentina. Las empresas exportadoras que pagan IVA en la compra de sus insumos obtienen un crédito fiscal. Las empresas que exportan más de lo que venden en el mercado interno tienen tres opciones:

- pedirle a la DGI que los utilice para pagar otros impuestos
- transferírselo a otras empresas
- recibir reintegros

Además no pagan ingresos brutos ni impuestos internos y gozan de el régimen de admisión temporaria que les permite importar sin derechos de importación, tasa de estadística, IVA y ganancias si exportan en 180 días o con un adicional más de 180. Todos estos beneficios reducen el precio y pueden y deben considerarse al momento de fijar el precio, para alcanzar valores competitivos.

Para realizar una exportación, habitualmente se utilizan los servicios de despacho de aduana cuyo costo está alrededor del 1% del valor FOB del embarque. Para gestionar el cobro de la venta las entidades bancaria cobran usualmente el 1% del valor FOB. Los gastos portuarios, independientemente del medio de transporte elegido, oscilan alrededor del 3% del mismo. También deberían considerarse los gastos incurridos en el embalaje, termo contraído y etiquetado. Las cajas que pueden contener entre 180 y 200 sweaters tienen un costo de $ 27,8. El costo de etiquetado normalmente es de $ 0,20 por prenda, pero en este caso se ha considerado de $ 0,30 contemplando las regulaciones impuestas por el gobierno mejicano. El rubro gastos de rediseño se incluye en el caso de que el producto requiera cambios en relación a las eventuales diferencias en los patrones de consumo analizadas anteriormente.

Partiendo de un costo de producción para una prenda estándar de $ 9,33 y suponiendo una utilidad esperada de 50%, el valor FOB se obtiene incluyendo los gastos detallados en el cuadro, los que están expresados como porcentaje del valor FOB[1].

Cuadro N°14

Costos de producción	9.33
Gastos de embalaje	1.6%
Gastos rediseño	0
Utilidad (50%)	50%
Comisión Bancaria	1%
Comisión Despacho	2%
Gastos Portuarios	3%
FOB	22

[1] $FOB = \frac{CP}{1-g-u-c-e}$ donde g son los gastos de rediseño, u son las utilidades, c son los gastos de comisiones bancarias y de despacho y e son los gastos de embalaje y etiquetado. Todos expresados como porcentajes del FOB.

Para el cálculo del valor CIF deben considerarse los gastos por concepto de seguros y el flete que están a cargo del importador. El valor de los mismos se estima, considerando el traslado a Méjico, en 9,5% del valor FOB.

FOB	$ 22.00
Seguro y Flete (9,5%)	$ 2,09
CIF	**$ 24,09**

El precio para el consumidor final para una prenda estándar debe incluir los derechos aduaneros, el margen para el importador y el comercializador (el que se supone en 90% y puede reemplazarse), y el impuesto al valor agregado.

Cuadro N°15

CIF	24.09
Derechos aduaneros (35%)	8.43
Costo al importador	**32.52**
Margen del importador y comercializador (90%)	29.27
IVA (15%)	4.39
Precio Final	**66.18**

Tratados comerciales

Los tratados comerciales ofrecen ventajas arancelarias y no arancelarias a los productos de los países con los cuales están firmados, favoreciendo la competitividad de éstos en relación a los competidores.

Actualmente Méjico pertenece al TLCAN (Tratado de Libre Comercio para América del Norte) que es un tratado de libre comercio cuyo objetivo es la eliminación gradual y recíproca de la totalidad de las barreras al intercambio, manteniendo sus estructuras arancelarias propias respecto a terceras naciones. Por esto Estados Unidos y Canadá se ven beneficiados para ingresar a este mercado con una tasa menor que la tarifa que pagan los productos argentinos. La misma es del 14%.

Por otro lado por el ALADI tiene firmado tratados de comercio con otros países lo que genera preferencias para el ingreso de productos que provienen de estas naciones:

- Chile está excluido de pagar arancel
- Costa Rica está excluido de pagar arancel
- Colombia paga una tarifa del 12,9%/11,5% ad valorem y hay un programa de reducción aranelaria a 10 años (PAR)
- Venezuela (PAR)
- Bolivia paga una tarifa del 5% ad valorem

Esta información también debe considerarse al momento de fijar el precio ya que influye sobre la competitividad de los productos Argentinos en relación a los de otros países.

Cómo comercializar el producto

Los canales de comercialización difieren según los ingresos del segmento apuntado. Como ya se mencionó las grandes empresas abastecen el segmento de altos ingresos y a su vez éstas producen e importan marcas reconocidas internacionalmente. Por esto, para el caso de apuntar a este segmento, es aconsejable contactarse o realizar acuerdos con este tipo de firmas, ya que éstas son reconocidas y conocen el mercado. Difícilmente pueda imponerse una marca desde afuera sin la intermediación de una comercializadora muy reconocida o de una empresa productora que ya haya impuesto una marca e importe.

El segmento de estratos medios y bajos realizan sus compras en tiendas departamentales y de autoservicio, así como en un número importante de tiendas especializadas en ropa. Las empresas también utilizan los mercados, tianguis o la venta directa. El procedimiento para las empresas locales usualmente es el siguiente, la empresa fabricante elabora una muestra, la propone al comprador y si éste la acepta, se negocia el precio; una vez logrado el acuerdo la fábrica o el taller manufactura la prenda. Un problema recurrente en la comercialización, es que un volumen importante de las ventas se realiza en consignación, lo cual plantea a los empresarios condiciones difíciles frente a las comercializadoras y grandes necesidades de efectivo para mantener su operación ya que el ciclo de venta del producto es mucho más largo que el de producción. Por esto se recomienda negociar con un importador que conozca los métodos de comercialización y a las empresas que se encargan de esta tarea.