

Industria de la Moda Mexicana vs Industria de la Confección China.

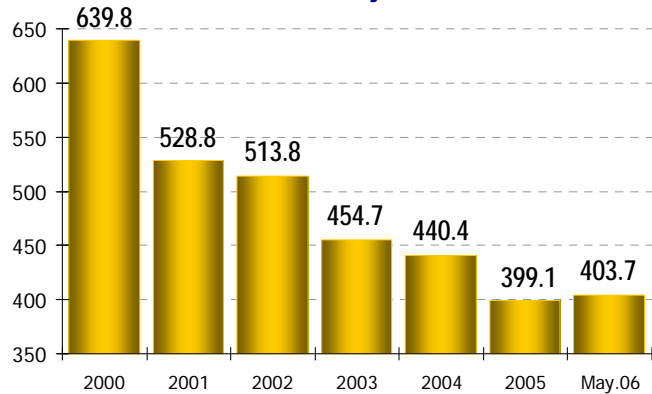
La mejor apuesta que puede hacer la Industria de la Confección en México es seguir evolucionando hacia una Industria de la Moda, a través de la integración de toda la cadena productiva, la innovación y el desarrollo tecnológico, el diseño, el posicionamiento de marcas que nos ayude a conquistar los nichos de mercado de la moda y abandonar la idea de competir contra el gigante asiático.

En primer lugar, es necesario hacer un reconocimiento a todos aquellos empresarios del sector de la industria de la confección de México que han sabido enfrentar los retos de la competencia global, respondiendo con lo mejor de su talento empresarial; respondiendo con mayor inversión; respondiendo con la reconversión y evolución de sus empresas a lo que más nos conviene como país, que es contar con productos innovadores, de alta calidad, de moda, de diseño, de valor agregado con orientación a conquistar los nichos de mercado.

Si insistimos en competir con China en sectores o industrias intensivas en mano de obra tenemos mucho que perder, y sinceramente creo que es un enfoque que no nos va a ayudar en recuperar los 236 mil empleos que se han perdido en la industria de la confección en México desde el año 2000.

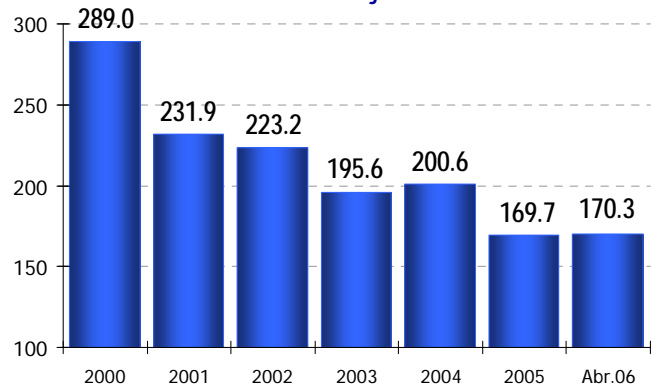
Vamos a hacer un pequeño análisis, en un periodo de tiempo de 15 años, de la penetración que han tenido algunos países y algunas regiones en el mercado de ropa y sus accesorios de Estados Unidos, que es uno de los mercados más competidos en el mundo y en el que México y China compiten directamente.

Empleo: Industria de la Confección en México
Registros IMSS
2000-2006
Miles de Trabajadores



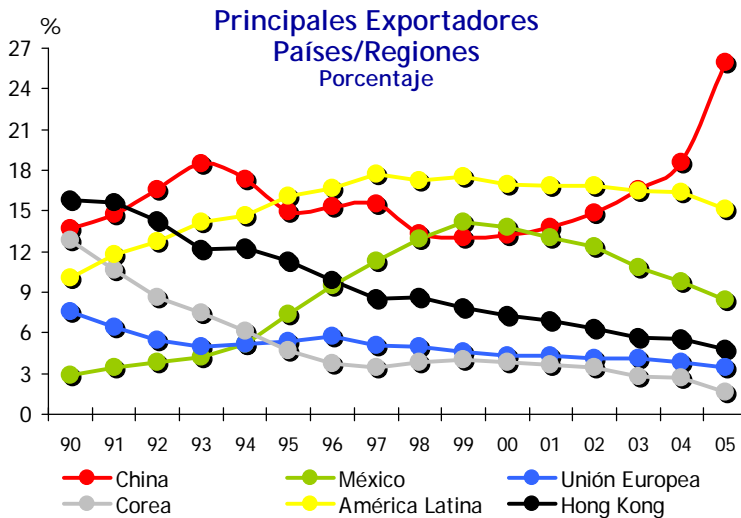
Incluye: Fabricación de prendas de vestir y otros artículos confeccionados con textiles y otros materiales, excepto calzado.
Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)

Empleo: Industria Maquiladora de Exportación
Ensamble de Prendas de Vestir
2000-2006
Miles de Trabajadores



Incluye: Ensamble de prendas de vestir y otros productos confeccionados con textiles y otros materiales.
Fuente: Estadística de la Industria Maquiladora de Exportación (INEGI).

Mercado de Ropa y sus Accesorios en Estados Unidos 1990-2005



Unión Europea: Incluye los 25 países miembros actuales
 América Latina: Incluye Centro y Sur América.
 Fuente: Trade Stats Express. National Trade Data.

Las exportaciones de ropa y sus accesorios de China a Estados Unidos han ganado 12.2 puntos porcentuales del mercado desde 1990 hasta el año 2005; las exportaciones mexicanas y las provenientes de América Latina han ganado 5.6 y 5.2 puntos porcentuales, respectivamente, en el mismo periodo de tiempo, aunque su tendencia actual es a la baja. Corea del Sur, la Unión Europea y Hong Kong han perdido más de una cuarta parte del mercado norteamericano de la confección, 26.3 puntos porcentuales en estos 15 años (11.2 4.1 y 11.0 puntos respectivamente).

Considerando que China tiene una quinta parte del salario de México, mientras que Italia y en general la Unión Europea tiene 10 veces el salario de México tenemos la opción de seguir enfocándonos a ver lo que China hace o podemos explorar la opción quitarle una rebanada del pastel a los países desarrollados que tienen hasta diez veces el salario de México. Si sumamos la participación actual de Canadá, la Unión Europea, América Latina, Hong Kong y Corea en el mercado norteamericano de ropa y sus accesorios es de 27%, aproximadamente unos USD \$20 mil millones de dólares.

Italia, España, Francia, Canadá, Corea son los países a donde hay que apuntar la mira. Si incorporamos el talento de los diseñadores que tenemos en México, si logramos volver a retornar parte de ese talento que desafortunadamente ha emigrado de este país y que ahora es ampliamente reconocido por marcas internacionales, y si logramos en serio, pero en serio, apoyar ese talento para incorporarlo a la industria y darle ese valor agregado, podremos tener éxito en hacer una reconversión y una evolución de la cadena fibra-textil-vestido a una industria de moda y vanguardia y dejar de preocuparnos de competir contra China.

Hace un par de semanas recibí un correo de una talentosa diseñadora duranguense, que me platicaba su idea es abrir un laboratorio de producción de joyería con diseño y materiales mexicanos en Barcelona, España. Su idea, y la cito textualmente es: *“Crear una marca que se distribuya en Europa, una marca muy mexicana, pero sin los estereotipos que ellos entienden por "mexicano", no*

tendrá nopales, ni sombreros, será una marca de muy buena calidad y presentación, dando a conocer como mexicano, algo de lujo... Esta idea puede crecer mucho, porque teniendo este laboratorio de experimentación y creación de diseños con materiales mexicanos, se puede explotar la creatividad de muchos mexicanos que viven en Europa, tomando este como medio para difundir una nueva cultura del diseño mexicano... Esto puede comenzar con joyería (que es mi fuerte), pero si funciona de verdad, se puede llegar a producir todo tipo de complementos y ropa..."

Es una lástima que este talento y visión este en Europa, pero quiere decir que si existe en México y lo debemos de aprovechar. En la Unión Europea, el consumidor no es tan aficionado al producto barato, es un consumidor que prefiere comprar poco, pero comprar bien. Y esto es en ropa, esto es en calzado, esto es en joyería. Aprovechemos más ese mercado de la Unión Europea y de Japón.

Entonces, la viabilidad y rentabilidad de la Industria de la Confección en México es el de irse por esos nichos de mercado que actualmente tienen los países desarrollados. China con su plataforma de costos y con sus márgenes de utilidad va a tronar a cuento país le quiera competir, de ahí que es recomendable seguir con el enfoque del valor agregado, del diseño, de la innovación, para entrar al segmento de mercado en donde sí hay margen, en donde es un segmento del mercado donde hay todo por ganar.

Luis de la Torre Cruz

Socio Fundador de GD Innovaciones y Consultor

luis.delatorre@gdinnovaciones.com.mx / ldelatorre@hotmail.com