

5  
29

---

---

# UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

---

---

ESCUELA DE ADMINISTRACION, CONTABILIDAD Y ECONOMIA



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN MEXICO  
SU IMPORTANCIA Y PERSPECTIVAS ECONOMICAS.

---

---

## TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN ECONOMIA  
P R E S E N T A  
CONRADO OJEDA FORTIS  
GUADALAJARA, JALISCO 1986

---

---



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# I N D I C E

	PAG.
INTRODUCCION . . . . .	7
<b>CAPITULO I : ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN MEXICO Y PRINCIPALES FACTORES ECONOMICOS.</b>	
Principales Participantes en la Industria del Calzado. . . . .	11
Clasificación del Calzado de Acuerdo a sus Características Básicas. . . . .	13
Participación de la Producción Industrial en el PIB. . . . .	16
Materias Primas. . . . .	17
Población Económicamente Activa en la Industria del Calzado..22	
Mano de Obra en la Industria del Calzado. . . . .	23
<b>CAPITULO II : IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA Y DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCION, EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN MEXICO.</b>	
Tipos de Tecnología Existente. . . . .	26
Disponibilidad de la Tecnología en los diferentes niveles o tamaños de Planta Industrial. . . . .	28
Sistemas de Producción. . . . .	31
<b>CAPITULO III : EL MERCADO INTERNO Y EXTERNO DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN MEXICO.</b>	
Demanda Nacional de Calzado. . . . .	34
Crecimiento Global de la Demanda Nacional de Calzado.. . . .	36

	PAG.
Oferta Nacional de Calzado . . . . .	40
Distribución Geográfica de las Ventas . . . . .	44
Elasticidad de la Demanda . . . . .	46
Proyecciones de la Demanda. . . . .	48
Canales de Distribución . . . . .	51
Exportaciones. . . . .	53
Volumen, Valor y Participación de las Exportaciones en la Producción Nacional de Calzado . . . . .	55
Sistemas de Comercialización. . . . .	57

**CAPITULO IV : EL MARCO LEGAL Y FINANCIERO DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN MEXICO.**

Organización Institucional. . . . .	60
Control de Precios. . . . .	62
Incentivos Fiscales. . . . .	64
Marco Laboral. . . . .	66

**CAPITULO V : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Conclusiones. . . . .	69
Recomendaciones. . . . .	72

## INTRODUCCION

La industria del calzado es considerada tan antigua como el hombre. Antiguamente, tanto hebreos, romanos, griegos y fenicios, calzaban diferentes tipos de zapatos. En México, la fabricación del calzado (sandalias y huaraches), es una de las actividades mas antiguas que se remontan inclusive a sus primeros pobladores.

En México se tiene conocimiento del uso del calzado desde -- varios siglos antes de la conquista, que para entonces se usaba el "cactli", que en el idioma mexica significa "sandalia" y era fabricado con piel curtida, ixtle o henequén y se componían de una o mas suelas que se sujetaban a la planta del pie.

En época del virreynato, empieza a tomar auge esta artesanía por las necesidades existentes de calzar a la gente que había venido a establecerse en la Nueva España, esto trajo consigo la necesidad de traer de España maestros zapateros, cuyo objetivo fue satisfacer la demanda de calzado existente.

Fue así que empezó a considerarse como una industria organizada, que aunque conservaba todas las peculiaridades de una artesanía organizada, procuraba por lo menos producir cantidades mayores incrementando de esta manera la organización de su fabricación.

La primera fábrica que funcionó en México fue la Excelsior, fundada en 1900, posteriormente en 1904, La United, La Hispano y en León

en 1918, Los Tres Caballeros; ya en los años 30, La Victoria, Domit, --- G.B.H. En los años 40, nace Calzado Canadá, reconocida mundialmente como la mas importante en México y Latino América.

No obstante, en esta industria se presentaron una serie de - obstáculos, entre los cuales destacan la falta de preparación de la gente, la tecnología adecuada, el capital y el mas importante, la falta de consumo por las cluses altas, ya que estaba acostumbrada a calzar únicamente aquellos zapatos que eran importados de Europa, esto frenaba grandemente las pretensiones que se tuvieron en esa época de impulsar a la industria del calzado. No fue sino hasta principios de este siglo, cuando empiezan a establecerse fábricas y talleres organizados con una mayor visión de industrialización y proyección, los principales sitios donde se establecieron fueron las ciudades de León, Guadalajara y México, D.F.

Esta industria ha crecido de tal manera que ha llegado a saturar el mercado interno y ha pasado en ciertos casos del taller artesanal a una industria progresista, obteniendo con esto una importancia socioeconómica que le da el hecho de ser una de las industrias con mayor - capacitación de mano de obra en todo el país.

Sobresalen en esta industria algunos países, ya sea por volumenes de producción o bien por su calidad. Entre los que han sobresalido por esta última y por su actualización en cuanto a moda se refiere destacan Francia e Italia. En tanto que a volumenes producidos sobresalen

E.U.A., Alemania, España y otros países orientales entre otros.

Actualmente la industria del calzado ha sido relegada a un segundo término en los países industrializados los cuales han logrado un alto desarrollo, ya que la mano de obra tiene un precio mucho más alto que en otros países, por lo cual se ha hecho incostenble la utilización de ésta en dicha industria que requiere de grandes cantidades de ella, canalizándose su utilización a aquellas industrias que tienen un mayor margen de utilidad con una menor utilización de ésta. Esto ha provocado que en los países en vías de desarrollo, donde la mano de obra tiene un precio mas accesible, es ta industria ha adquirido una mayor importancia lo cual les ha facilitado su penetración y competencia en el mercado internacional.

México posee una considerable capacidad productiva y un mercado propio para la exportación, lo cual trae consigo una serie de beneficios económicos tanto para el exportador como para la economía del país.

## CAPITULO I

ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN  
MEXICO Y PRINCIPALES FACTORES ECONOMICOS.



## PRINCIPALES PARTICIPANTES EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO

En la actualidad están divididos en tres grupos los participantes dentro de la industria del calzado; proveedores, productores y -- comerciantes.

Dentro de los proveedores cabe destacar la industria de la -- curtiduría, que es la que surto de pieles a los fabricantes, materia -- prima indispensable para la elaboración del zapato. Entre las principa-- les pieles destacan la del ganado bovino, caprino, porcino y ovino, ade-- más de otras pieles también utilizadas, procedentes de otros animales.

Entre otros proveedores tenemos a los que producen los mate-- riales sintéticos que día a día han incrementado su importancia en el -- mercado zapatero. Dentro de estos materiales están las telas, hules y pe-- gamentos como mas importantes, además de otros.

También existen los proveedores de cierres, hebillas y herra-- jes, además de los que suministran maderas, cartón y pinturas.

Como último tenemos a los proveedores que incluyen a los fa-- bricantes de maquinaria para la industria del calzado.

Respecto a la clasificación de productores tenemos a los fa-- bricantes de zapato para hombre, los fabricantes de zapato para mujer,--

fabricantes de zapato para niño y fabricantes de zapato tenis.

Estos a su vez se clasifican en cuatro niveles de fabricantes de calzado según su sistema de producción y tecnología utilizada.

- Fábricas altamente mecanizadas
- Fábricas medianamente mecanizadas
- Talleres familiares
- Productores artesanales

Por último tenemos al grupo de los comercializadores dentro de la industria del calzado, los cuales están representados por las zapaterías independientes, las cadenas de zapaterías, tiendas departamentales, mercados y tiendas de autoservicio.

## CLASIFICACION DEL CALZADO DE ACUERDO A SUS CARACTERISTICAS BASICAS

El calzado se puede clasificar de acuerdo a sus características básicas según:

Su género	Hombre Mujer Niño
Su material	De piel Mixto Sintético
Su construcción	Zapato Bota Sandalia - Huarache Pantunfla
Nivel de calidad	Fino - Nivel superior Entrefino - Nivel mediano Económico - Nivel bajo

Debido a la diversidad de calzado tanto para caballero, dama, jóvenes, señoritas y niños, se simplifica esta clasificación en tres grupos muy generales que son Mujeres, Hombres y Niños.

En cuanto a calidad se refiere, predomina el calzado de piel sobre el sintético debido a la transpiración, aislamiento y comodidad, - características que no han podido mejorar en el calzado sintético.

El calzado sintético puede ser de hule, de tela, lona o plástico, los principales elementos que forman el zapato son: el corte, planta, suela y tacón.

EL CORTE.- Esta compuesto de varias piezas que difieren según el tipo y estilo de zapato. El corte puede ser de piel, de tela, de lona, de plástico o de algún otro material sintético.

LA PLANTA.- Es la pieza de cuero, cartón o material sintético que sirve de base para el montado.

LA SUELA.- Es la pieza de cuero, hule o plástico que está en contacto directo con el suelo y en la que descansa el pie.

EL TACÓN.- Es la pieza de cuero, plástico, madera o corcho sobre la que descansa la zona del talón y está en contacto con el suelo.

La bota es un tipo de zapato cuyo corte cubre parte de las piernas y se fabrica normalmente en cuero, aunque actualmente también se fabrica en plástico.

La sandalia es un zapato ligero para dama fabricado de piel y de materiales sintéticos.

La pantunfla es un zapato de descanso que también es fabrica

do en piel o en materiales sintéticos.

Un zapato es considerado de mayor calidad cuanto más alto sea su contenido de piel.

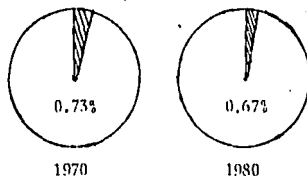
PARTICIPACION DE LA PRODUCCION INDUSTRIAL  
DEL CALZADO EN EL PIB

La participación de la rama dentro del PIB de la economía, ha ido decreciendo, ya que para el período 1970-1980 el PIB se desarrolló a un ritmo del 5.6% en promedio anual, mientras que el de la rama fue de 4.8% anual. Esta disminución se refleja en la pérdida de la participación de la rama al pasar de 0.73% en 1970 a 0.67% en 1980.

El PIB de la industria del calzado creció a un ritmo de 5.4% en promedio anual durante los sesentas y disminuyó a 4.8% anual durante la década siguiente. Por otra parte, la industria de curtiduría, se desarrolló a una tasa de 5.9% anual durante los sesentas, mientras que en los setentas se mantuvo prácticamente sin cambio al incrementarse sólo el 6% en promedio anual.

Respecto al sector manufacturero, la rama mostró poco cambio. Dentro del período 1970-1980, el PIB de la rama como se vio antes, creció a una tasa del 4.8%, mientras que el de la industria manufacturera fue del 6%. En este mismo lapso 1970-1980, su participación disminuyó de 3.2% a 2.7%. (1)

PIB   
RAMA 



(1) S.P.P. Escenarios Económicos de México. México, D.F. 81-85, pag.385

## MATERIAS PRIMAS

La fabricación de calzado ha requerido de una variedad de materias primas. Como principales tenemos a la piel y productos sintéticos, además de otros insumos como: adhesivos, pegamentos, hilos y agujetas, que son menos importantes pero no dejan de ser indispensables para la fabricación del zapato, así como también determinantes en la calidad del mismo.

**PIELES.** En cuanto a la disponibilidad de pieles, existen varias especies de animales que proveen su piel para la producción de cueros. De estas especies no todas se encuentran disponibles en México, las cuales es posible la importación de sus pieles a precios altos. Esta importación sólo es permitida por el gobierno una vez agotada la producción nacional.

La disponibilidad de pieles en México está casi en su totalidad representada por mamíferos. El ganado vacuno representa un 80% de la producción de cueros utilizados en la industria; el 15% proviene del ganado caprino; el 4% esta representado por ganado ovino, equino y porcino; y el 1% restante lo constituyen otras especies.

Sobre la calidad de las pieles, la buena calidad de ésta depende del tipo de animal, el lugar donde es sacrificado y de las condiciones de trabajo.

Se calcula que el ganadero pierde un 31% de su utilidad debido a la falta de precaución en el manejo y cuidado de los animales. Por esto pues, el ganadero está incapacitado para obtener pieles de primera calidad en cantidades suficientes. Una vez agotada esta producción interna, el fabricante de calzado se ve en la necesidad de recurrir al mercado externo donde la calidad de los cueros importados es siempre superior a la de los cueros nacionales, debido a que el animal extranjero es de mejor calidad, su piel presenta menos cicatrices, raspaduras e irregularidades, por lo tanto, sufre menos desperdicios gracias a mejores sistemas de mercado, protección, alimentación y cuidados veterinarios que reducen las enfermedades.

El precio de los cueros es controlado por los intermediarios, quienes no reducen los precios cuando estos bajan en el extranjero. La dificultad que presenta el gobierno para el control de los precios, es debido a la extensa gama de productos y calidades de los mismos.

**MATERIALES SINTETICOS.** La utilización de materiales sintéticos en el zapato ha venido incrementándose de manera notable, esto se debe principalmente a tres causas:

Primero: Por ser un sustituto de los materiales naturales, además de su bajo costo de fabricación.

Segundo: Tiene aplicación a usos nuevos.

Tercero: La producción de los sintéticos ha venido creciendo



juntamente con su demanda.

Recientemente se han elaborado numerosos desarrollos en el campo de los materiales sintéticos, que ha venido ha resolver parcialmente el problema de la escasez de pieles y madera en el alza desmedida de los precios.

En cuanto a la disponibilidad de material sintético para la industria del calzado, existen en México, excepto algunos cuya importación resulta difícil debido a las barreras arancelarias a que están su jectos.

El problema de la disponibilidad de material sintético está en que los proveedores desarrollen nuevos productos capaces de competir en el mercado internacional.

Considerando que los materiales sintéticos se elaboran con productos derivados del petróleo, su abastecimiento en el país no debería presentar mayor problema, excepto en el caso de algunos insumos im portados.

## CALIDAD DE LOS CUEROS POR ZONAS

## CARACTERISTICAS

## ZONA 1

Chihuahua, Sonora y  
parte de Zacatecas

Mejor zona productora de piel debido a que ésta no tiene garrapata; el ganado es criado para producir carne, presenta pocos rayones debido a que se estabula antes de entrar al rastro.

## ZONA 2

Sinaloa, Nuevo León y  
Tamaulipas

Presenta algunas características de la zona 1, pero con mayores defectos.

## ZONA 3

Jalisco

Se caracterizan por ser delgadas y con bastantes rayones causados por espinas.

## ZONA 4

Veracruz

Se caracterizan por tener muchas garrapatas. Existe gran cantidad de ganado cebú.

## ZONA 5

Tabasco

Se caracteriza por tener una zona muy buena y otra muy mala; por lo general de esta última se generan cueros con bastantes lacras.

## ZONA 6

Guanajuato, Michoacán

No existe ganado dedicado a la engorda, las reses sacrificadas son por lo general viejas y con defectos. Esta zona no produce regularmente piclos de calidad.

FUENTE: CIATEG, A.C.

## POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO

La gente ocupada hasta 1984 en la industria del calzado en México es aproximadamente de 1.5 millones de personas, este total de gente está distribuida en 1,300 zapaterías, 7,000 fábricas y 2,000 empresas proveedoras.

Del total de personal ocupado en fabricación de calzado, un 75% está dedicado a la producción de zapato de cuero, un 20% a zapato tenis y un 5% a la fabricación de huarache y sandalia.

El Distrito Federal, Guanajuato y Jalisco cuentan con la mayor concentración de personal ocupado en la manufactura de calzado.

En cuanto a fabricación de calzado de cuero el Distrito Federal ocupaba hasta 1980 un 15%, Guanajuato ocupaba un 45% y Jalisco un 36%.

Respecto al calzado tenis, el Distrito Federal ocupaba un 34% de la fuerza laboral y los municipios aledaños al D.F. agrupaban a un 50% del total de obreros.

El estado de Jalisco reúne a un 45% del personal empleado en la producción de huarache y sandalia.

## MANO DE OBRA EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO

La mano de obra tiene singular importancia dentro de la industria zapatera debido al alto grado de especialización que requiere.

Dentro de los departamentos del sistema de producción, se encuentra el de corte y el de pespunte, que por su complicada operación requiere de personal altamente especializado.

En los departamentos restantes, montado y avío, ensuelado, acabado y adorno, disminuyen las exigencias en cuanto al grado de especialización.

Cabe mencionar por su importancia, que dentro del costo de fabricación, la mano de obra representa entre 20 y 25% del costo total.

En su mayoría, los obreros de esta industria, son remunerados mediante el sistema de destajo, lo cual incrementa la producción debido a que los obreros tratan de obtener mayores retribuciones.

Un gran porcentaje de obreros de esta industria, son zapateros por tradición, es decir, que sus antepasados fueron zapateros y ellos desde pequeños se familiarizaron con esta industria.

Actualmente la industria del calzado está sufriendo una etapa de escasez de personal capacitado para los diferentes tipos de actividades, por lo que distintos organismos involucrados en la industria - están dando apoyo para la capacitación de personal, creando institutos de capacitación.

Debido al déficit existente en cuanto a obreros y supervisores, las empresas recurren al pirateo, que no es otra cosa más que el ofrecimiento de mejores salarios y prestaciones a trabajadores de otras empresas para llevarlos a las suyas.

Aunque existen lugares de capacitación para los obreros de la industria del calzado, estos no han sido suficientes para los requerimientos de la demanda de mano de obra.

## CAPITULO II

IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA Y DE LOS SISTEMAS  
DE PRODUCCION, EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN  
MEXICO.

## TIPOS DE TECNOLOGIA EXISTENTE

La industria del calzado en México se distingue por tener cuatro niveles tecnológicos de producción: el artesanal, los talleres familiares, las empresas medianamente mecanizadas y las altamente mecanizadas.

El nivel artesanal, produce huaraches con herramientas rudimentarias y baja calidad en el material utilizado en su fabricación.

En los talleres familiares, existe un mayor grado de tecnificación. Se empieza a utilizar algunas máquinas y cuenta con los elementos mínimos para la producción del calzado. Los obreros en ocasiones aportan su propia herramienta.

En el nivel medianamente mecanizado, se caracteriza por el uso creciente de maquinaria, existiendo aún, gran cantidad de mano de obra en el proceso productivo.

El nivel altamente mecanizado se distingue por un alto nivel tecnológico, dada su alta capacidad de producción, maquinaria utilizada (en su mayoría importada), producción en serie, mano de obra altamente calificada, uniformidad de calidad en diseño y construcción, esta última característica es indispensable para cumplir con las necesidades



tanto del mercado nacional como en el internacional. La existencia de maquinaria extranjera en la industria ha ido propiciando el desarrollo de una industria productora de bienes de capital mexicano, que complementa y en algunos casos sustituye a la importada, con excepción de -- equipo estratégico que aún resulta indispensable de importar.

Cabe hacer mención que en Italia se encuentra la tecnología más avanzada del mundo. En México, tanto productores de calzado de piel como curtidores, se basan en la tecnología europea, mientras que para el zapato sintético, se encuentra altamente calificada la tecnología -- alemana y la norteamericana.

DISPONIBILIDAD DE LA TECNOLOGIA EN LOS DIFERENTES NIVELES  
O TAMAÑOS DE PLANTA INDUSTRIAL

Los niveles artesanal y de talleres familiares, utilizan -- gran cantidad de mano de obra no calificada, recurso que es abundante - en México.

En los niveles mediana y altamente mecanizados, se puede observar una automatización en los sistemas de producción; la tecnología utilizada en este tipo de empresa, tiene cierto grado de disponibilidad, ya que parte de la maquinaria es fabricada en México.

En cuanto a la mano de obra en este nivel, la disponibili--dad va decreciendo, esto debido a la especialización que se requiere para el manejo de las máquinas.

Respecto a la maquinaria extranjera, existe cierta disponi--bilidad, ya que hay compañías que tienen sus representantes en México, o bien, están dedicadas a la importación de ésta.

Aún teniendo los fabricantes la oportunidad de adquirir ma--quinaria de mejor calidad y tecnología, estos en su mayoría se caracte--rizan por tener maquinaria obsoleta y de bajo rendimiento. Los productores que cuentan con este tipo anticuado, piensan que por ahorrarse dinero al invertir en maquinaria, compran lo más barato aunque a largo pla--

zo les cueste mas su decisión al tener que incurrir en gastos de mantenimiento o en una baja en la producción.

NIVEL TECNOLÓGICO DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO

NIVEL TECNOLÓGICO	PRODUCCION DIARIA (PARES)	NO. OBREROS	GRADO DE MECANIZACION	% RESPECTO AL UNIVERSO
ARTESANAL	1 - 100	1 - 20	0 - 20%	17%
TALLERES FAMILIARES	100 - 500	20 - 50	20 - 40%	29%
MEDIANAMENTE MECANIZADO	500 - 1000	50 - 100	40 - 70%	26%
ALTAMENTE MECANIZADO	Más de 1000	Más de 100	70 - 90%	28%

FUENTE: CICEJ, A.C.

## SISTEMAS DE PRODUCCION

La producción de calzado se lleva a cabo por pedidos que hacen los distribuidores y comerciantes de calzado al fabricante. Es raro el productor que fabrica para mantener inventarios.

El fabricante desarrolla sus modelos con base en el trabajo de su departamento de diseño, con lo observado en revistas especializadas, o con la asistencia a ferias o exposiciones internacionales. Una vez decidido el modelo que se quiere fabricar, se presentan las muestras a los clientes para integrar los pedidos que a su vez se convierten en las órdenes de trabajo que inician el proceso de fabricación.

La producción se realiza por medio de lotes en los que se especifica número de pares, estilo, tipo de piel, color, suela, tacón, horma y los tamaños que se deben fabricar.

En resumen, el proceso de fabricación de calzado es en el orden siguiente:

- Corte
- Pespunte
- Montado o avío
- Ensuelado
- Acabado
- Adornio

**CORTE:** Se elige el material necesario para la orden, posteriormente se recortan y preparan las diferentes partes que integran el empeine del calzado, rebajando y limpiando la piel que sea necesaria.

**PESPUNTE:** Ya cortadas las piezas, se juntan, se cosen y se hacen los adornos.

**MONTADO O AVIO:** Se recortan, preparan las suelas y tacones del calzado y se coloca el empeine sobre la horma.

**ENSUELADO:** Esto consiste en la unión de la suela y el corte.

**ACABADO:** En este se eliminan las arrugas de la piel mediante diferentes procedimientos; se pintan, se enceran, se realiza el emplantilla do y se limpian las diferentes partes del calzado.

**ADORNO:** Aquí ya se trata el zapato para su presentación final, detallando, poniéndole agujetas, artículos de bisutería que se pegan o cosen sobre el empeine.

### CAPITULO III

EL MERCADO INTERNO Y EXTERNO DE LA INDUSTRIA  
DEL CALZADO EN MEXICO.

## DEMANDA NACIONAL DE CALZADO

Durante el período 1970 - 1979, la demanda de calzado se desarrolló a un ritmo similar al de la oferta. En 1977, la demanda se contrajo en 9% en relación al año anterior debido a la depresión económica suscitada en el país. Mas adelante lo que fue de 1978 a 1981, la producción de calzado fue tal, que además de satisfacer a la demanda interna, se generaron excedentes exportables.

De 1982 - 1984 se observa una contracción en la demanda interna, ésta debido a la clara disminución del poder de compra de la población. Ya que a principios de 1981 el poder adquisitivo de los salarios mínimos, estaba 35 puntos arriba respecto a 1971, y para enero de 1983, 15 puntos arriba respecto al mismo 1971 y a noviembre de 1984 se ubicaba a 30 puntos abajo respecto al mismo año. (1)

Tanto la iniciativa privada como el sector público se han enfrentado a esta disminución del poder adquisitivo y no se han podido reducir las presiones inflacionarias; como consecuencia, el poder de compra de la moneda ha quedado a la zaga en relación al incremento real de los precios. Estos datos revelan la magnitud de la crisis, no sólo del sector del calzado, sino de la economía en general.

(1) Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP)



La demanda de calzado varía durante el año según la época; estas variaciones se relacionan directamente con la temporada de lluvias, días de navidad, día de las madres y el inicio del curso escolar.

En los meses de marzo, abril y mayo hay un aumento en la -- producción, para cubrir la demanda que se presenta en el mes de mayo con motivo de las fiestas del mes. Durante los meses de junio, julio y agosto que es la época de lluvias, la demanda baja. Los puntos más altos en los meses de octubre y noviembre, es cuando los productores reciben todos los pedidos de zapatos que van a ser vendidos en diciembre. En enero, la demanda descende hasta su nivel más bajo para mantenerse así los primeros meses del año.

#### ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS

CONCEPTO	CONSUMIDOR FINAL %	TIENDA %	FABRICANTE %
FIN DE AÑO Y AÑO NUEVO	35	36.5	33
CAMBIO DE TEMPORADA	26	32.6	27
INICIO DE CLASES	8	10.3	6
VACACIONES	15	6.3	13
INCREMENTOS SALARIALES	2		
FIESTAS	14	14.3	10
DEMANDA SINDICAL			5
ESTRATEGIA COMERCIAL			6

FUENTE: CIATEG, A.C.

## CRECIMIENTO GLOBAL DE LA DEMANDA NACIONAL DE CALZADO

El calzado como artículo de primera necesidad, su demanda va en relación directa con el crecimiento demográfico y la estructura de la población.

México en 1980 tenía aproximadamente 69.3 millones de habitantes, de los cuales cerca de un 85% utilizaba algún tipo de calzado, siendo aproximadamente un 83% y un 87% de hombres y mujeres respectivamente los que usan zapatos.

Para 1984, según cifras del último censo, México contaba con 76.5 millones de gentes, si se asume que el porcentaje de población que usa calzado se mantiene estable, se tiene en la actualidad 7 millones de consumidores adicionales a los que había en 1980.

Después de haber contado en México con un consumo per cápita de 3.22 pares de zapatos durante el quinquenio 1975-1980, este consumo se redujo a 2.1 pares en 1984.

CONSUMO NACIONAL DE CALZADO  
(MILLONES DE PARES)

AÑO	PRODUCCION	EXPORTACION	%	IMPORTACION	CONSUMO NAL. APARENTE	%	CONSUMO PERCAPITA
1970	100.7	1.2	1.19	0.4	99.9	99.2	-
1975	195.5	1.7	8.6	0.4	194.2	99.3	-
1980	214.0	3.3	1.5	0.7	211.4	98.7	-
1981	225.0	2.3	1.0	0.5	223.2	99.2	3.1
1982	190.0	1.3	6.8	-	188.7	99.3	2.5
1983	175.0	0.9	5.1	-	174.1	99.4	2.3
1984	165.0	4.0	2.4	-	161.0	97.5	2.1

FUENTE: CIATEG, A.C.

POBLACION USUARIA DE CALZADO

AÑO	POBLACION TOTAL	POBLACION DESCALZA	%	POBLACION HUARACHE	%	POBLACION NO ZAPATO	%	POBLACION USUARIA	%
1960	33'778,942	4'828,177	14.3	7'912,170	23.4	12'740,347	37.7	21'038,595	62.3
1970	46'556,605	3'176,219	6.8	6'094,392	13.1	9'270,611	19.9	37'285,994	80.1
1975	59'130,000	3'725,400	6.3	6'918,600	11.7	10'644,000	18.0	48'486,000	82.0
1978	66'145,000	3'373,920	5.1	5'998,080	9.1	9'372,000	14.2	56'773,000	85.8
1980	67'395,000	2'804,760	4.0	4'986,240	7.3	7'791,000	11.3	59'604,800	88.5
1982	71'094,728	1'791,051	2.5	3'184,090	4.5	4'975,141	7.0	66'119,587	93.0
1985	76'998,988	1'258,370	1.5	2'142,630	2.5	3'401,000	4.0	73'597,988	96.0

FUENTE: CIATEG, A.C.

PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR FINAL DE CALZADO  
RESPECTO A SUS CARACTERISTICAS

---

CONCEPTO	HOMBRES (%)	MUJERES (%)
MODA	26.0	32.0
PRECIO	32.9	32.6
COMODIDAD	25.3	25.7
MATERIALES NATURALES	15.8	9.7
TOTAL	100.0	100.0

---

FUENTE: CIATEG, A.C.

## OFERTA NACIONAL DE CALZADO

La producción de calzado se vino incrementando a una tasa del 2.8% promedio anual durante los años 1975-1981, alcanzando para 1981 una producción total de 225 millones de pares. Es hasta el año de 1982 cuando empieza la crisis en la economía de este sector. La producción de calzado disminuye alrededor de un 20%, debido por un lado al incremento en costos, causado por la devaluación del peso --- frente al dólar en 1982, ya que en México se ve la necesidad de importar un 50% de cuero utilizado en la industria; y por otro lado está - en la contracción en la demanda, provocada ésta por el desproporcio--nal aumento de los salarios con respecto a los precios.

Los fabricantes de calzado se han tenido que enfrentar a - continuas devaluaciones; las cuales no han hecho otra cosa más que en carecer el principal insumo en la industria zapatera.

El calzado de cuero ha sido sustituido por el calzado mixto o sintético debido a los problemas indicados. El material sintético - se ha usado grandemente en el calzado de dama debido a los requeri---mientos de la moda, así como en el calzado deportivo.

En cuanto a la moda, los productores procuran estar al día, mediante consultas a revistas expertas en la materia, así como la rea

lización de viajes a las exposiciones o ferias internacionales, tanto de calzado como de prendas de calzado, decoración, etc., obteniéndose de esta manera las últimas tendencias en la moda para introducirlas - al mercado nacional.

Los productores de calzado de cuero se han ido especializando en un sólo tipo de calzado, a pesar de que la tecnología utilizada en la producción de estos zapatos es similar, el fabricante debe es--tar consciente de las tendencias y las inovaciones tecnológicas particulares de la elaboración de cada tipo de calzado.

De este modo con una especialización en un tipo de calzado, se ha logrado una mejora en la productividad.

**PRODUCCION NACIONAL DE CALZADO**  
(MILLONES DE PARES)

AÑO	PRODUCCION	VARIACION ABSOLUTA	ANUAL RELATIVA %
1976	210	14.7	7.5
1977	191	19.0	9.0
1978	205	14.0	7.3
1979	210	5.0	2.4
1980	214	4.0	1.9
1981	225	11.0	5.1
1982	190	35.0	15.5
1983	175	15.0	7.8
1984	165	10.0	5.7

FUENTE: CIATEG, A.C.



PRODUCCION DE CALZADO POR ENTIDADES FEDERATIVAS  
(MILLONES DE PARES)

ESTADOS	% DE LA PRODUCCION	PARES PRODUCIDOS
GUANAJUATO	39	64,350
JALISCO	27	44,550
MEXICO	24	39,600
RESTO DEL PAIS	10	16,500
	100	165,000

FUENTE: CIATEG, A.C. (1984)

PRODUCCION DE CALZADO RESPECTO AL SEXO Y TIPO  
(MILLONES DE PARES)

AÑO	HOMBRE	MUJER	NIÑO	NIÑA	BEBE
1980	61,204	70,192	30,388	30,602	21,400
1981	64,350	73,800	31,950	32,175	22,500
1982	54,340	62,320	26,980	27,170	19,000
1983	50,050	57,400	24,850	25,025	17,500
1984	47,190	54,120	23,430	23,595	16,500

FUENTE: CIATEG, A.C.

## DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LAS VENTAS

Para la obtención de estos datos se tomó en consideración única mente a las tres ciudades mas importantes en cuanto a producción de calzado se refiere, que son: León, Guadalajara y la Cí. de México.

De acuerdo a la información recabada, León vende un 39% de su producción a la ciudad de México, un 10% a Guadalajara, el 24% en su pro pia entidad y el porcentaje sobrante al resto de la República.

Por su parte Guadalajara tiene como principales compradores a la ciudad de México y su propia entidad, con ventas de un 21% del total de su producción.

Mientras tanto la ciudad de México, tiene como principal compra dor a la misma capital, la cual retiene un 54% de sus ventas teniendo a la ciudad de León y Guadalajara con un 10 y 13.5% del total de las ventas.

ORIGEN \ DESTINO	LEON	GUADALAJARA	MEXICO	OTROS	TOTAL
LEON	23.8	10.3	39.0	26.9	100.0
GUADALAJARA	3.2	21.5	32.1	43.2	100.0
MEXICO	10.0	13.5	54.1	22.4	100.0

FUENTE: CIATEG, A.C.

## DESTINO DE LA PRODUCCION DE CALZADO

ZONA	ENTIDAD FEDERATIVA	% CONSUMO ENTIDAD	% CONSUMO ZONA
VALLE DE MEXICO	DISTRITO FEDERAL	23.54	29.01
	EDO. DE MEXICO	5.47	
PACIFICO	COLIMA	0.48	21.91
	JALISCO	13.82	
	NAYARIT	0.70	
	SINALOA	1.82	
	SONORA	3.43	
	BAJA CALIFORNIA	1.66	
NORTE	AGUASCALIENTES	1.21	19.31
	SAN LUIS POTOSI	1.18	
	TAMAULIPAS	2.84	
	HUEVO LEON	7.39	
	COAHUILA	2.68	
	CHIHUAHUA	2.19	
	DURANGO	0.86	
	ZACATECAS	0.96	
CENTRO	GUANAJUATO	7.80	17.70
	NICHOACAN	3.48	
	QUERETARO	1.34	
	HIDALGO	0.96	
	VERACRUZ	3.64	
	TLAXCALA	0.48	
SUR	PUEBLA	6.63	12.07
	MORELOS	1.18	
	TABASCO	1.00	
	YUCATAN	0.54	
	CHIAPAS	0.80	
	OAXACA	0.96	
	GUERRERO	0.64	
	QUINTANA ROO	0.21	
	CAMPECHE	0.11	

FUENTE: CIATEG, A.C.

## ELASTICIDAD DE LA DEMANDA

La elasticidad de la demanda se determinó con los datos de producción y ventas. Como la elasticidad determina el porcentaje de cambio de una variable con respecto al porcentaje de cambio de otra variable, se puede describir también como razón de cambio en logaritmos de la siguiente manera: (2)

$$E = \frac{\text{LOG. PROD.}}{\text{LOG. VTAS.}}$$

AÑO	PRODUCCION MILL./PARES	LOGARITMO	VENTAS MILL./PESOS	LOGARITMO	E
1982	190	2.27	81,000	4.9	-
1983	175	2.24	126,000	5.1	0.15
1984	165	2.21	162,000	5.2	0.30

De acuerdo a los coeficientes de elasticidad obtenidos —menores que la unidad— se trata de un bien de primera necesidad. El incremento de 0.15 a 0.30 indica que la curva de demanda se ha hecho más sensible a cambios en el precio —menos inelástica—.

(2) Samuel C. Webb: Economía de la Empresa, Ed. Limusa México, D.F. 1979

Todo esto refleja como el consumidor se ha visto en la necesidad de reducir su consumo per cápita de calzado, debido al incremento - desmesurado de los precios.

## PROYECCIONES DE LA DEMANDA

El comportamiento histórico de la industria del calzado en México hasta la década de los sesentas, había mantenido una tendencia lineal creciente. Ya a principios de los ochentas esta tendencia muestra un claro descenso; esto debido al desequilibrio económico del país, provocando inflación galopante y la constante devaluación del peso. Este último factor abrió el camino en el comercio exterior para los productos manufacturados en México, situación que el empresario mexicano, no supo aprovechar por falta de visión ante estas situaciones, sumando todo esto a la incertidumbre que imperaba en los inversionistas por el cambio de gobierno (82-88), trajo consigo una fuerte contracción en la oferta.

BIM	81	82	83	84	85*
1	28	23	21	17	14.1
2	33	32	28	25	18.9
3	36	33	24	23	18.5
4	39	29	30	25	19.7
5	32	23	24	25	16.6
6	<u>34</u>	<u>31</u>	<u>30</u>	<u>24</u>	<u>21.0</u>
	202	171	157	149	109.0

\* Pronosticado

AÑO	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
81	202	0	0	0
82	171	1	1	171
83	157	2	4	314
84	149	3	9	447
	<u>679</u>	<u>6</u>	<u>14</u>	<u>932</u>

$$\textcircled{1} \quad \sum y - na - b \sum x = 0$$

$$\textcircled{2} \quad \sum xy - a \sum x - b \sum x^2 = 0$$

$$\textcircled{1} \quad 679 - 4a - 6b = 0$$

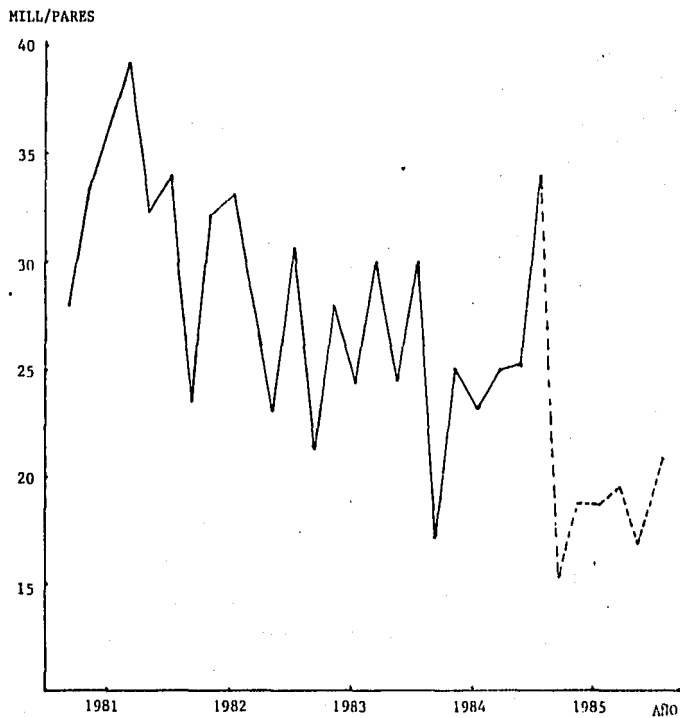
$$\textcircled{2} \quad 932 - 6a - 14b = 0$$

$$Y = 195.7 - 17.3x$$

$$Y_{1985} = 195.7 - 17.3(5)$$

$$\bar{Y}_{1985} = 109 \text{ millones de pares}$$

## COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DE CALZADO





## CAVALES DE DISTRIBUCION

Los canales de distribución son los medios de que se vale la empresa para repartir de una manera completa y eficaz sus productos, para que de esta lleguen con facilidad al consumidor. Dentro de la industria - del calzado se encuentran diversos canales de distribución como son:

- Zapaterías independientes
- Cadenas de zapaterías
- Tiendas departamentales
- Tiendas de autoservicio
- Mercados

### CARACTERISTICAS DE CADA TIPO DE CANAL

**ZAPATERIAS INDEPENDIENTES.**- Estas venden todo tipo de calzado, o bien, se especializan en determinado calzado, por ejemplo, zapato para caballero. Este tipo de zapaterías son las que cuentan con mayor participación del mercado del calzado. En ocasiones, algunas zapaterías independientes contratan a un productor del calzado y le compran toda su producción. Existe el otro lado, donde otras zapaterías independientes más pequeñas que compran a varios productores para así contar con diversos tipos de calzado.

**CADENAS DE ZAPATERIAS.**- Estas tienen por lo general sucursales en varias partes de la república. Las cadenas de zapaterías se finan-

cían del productor, ya que le pagan a 60 días y ellos realizan sus ventas al contado. Las cadenas compran por lo general volúmenes, lo cual les permite obtener precios de mayoreo.

**TIENDAS DEPARTAMENTALES.-** Estas obtienen su producto por medio de su jefe de compras especializado por departamento. El tipo de calzado que aquí se vende, es el zapato fino. Por lo general, se pide al productor que le ponga el nombre de la tienda al calzado y a su empaque.

**TIENDAS DE AUTOSERVICIO.-** Compran calzado a todo tipo de productores por medio del jefe de compras que se especializa por departamento. Este tipo de tiendas se caracterizan por vender calzado económico. Muchas veces por no tener problema de almacenamiento, el zapato viene en -- bolsas de plástico y no en caja de cartón.

**MERCADOS.-** Estos compran zapato que les fue devuelto a los productores por zapaterías independientes o tiendas departamentales por tener fallas mínimas y no pasa su control de calidad. Estos productos son vendidos como saldos a mercados, llegando así a los consumidores a precios más bajos que en otras tiendas, presentándose en ocasiones al 50% por debajo del precio promedio.

## EXPORTACIONES

México debido a su localización geográfica son grandes sus posibilidades de incrementar su participación en el mercado, e incrementar las divisas, ya que teniendo como vecinos a E.U.A. y Canada, se facilita aún más el aumento de exportaciones. Estos países se distinguen por ser unos de los más grandes importadores de calzado en el mundo.

De acuerdo al volumen de calzado exportado e importado sobresalen por su importancia los siguientes países:

EXPORTADORES	IMPORTADORES
TAIWAN	U.S.A.
ITALIA	R.F.A.
COREA DEL SUR	FRANCIA
HONG KONG	U.R.S.S.
CHINA	JAPON
ESPAÑA	CANADA

México exporta diferentes tipos de calzado, distinguiéndose -- por su mayor porcentaje el calzado hecho de cuero, es decir, calzado fino

tanto de dama como de caballero.

México se ha caracterizado por ser un fuerte exportador de botas vaqueras, las cuales, debido a su alta calidad y diseño, cumple con las normas establecidas en el mercado internacional.

El mercado del zapato sintético, esta practicamente manejado -- por los países asiáticos, los cuales cuentan con una ventaja comparativa -- sustancial, ya que su mano de obra resulta muy barata y el gobierno subsidia el abastecimiento de materias primas sintéticas.

En años anteriores, hasta 1979, hubo importantes movimientos de exportación, la oferta fue cubierta por el incremento en la demanda interna hasta principios de 1981 y posteriormente se tuvo la ilusión de que había una pronta recuperación. Pero la realidad fue que se agudizó aún más el problema en el sector.

VOLUMEN, VALOR Y PARTICIPACION DE LAS EXPORTACIONES EN  
LA PRODUCCION NACIONAL DE CALZADO.

Las exportaciones de calzado mexicano se habían venido incrementando a una tasa promedio de 11% anual durante la década de los setentas, hasta lograr en 1980 un volumen en sus exportaciones de 3.2 millones de pares equivalente aproximadamente a un 1.4% de la producción total.

En 1981 empieza el descenso en las exportaciones con un total exportado de 2.3 millones de pares, un millón menos que el anterior, los dos años siguientes se registra una exportación de 1.3 y 0.9 millones de pares respectivamente. No es sino hasta 1984 cuando se refleja una notable recuperación al alcanzar un volumen exportado de 4.0 millones de pares. Esta recuperación debido a la fuerte contracción de la demanda interna registrada durante ese año; motivo por el cual, el productor se vió en la necesidad de incrementar sus exportaciones, o de otra manera incurrir en fuertes pérdidas.

Los fabricantes de León, participan con un 40% de la producción total, envían un 4.2% de su producción al exterior; los zapateros de Guadalajara con 29% de participación en la producción total, destinan un 5.1% de su producción; el D.F. que envía un 3.4% de su producción al mercado internacional.

## EXPORTACIONES DE CALZADO

AÑO	PRODUCCION TOTAL (millones de pares)	EXPORTACIONES	PARTICIPACION PORCENTUAL	VALOR DE LA EXPORTACION (miles de dls.)
1980	214	3.3	1.5	31,742.0
1981	225	2.3	1.0	24,251.0
1982	190	1.3	0.7	14,715.0
1983	175	0.9	0.5	9,671.0
1984	165	4.0	2.4	35,000.0

FUENTE: CIATEG, A.C.

## SISTEMAS DE COMERCIALIZACION

Para realizar las exportaciones de calzado, existen varios sistemas de comercialización, esto es, como se puede hacer llegar el producto al consumidor por medio de distintos canales de distribución.

Las grandes fábricas de calzado en los Estados Unidos llevan a cabo el 30% de las importaciones totales de calzado, y a través de sus departamentos de compras al exterior abastecen a todo tipo de minoristas.

Existe otro procedimiento de venta el cual consiste en asistir a las ferias especializadas de calzado, las cuales favorecen la relación entre fabricante y comerciante, y de este modo un número considerable de exportadores logran aumentar su cartera de clientes internacionales.

No obstante, el principal canal lo integran los mayoristas de Estados Unidos, estos representan un 60% de las importaciones totales de calzado. Estos mayoristas por lo regular cuentan con una gran variedad de zapatos en cuanto a estilo y calidad se refiere. También cuentan con una basta información acerca de los materiales utilizados y la última moda europea ya que los estadounidenses no crean su propia moda, sino que se adaptan fácilmente a las tendencias extranjeras.

Para dirigir la comercialización de calzado deben considerarse las siguientes variables: tipo de producto que se tiene, tipo de consumidor de este producto, así como calidad y precio del mismo, volumen de pro-

ducción y sistema de ventas; y se recomienda también establecer contactos preliminares con los compradores potenciales por medio de correspondencia, folletería, etc.

La operación de una venta al extranjero se formaliza mediante una carta de crédito bancaria, de este modo el exportador asegura el pago de su mercancía.



#### CAPITULO IV

EL MARCO LEGAL Y FINANCIERO DE LA INDUSTRIA  
DEL CALZADO EN MEXICO.

## ORGANIZACION INSTITUCIONAL

Los fabricantes de calzado se encuentran agrupados en tres cámaras de acuerdo a su localización geográfica.

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO, que reúne a todos los fabricantes del país, salvo a los de Guanajuato y Jalisco.

CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO DEL ESTADO DE GUANAJUATO, a gr<sup>u</sup>pa solamente a los productores del estado.

CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO DEL ESTADO DE JALISCO, que al igual que la de Guanajuato sólo están inscritos los fabricantes de su entidad.

Esta estructura tricameral, se debe a que tanto el Distrito Federal, Guanajuato y Jalisco tienen una importancia análoga dentro de la industria zapatera.

De este modo cada cámara busca beneficios para sus agremiados de manera independiente; sin embargo, no deja de existir bastante coordinación entre ellas.

Donde se aprecia el trabajo conjunto de las cámaras, es en las exposiciones de calzado anuales que se realizan con motivo del cambio de -

estación y modelaje, las cuales se llevan a cabo en León y en Guadalajara.

En el mes de Mayo se celebra en León la exposición conocida como Zapica, en donde los fabricantes facilitan los modelos que saldrán al mercado en la temporada Otoño - Invierno del año en curso.

Más adelante, ya en el mes de Octubre, se lleva a cabo en Guadalajara la exposición llamada Primavera, donde se presentan las líneas -- que se venderán en la Primavera - Verano del año siguiente.

Las cámaras ayudaron a la formación de la Asociación Nacional de Proveedores de la Industria del Calzado, A.C., institución que se encarga de mantener informado al productor de calzado de la disponibilidad de insumos y maquinarias para la fabricación de calzado en el país.

El trabajo que desempeñan las cámaras con los productores, es principalmente de dar auxilio en trámites con autoridades gubernamentales, y en su menor grado, ayudando en problemas internos de producción.

No obstante, aún no han sido capaces de agrupar a todos los -- productores, pues existen un número cuantioso de pequeños talleres que tra bajan sin permiso alguno, de tal manera se estima que los socios registrados en cámaras, es aproximadamente de un 50% del total de productores.

## CONTROL DE PRECIOS

El calzado como artículo de primera necesidad, haría suponer - que está sujeto a control de precios; sin embargo, nunca se ha visto sujeto a ningún control por parte del gobierno, esto porque no se considera necesario implantarlo, aparte de lo difícil que resultaría que se llevara a cabo su instauración.

Por su parte el gobierno ha decidido que el precio del calzado sea determinado de acuerdo a la oferta y la demanda existente.

Esto ha traído como consecuencia que el precio del calzado se incremente en más de 50 puntos por arriba del índice nacional de precios - al consumidor, se refleja así el alza de precios originada por el aumento del costo de la piel, que a su vez el aumento de ésta, se debe al incremento del precio de los cueros.

Aproximadamente entre un 40 a un 70% del precio del zapato está constituido por piel. Esta variación es debido a la procedencia del cuero; ya que el precio nacional del cuero, supera a veces en un 60% o más al cuero extranjero.

A continuación se mencionan las principales causas por las cuales su control de precios resultaría inoperante en calzado.

**PRIMERO:** Sería necesario definir un tipo de zapato para consumo

popular, cosa que resultaría imposible debido a la extensa variedad de modelos y acabados existentes, lo que haría el control inaplicable.

SEGUNDO: El mayor productor participa con un 4% de la producción total; de modo que no podría pensarse en una manipulación de precios por parte de un productor o gremio de productores.

TERCERO: El precio del calzado esta sujeto al precio del cuero, el cual es manejado por menos de 10 personas en el país.

## INCENTIVOS FISCALES

Se otorgan tres tipos de estímulos preferenciales, fiscales, tarifarios y crediticios. Estos estímulos se otorgan en distintos montos de acuerdo con la localización geográfica del proyecto.

Por esto, el país se dividió en tres zonas, la zona 1 considerada de estímulos preferenciales que se dividen en dos partes, la zona 1A para el desarrollo portuario industrial y la zona 1B para el desarrollo urbano industrial; la zona 2 de prioridades estatales, la zona 3 de ordenamiento y regulación.

Los estímulos fiscales se otorgan por medio de certificados de promoción industrial (CEPROFI) hasta por cierto porcentaje del valor de la inversión; el monto de las erogaciones por concepto de salarios por nuevos puestos de trabajo y del valor de adquisición de maquinaria nueva.

En los estímulos tarifarios se concede un descuento especial en el uso de servicios de energía eléctrica, gas natural, combustóleo y -- productos petroquímicos suministrados por Pemex.

Los estímulos crediticios comprenden el otorgamiento de financiamiento a tasas preferenciales por parte de FOCAIN, por medio de créditos de habilitación, refaccionario e hipotecarios industriales.

Debido a que el fabricante no ha definido el concepto del calzado de consumo popular, no han sido aprovechados como debieron los estímulos fiscales. Los industriales se niegan a definir éste concepto debido a la consecuencia inflacionaria que ocasionaría el control de precios por parte del gobierno.

Aún así el gobierno en su deseo de promover la producción de artículos básicos, estableció a partir de 1981 nuevos estímulos fiscales en apoyo a los proveedores de bienes de consumo popular. Dentro de los cuales quedaron incluidos los del sector calzado, éstos recibieron CEPROFIS hasta por el equivalente al 33% del precio de venta al "calzado popular" multiplicado por el número de pares vendidos.

## MARCO LABORAL

Dentro de las tres principales ciudades productoras de calzado, destaca León, Guanajuato, por su considerable participación dentro del total de producción. Además de ser la industria del calzado la principal --- fuente de vida, ya que un 50% de su población trabaja, ya sea en forma directa o indirecta en la fabricación de calzado.

Esto pone de manifiesto la importancia que presenta el marco - laboral dentro de la industria del calzado.

Una de las principales inquietudes de los zapateros es, la capacitación de la mano de obra, ya que como se dijo anteriormente, ésta requiere de un alto grado de especialización. Se necesita hacer una reglamentación en la cual se permita capacitar a los aprendices, tratando de proteger al trabajador por los abusos que se cometieron en el pasado.

Otro problema es el ausentismo de la mano de obra debido fundamentalmente al alcoholismo, falta de cultura y carencia de sentido de responsabilidad.

Cuestión importante de mención es, que todos los salarios mínimos se fijan con criterio político y no económico. Esto debido a que se -- han unificado en montos para todas las industrias y actividades económicas y no se han tomado en cuenta las necesidades de cada rama industrial y de



cada empresa.

Las relaciones Obrero-Patronales son peculiarmente amistosas - en León, aprobándose en algunos casos el empleo de aprendices sin sueldo, lo que permite a los zapateros la capacitación del personal, sin incurrir en costos.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## CONCLUSIONES

- La industria del calzado tiene como principales participantes a los productores, proveedores y comerciantes.
- El calzado, dentro de esta industria, está dividido en tres grupos muy generales: caballero, dama y niño.
- La participación de la industria del calzado dentro del PIB de la economía disminuyó en los últimos años al pasar del 0.73% en 1970 a 0.67% en 1980.
- Esta industria requiere de una variedad de materias primas, destacando principalmente la piel, que en su mayor parte, resulta de importación.
- La producción de los materiales sintéticos se ha visto incrementada grandemente en los últimos años.
- La mano de obra, en la industria del calzado, resulta de singular importancia dado el alto nivel de especialización que se requiere. En la mayor parte de las fábricas, los obreros son remunerados a destajo.
- Hasta 1984 la gente ocupada dentro de la industria del calzado en México era de aproximadamente 1.5 millones de personas. De ese total,

69  
ESTA TESIS  
SALIR DE LA BIBLIOTECA  
NO DEBE

un 75% esta dedicado a la producción de zapato de piel.

- Existen cuatro niveles tecnológicos de producción dentro de la industria del calzado en México: El artesanal, los talleres familiares, las empresas medianamente mecanizadas y por último las empresas altamente mecanizadas. El nivel artesanal y los talleres familiares se distinguen por ser intensivos en mano de obra, mientras que la mediana y altamente mecanizadas, disponen de una automatización en el sistema de producción.

- Debido a las depresiones económicas a las que se ha enfrentado el país la demanda de calzado se ha visto reducida drásticamente. El consumo per cápita disminuyó al pasar de 3.1 pares en 1981 a 2.0 en 1984. Durante el período 1982-1984 la producción de calzado se vió reducida en un 20% aproximadamente.

- La elasticidad de la demanda nos muestra como el consumidor ha disminuido su demanda ante el aumento de precios. Aquí se pudo observar que a pesar de que la demanda nacional potencial es muy amplia, la inflación va incidiendo en el consumo, frenando el crecimiento de la industria.

- Hasta la década de los setentas, la demanda tuvo un comportamiento lineal ascendente, no fue, sino hasta principios de los ochentas cuando esta tendencia mostró un claro descenso.

- La ciudad de León vende, principalmente a la ciudad de México y Guadalajara. La primera, tiene a su propia población como principal consumi

dor. La segunda también depende de su población y del D.F.

- En 1980 fue cuando México vió incrementadas sus exportaciones hasta llegar a 3.2 millones de pares, aproximadamente un 1.4% de la producción total. En 1981 empieza un descenso en las exportaciones. No es sino hasta 1984 cuando presenta una notable recuperación, debido a la fuerte contracción de la demanda interna.

- La industria del calzado esta agrupada por la Cámara Nacional de la Industria del Calzado, la cual agrupa a todos los fabricantes del - - país, salvo a los estados de Guanajuato y de Jalisco, los cuales cuentan -- con su propia Cámara.

- El marco legal, financiero y laboral de la industria, resulta prometedor. Hasta ahora no ha existido impedimento legal para el desarrollo de la industria, sino por el contrario, se han decretado diversos estímulos fiscales, tarifarios y crediticios, los que han dado un tratamiento preferencial a la industria. Dentro del marco financiero actual, el otorgamiento de créditos ha sido limitado. En cuanto al aspecto laboral, no existen conflictos de ninguna especie, siendo la capacitación el problema a resolver.

## RECOMENDACIONES

- Garantizar el suministro de piel a los productores de calzado mediante:

a) Que el precio del cuero se rija de acuerdo a la demanda y oferta existentes.

b) Aumento en las cuotas de importación de cuero.

c) Agilización de trámites para la obtención de permisos, tanto de importación como de exportación. Esto lográndose con la simplificación de trámites burocráticos para la obtención de derechos, permisos, ya que to do esto impide a los industriales la entrega oportuna de la mercancía en el mercado internacional.

- Tener informado al productor en las áreas de diseño y construcción mediante el establecimiento de consorcios de exportación especializados en ventas de calzado; así como la implantación de tarifas para la transportación de calzado imponiendo sobre peso y no sobre volumen.

- Aumento en el número de las escuelas técnicas para la capacitación de personas a nivel medio. Motivando al personal por medio de becas al extranjero.

- Mejorar la calidad de los materiales sintéticos por medio de inversiones para la investigación en este campo, con el objetivo de poder competir con los principales productores y exportadores de calzado sintético en el mercado extranjero.

## BIBLIOGRAFIA

- SARJEH. C. WEBB, ECONOMIA DE LA EMPRESA, EDITORIAL LIMUSA, MEXICO, D.F. -- 1979.
- YA LUN CHOU, ANALISIS ESTADISTICO, ST JOHN'S UNIVERSITY, EDITORIAL INTER-AMERICANA, MEXICO, D.F. 1979.
- XAVIER SCHEIFLER, TEORIA ECONOMICA, APUNTES, EDITORIAL TRILLAS, MEXICO, - D.F. 1984.
- CALZAINFORMA, BOLETIN OFICIAL DE LA CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO -- GUADALAJARA, JAL. MEXICO, 1984.
- SERIE DE PRODUCTOS BASICOS, S.P.P., S.P.F.I. VOL 2 MEXICO, 1980.
- MERCADOS DE MEXICO EN ACCION, EDITORIAL MARYNKA S.A. MEXICO, D.F. 1980, - 1984.
- ESCENARIOS ECONOMICOS DE MEXICO, SPP 81-85.

## INVESTIGACION DIRECTA:

- CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO DEL ESTADO DE JALISCO (CICEJ)
- CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO DEL ESTADO DE GUANAJUATO (CICEG)
- CENTRO DE INVESTIGACION Y ASISTENCIA TECNICA DEL EDO. DE GTO. (CIATEG)