



Revista Asia América Latina

ISSN 2524-9347

Grupo de Estudios sobre Asia y América Latina
Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe
Universidad de Buenos Aires



LOS COMPETIDORES ASIÁTICOS DE MÉXICO EN EL SECTOR DEL VESTIDO INTEGRANTES DEL TRATADO INTEGRAL Y PROGRESISTA PARA LA ASOCIACIÓN TRANSPACÍFICO (CPTPP)

THE ASIAN COMPETITORS OF MEXICO IN THE SECTOR OF THE GARMENT MEMBERS OF THE COMPREHENSIVE AND PROGRESSIVE AGREEMENT FOR THE TRAN-SPACIFIC PARTNERSHIP (CPTPP)

Patricia López Juárez
Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo
plopez@upmh.edu.mx

Fecha de recepción: 30/05/2019

Fecha de aceptación: 06/08/2019

RESUMEN: El 8 de marzo de 2018 en Santiago de Chile, se firmó el Tratado Integral y Progresista para la Asociación Transpacífica (CPTPP), por 11 países participantes: Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Chile, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur y Vietnam, después de la salida de los Estados Unidos en 2017. Esta integración representará una alianza estratégica de mayor dimensión para la liberalización del comercio en la región de Asia y el Pacífico. Para México representará una diversificación de sus mercados y la atracción de inversión extranjera directa. Sin embargo, este país se reunirá con importantes competidores en el sector de la confección. Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo analizar los países asiáticos en la industria con los que el país latinoamericano está tratando y su intercambio comercial con México para conocer el impacto que tendrá cuando este acuerdo entre en vigor, identificando quiénes son los países mejor posicionados y las ventajas y desventajas para México.

Palabras clave: Tratado Integral y Progresista para la Asociación Transpacífico (CPTPP), sector del vestido, países asiáticos, México.

ABSTRACT: On March 8, 2018 in Santiago, de Chile, was signed of the Comprehensive and Progressive Agreement for the Trans-Pacific Partnership (CPTPP), by 11 participating countries: Australia, Brunei Darussalam, Canada, Chile, Japan, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore and Vietnam, after the withdrawal from the United States in 2017. This integration will represent a strategic alliance of higher dimension for the liberalization of trade in the Asia-Pacific region. For Mexico, it will represent a diversification of its markets and the attraction of foreign direct investment. However, our country will meet with significant

competitors in the clothing sector. Therefore, this research aims to analyze the Asian countries in the industry that we are dealing with and its commercial exchange with Mexico to know the impact it will have when this agreement comes into effect vigor, identifying who are the best-positioned countries and the advantages and disadvantages of this agreement for Mexico.

Keywords: Comprehensive and Progressive Treaty for the Trans-Pacific Partnership (CPTPP), clothing sector, Asian countries, Mexico.

I. Introducción

En 2002 da inicio el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP), impulsado originalmente por Singapur, Nueva Zelanda, Chile y Brunei Darussalam conocido como el Acuerdo Estratégico Transpacífico de Asociación Económica (Pacific Four, "P4") (Granados, 2014), en el cual se fueron agregando otros países hasta llegar a doce miembros, incluidos México y Estados Unidos, quienes conformaron el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica en 2008, cuyo objetivo era reducir los aranceles y establecer normas entre las economías de tres continentes: americano, asiático y oceánico.

Sin embargo, en enero de 2017, el presidente de Estados Unidos anuncia su salida de este proyecto de integración económica, quedando a la deriva su continuidad; a pesar de ello, los once países restantes durante 2017 dieron seguimiento para su materialización y fue en marzo de 2018 cuando los países en Santiago de Chile aceptan el resultado de las negociaciones y firmaron el Acuerdo para que después cada país iniciara su proceso de ratificación (Secretaría de Economía, 2019). Y es así que México, Canadá, Australia, Japón, Nueva Zelanda y Singapur fueron los iniciadores de una continuidad del nuevo Tratado Integral y Progresista para la Asociación Transpacífico (CPTPP, por sus siglas en inglés) sucesor del TPP, quedando pendiente de su ratificación Perú, Chile, Brunei Darussalam, Malasia y Vietnam.

Este acuerdo es la negociación plurilateral más relevante y ambiciosa a nivel internacional y será el nacimiento de la mayor zona de libre comercio a nivel mundial, con un mercado de 500 millones de consumidores representando alrededor del 13,5% del PIB global con una reducción de aranceles de hasta un 95% en la mayoría de los productos (BBC News, 2019).

México tiene grandes expectativas con este Acuerdo, ya que ofrece la oportunidad de no depender solamente de Estados Unidos e incursionar en nuevos y diversos mercados, en los que podría salir beneficiado en sectores como la agricultura y en los productos cárnicos de res, cerdo y pollo; así como el jugo de naranja, el tequila y la cerveza (BBC News, 2019). Sin embargo, hay otros sectores que habría que tener cautela, como el sector del vestido, ya que los países líderes son principalmente de Asia, encabezados por China, en el que México se ha visto afectado como proveedor de Estados Unidos, ocupando el sexto lugar después de China, Vietnam, India, Bangladesh e Indonesia. Es así que México, en 2007 exportó a Estados Unidos prendas de vestir y textiles por 6,683 millones de dólares, y en 2017 exportó 5,593 millones de dólares (World Integrated Trade Solutions, 2019),

representando una baja en sus ventas, ya que además existen otros países asiáticos que están compitiendo fuertemente para ganarse un lugar en el mercado estadounidense.

Es por ello que México tras la firma del CPTPP a poco tiempo de que entre en vigor, requiere preparar al sector del vestido para la llegada de una nueva y agresiva competencia, proveniente de Singapur, Brunei Darussalam, Japón, Malasia y Vietnam. Por lo que el objetivo del presente trabajo es analizar los competidores asiáticos de México en el sector del vestido participantes en el nuevo CPTPP, interpretando las estadísticas de intercambio comercial, siendo un trabajo documental y descriptivo que pretende ofrecer alternativas de mejoras para el sector que nos ocupa.

En este contexto, las preguntas de investigación son: ¿qué países miembros del CPTT son los más competitivos en el sector del vestido? ¿Qué países miembros del CPTT son mercados potenciales para exportar prendas de vestir de México? ¿Qué desventajas traerá consigo el CPTT para la industria del vestido mexicana? Por lo que este documento se organiza de la siguiente manera: primero se describe el comercio exterior de México en el periodo de 2000 a 2017, para posteriormente dar una semblanza del sector del vestido a nivel internacional y después destacar la importancia que tiene el sector del vestido en la industria manufacturera mexicana, describiendo cuales son las ventajas y desventajas del sector. Luego, se representan a los países miembros asiáticos del CPTT como socios comerciales de México para definir sus fortalezas y debilidades identificando quienes son una competencia importante para México en el sector del vestido, así como una oportunidad para poder exportar. Por último, se presentan las conclusiones y las aportaciones del investigador sobre la situación presente del sector del vestido.

II. México y su comercio exterior

México es la novena mayor economía de exportación en el mundo. En 2017 exportó 409.000 millones de dólares e importó 420.000 millones (Trade Map, 2019), como se muestra en la Figura 1. Si bien ha sido un fuerte exportador, también es un gran importador, en donde sus balanzas comerciales en el periodo de 2000 a 2017 se vislumbran ligeramente negativas.



Figura 1. Balanzas comerciales de México 2000-2017

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Trade Map 2019

Los principales destinos de las exportaciones de México son los Estados Unidos; en segundo lugar, Canadá; y en tercer lugar, China. Los principales orígenes de sus importaciones son Estados Unidos, China y Japón. El principal socio comercial de México es Estados Unidos, al cual le dirige alrededor del 80% del total de sus exportaciones. También se observa que los países europeos y asiáticos son los principales socios comerciales de México y en poca proporción, los países latinoamericanos como Brasil y Colombia, como se muestra en la Tabla 1. Y que los productos que mayormente se exportan son vehículos, autopartes, computadoras, petróleo, entre otros (Trade Map, 2019)

Valor en miles de dólares									
Importador	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Mundo	298.305.075	349.326.582	370.706.658	379.949.273	396.881.846	380.527.500	373.900.013	409.451.378	450.531.651
EEUU	238.858.912	274.720.113	288.163.389	299.486.781	318.681.114	309.186.756	302.862.363	327.357.936	344.602.284
Canadá	10.663.920	10.694.123	10.927.729	10.414.226	10.714.114	10.544.637	10.432.270	11.376.494	14.064.766
China	4.195.900	5.964.233	5.720.739	6.468.491	5.964.133	4.873.149	5.411.245	6.713.028	7.194.348
Alemania	3.556.249	4.314.505	4.484.348	3.711.559	3.551,88	3,507,894	4,118,770	6,949,907	7,069,745
Brasil	3.781.080	4.891.226	5.657.554	5.382.926	4.739.618	3.798.897	3.055.928	3.681.275	4.407.868
Colombia	3.757.019	5.632.643	5.592.265	4.735.019	4.733.897	3.668.051	3.066.508	3.164.182	3.544.570
Japón	1.923.190	2.252.212	2.610.661	2.219.521	2.608.463	3.017.433	3.778.853	4.055.835	3.277.294
Países Bajos	1.841.142	2.078.162	1.913.536	1.585.673	2.270.387	1.833.696	1.636.100	1.988.061	2.382.561
Corea	928.781	1.521.780	1.726.592	1.525.323	2.027.369	2.815.376	2.507.144	3.428.914	2.283.814
Reino Unido	1.732.810	2.157.768	2.602.962	1.434.189	1.805.621	1.967.530	3.231.645	2.274.735	2.212.217

Tabla 1. Los diez principales países importadores de productos mexicanos de 2010 a 2018
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Trade Map 2019

Dentro de los sectores productivos más representativos es el sector automotriz, el que ocupa el primer lugar por su contribución al PIB. Tan solo en el 2017 aportó el 3,7% (El Financiero, 2018), siendo el más dinámico desde hace varios años, esto gracias a las plantas armadoras que se ubican en el norte y centro del país como Renault-Nissan, General Motors, Honda, Mazda, Audi, Mercedes-Benz, BMW y Hyundai, y que también son generadoras de un gran número de empleos. Otro sector es el turismo, que se ha visto dañado por la inseguridad en el país; sin embargo, México sigue siendo un destino muy importante para los turistas internacionales y un importante aportador al PIB. Otro es el sector financiero, en donde existen alrededor de 51 instituciones de banca múltiple en el país (Comisión Nacional Bancaria y de Valores, 2019).

Si bien es cierto que el sector del vestido no se ha destacado por su contribución al PIB nacional, sí lo es en la generación de empleos, en donde uno de cada 10 empleos en la industria manufacturera es del sector textil y de la confección de acuerdo a la Plataforma de la Industria de la Moda, ProMéxico (2014) y de ahí su importancia de ser un sector con aportación social.

III. El sector del vestido a nivel internacional

La industria manufacturera es una de las más globalizadas y la industria de prendas de vestir ha sido especialmente pionera en este sentido. En el sector del

vestido, la pieza fundamental está en la costura y en el ensamblaje de la prenda, lo cual no ha evolucionado durante siglos, y requiere de conocimientos, técnicas y habilidades para combinar colores texturas y telas (Entwistle, 2002). Este sector se encuentra principalmente en países menos desarrollados en los que se generan millones de empleos, en particular para las mujeres jóvenes y relativamente poco calificadas quienes realizan este trabajo.

A nivel global, los países del continente asiático son los líderes en el sector del vestido, seguido por el continente europeo, como se muestra en la Tabla 2. De manera individual, China se ha convertido en el primer exportador desde su adhesión a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en diciembre de 2001. Este país es una de los fabricante textiles más grandes del mundo a pesar de que la maquila está siendo reubicada a países que ofrecen menores costos en comparación con China (López & Rodríguez, 2016).

País	Valor comercial en millones de dólares			
	2017	2015	2010	2005
China	158.462,97	174.693,92	129.820,29	74.162,52
Bangladesh	29.212,93	26.602,70	14.854,80	6.889,86
Vietnam	27.781,99	21.948,45	3.880,14	4.680,63
Italia	23.324,43	21.248,36	4.692,00	18.655,25
Alemania	20.941,83	16.954,43	17.302,70	12.393,67
India	18.616,90	18.374,35	14.854,80	8.738,94
Turquía	15.100,73	15.120,79	3.880,14	11.833,11
Hong Kong, China	14.490,18	18.416,41	7.151,28	27.292,32
España	14.344,79	11.789,68	7.151,28	4.145,37
Francia	11.732,07	10.746,64	7.151,28	8.499,99
Países Bajos	10.938,42	8.050,00	7.014,20	4.783,51
Bélgica	9.269,61	8.267,18	7.807,97	6.714,86
Reino Unido	8.336,48	8.186,79	5.488,13	4.905,75
Indonesia	8.213,60	7.593,30	6.819,97	4.958,90
Camboya	7.192,52	5.937,77	3.041,09	2.210,12
Estados Unidos	5.728,21	6.119,67	4.692,00	5.005,00
Polonia	5.651,33	4.706,29	3.388,62	2.221,15
Pakistán	5.470,01	5.023,32	3.930,18	3.603,59
Malasia	5.044,85	4.800,49	3.880,14	2.478,48
Sri Lanka	4.987,54	4.771,50	3.491,43	2.873,57
Dinamarca	4.165,18	3.739,91	3.504,26	2.775,07
México	4.089,97	4.475,22	4.363,00	7.305,00
Emiratos Árabes Unidos	3.796,46	3.319,97	1.121,98	806,44
Portugal	3.634,73	3.253,40	3.093,95	3.052,85

Tabla 2. Principales países exportadores de prendas de vestir a nivel mundial de 2005-2017

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Organización Mundial de Comercio 2019

En Asia –además de China– se encuentran los países mejor posicionados y con un intercambio comercial muy agresivo a diferencia de las otras economías del mundo. Ejemplo de ello son Bangladesh, Vietnam, India, Turquía, Hong Kong,

Indonesia, Camboya, entre otros. China es, no obstante, el más dinámico y beneficiado de los países asiáticos.

Una de las fortalezas de China en el sector del vestido es el número de clústers industriales que han aumentado su eficiencia y su productividad por el alto grado de especialización en ellos, contando actualmente con alrededor de 20 clústers de prendas de vestir y textiles (López & Rodríguez, 2016). Para ello, China ha proyectado para el 2020 que tres de sus ciudades clústers se conviertan en clústers de clase mundial, uniendo las tres principales metrópolis del norte del país: Pekín, Tianjin y la provincia de Hebei (China Briefing, 2018).

Aunado a esto, cuenta con el mayor número de población en el mundo (1.393 millones de habitantes en 2018) (Banco Mundial, 2019), lo que se refleja en mano de obra. Por todo ello, China se ha convertido en el líder del sector del vestido con más de 30 años de experiencia convirtiéndose en un competidor difícil de alcanzar, al menos en los últimos años (véase Tabla 2).

Por otra parte, se encuentra la Unión Europea en donde destaca el desempeño de Italia, Alemania, España, Francia, Países Bajos, por mencionar algunos. Donde sus fortalezas radican en el diseño, la moda, la marca, la calidad y los precios altos; centrándose en Italia y Alemania como los más fuertes (Gennero, Graña, Liseras, Calá, & Mauro, 2009). Los países como España, Italia y Francia, están bien posicionados en moda y saben que el diseño y la calidad no tiene precio para el segmento al que se dirigen, por lo tanto su producción es relativa y corta; su fortaleza radica en la distribución: saben cuándo producir y en qué momento llegar, se especializan en sectores con mayor valor agregado que les genera mejores ganancias, sin tanto personal ni problemas administrativos.

En otra parte del mundo se localiza el continente americano, donde se puede observar que Estados Unidos es el líder en el sector del vestido, y que México tiene un destacado primer lugar dentro de los países de Latinoamérica, seguido por Honduras, en donde la maquila está bien posicionada.

IV. El sector del vestido en México

Es evidente que México se ha logrado posicionar en uno de los primeros lugares a nivel mundial como exportador de prendas de vestir, observándose que son los países asiáticos y europeos los más competitivos en el sector que nos ocupa. Por su parte, México es una economía que se encuentra en desarrollo, favorecida por la industria del vestido que es el mayor empleador de mano de obra femenina, por lo que se le conoce como una industria “social” (Milenio, 2015). Sin embargo, ha sido uno de los sectores productivos donde más ha impactado la apertura económica y desde hace más de una década se ha visto afectada en el mercado nacional por las prendas de importación que entran al país con bajos precios y en el ámbito internacional, ha perdido terreno con Estados Unidos, su principal mercado de destino.

Uno de los acontecimientos que marcó el descenso del sector del vestido en México, fue el desplazamiento como socio comercial de Estados Unidos, ocupando su lugar, China. Un estudio realizado por Gracia-Hernández (2013), sobre la competencia entre China y México, observó que a partir de 2003 México presentaba un decrecimiento en sus exportaciones y solo en algunas partidas era superavitario.

En el 2001, China exportaba hacia Estados Unidos cantidades pequeñas de prendas de vestir que no significaban un riesgo para otros países; sin embargo, a partir de 2003 la situación cambió drásticamente, posicionándose China como el principal proveedor de prendas de vestir de Estados Unidos.

En 2017, los principales proveedores de prendas de vestir de Estados Unidos fueron en primer lugar China, con un 33,7%; Vietnam, con 14,4%; Bangladesh, con 6,3%; Indonesia, con 5,7%; India, con un 4,6%; y México, con un 4,5% de acuerdo a los datos reportados por el Department of Fashion & Apparel Studies de la Universidad de Delaware de Estados Unidos (Global Apparel & Textile Trade and Sourcing, 2019).

Por todo ello, las exportaciones de México han ido a la baja desde 2001, por lo que la industria del vestido se ha visto fuertemente dañada con la pérdida de ventas en el extranjero, que si bien ha tenido una balanza comercial positiva, a partir de 2015 a la fecha se observa que las importaciones están alcanzando en valor a las exportaciones (véase Figura 3). Aunado a ello, están las importaciones de prendas de vestir provenientes de países asiáticos y sobre todo de ropa usada que llega a la frontera norte de México, como Tijuana, en donde las prendas se puede adquirir entre un dólar y las piezas de mayor calidad a 5 dólares (Racked, 2018), convirtiendo a Estados Unidos en el exportador de ropa usada más grande del mundo, lo que permite a muchas personas emplearse dentro de una economía informal, pero rentable al fin, que afecta principalmente a las pequeñas y medianas empresas de este sector.

La industria del vestido es transversal, es decir, abarca y apuntala a otras varias, en lo que se refiere a mano de obra, tiene experiencia productiva y exportadora centrada principalmente en productos básicos, debido a que pocas empresas han incursionado en diseño y moda, la industria del vestido tiene fuerte presencia de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), así como gran impacto en el empleo manufacturero. En el contexto nacional, la industria del vestido ha tenido tradicionalmente un peso muy significativo en el sistema productivo de México, no obstante es una de las actividades fabriles más afectadas durante las últimas décadas por los intensos procesos de reconversión y reestructuración provocados por las rápidas modificaciones de la demanda y el comportamiento de los mercados, así como por la competencia de los nuevos países productores (IDOM Cosulting, 2014).

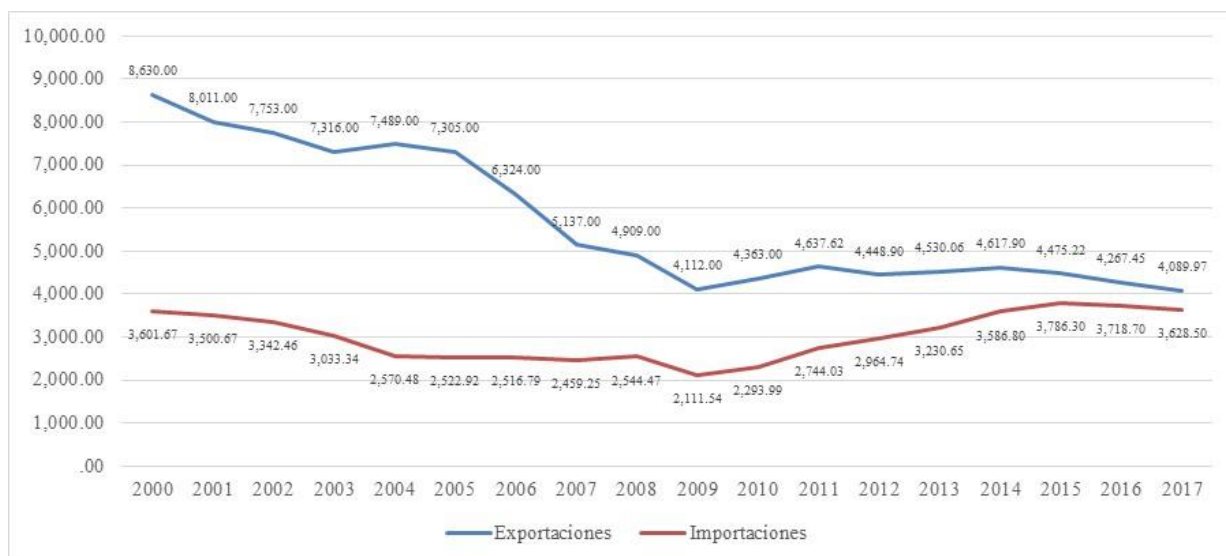


Figura 2. Importaciones y Exportaciones de prendas de vestir de México de 2000-2017 (Cifras en millones de dólares americanos).

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la OMC, 2018

Aunado a las debilidades que se enfrenta México en el sector del vestido por el auge de las importaciones, también lo es la falta de diversificación de mercado en sus exportaciones, colocando el 95% con destino a Estados Unidos, casi su único mercado, a Canadá el 1%, a Italia el 0,4%, a Guatemala el 0,3%, a Colombia el 0,3%, y a Países Bajos el 0,3% (Trade Map, 2019). Estos datos reflejan la dependencia que tiene México con Estados Unidos.

Al interior del país, los estados que mayormente participan del valor agregado bruto de la industria manufacturera del país en el sector textil y del vestido, son, por orden de importancia: Campeche, Yucatán, Tlaxcala, Hidalgo, Distrito Federal, Aguascalientes y Puebla, aportando en 2017 el 0,7% del PIB y generando cerca de 287 mil empleos (Millán, 2019).

V. Los países asiáticos asociados al CPTPP su participación en el sector del vestido

A continuación, se analizarán Singapur, Brunei Darussalam, Japón, Malasia y Vietnam, países asiáticos integrantes del nuevo Tratado Integral y Progresista para la Asociación Transpacífico, identificando el desempeño que han tenido en el sector del vestido y su intercambio comercial con México (Figura 4).

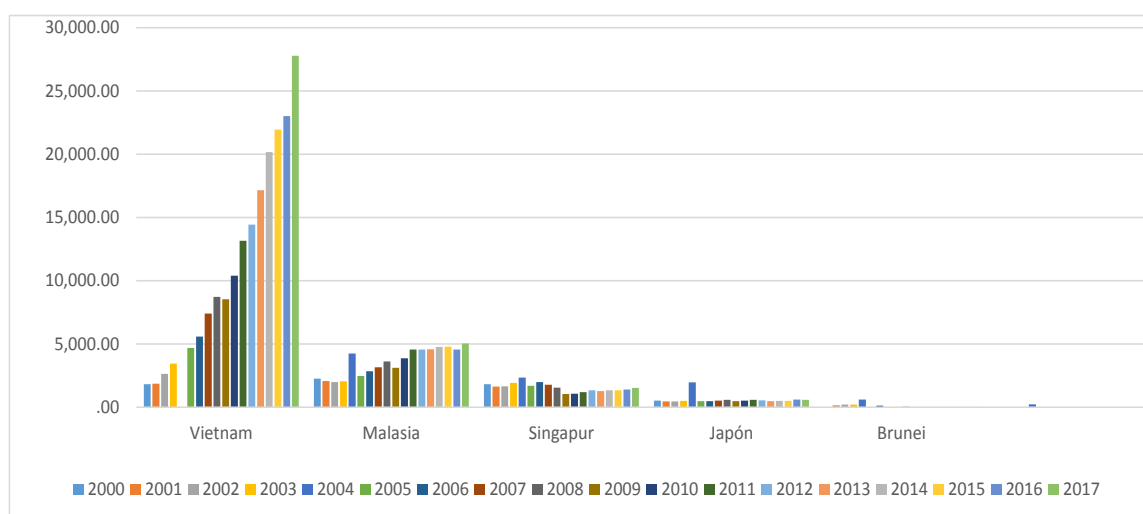


Figura 3. Exportaciones de prendas de vestir de países asiáticos integrantes del Nuevo Tratado Integral y Progresista para la Asociación Transpacífico (CPTPP por sus siglas en inglés) de 2000-2017 al mundo

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Organización Mundial de Comercio 2019.

VI. Vietnam

El país más competitivo en el sector del vestido es Vietnam. Como se podrá observar en la Figura 4, ha ido al alza cada año en sus exportaciones de prendas de vestir a todo el mundo. En el 2000 exportó 1.821 millones de dólares, en el 2010 exportó 10.389 millones de dólares y en 2017 exportó 27.782 millones de dólares, lo que representa una tasa de crecimiento promedio del 14,43% anual en 17 años.

Vietnam es un país del sudeste asiático, con más de 96 millones habitantes siendo el 15° país más poblado del mundo en 2017. Este país se encuentra en una ubicación geográfica lucrativa desde las perspectivas comerciales. En 2017 tuvo un crecimiento del PIB del 6,8%, esto debido a la demanda interna y a las fuertes exportaciones del sector manufacturero (Senado de la República LXIII Legislatura, 2018).

Cabe resaltar que Vietnam cuenta con cinco tratados de libre comercio: con China, Japón, Corea del Sur, India, y Australia-Nueva Zelanda. Por lo que se observa que su comercio es principalmente con países de la región, adicionalmente de los Estados Unidos y la Unión Europea quien es también uno de los socios más importantes para Vietnam.

El sector de las prendas de vestir de Vietnam ha tenido un crecimiento sostenible en los últimos años, desempeñando un papel importante en el desarrollo socioeconómico del país, en donde existen alrededor de 6.000 empresas fabricantes de prendas de vestir, de las cuales el 84% son privadas, el 15% de inversión extranjera directa y el 1% son propiedad estatal. Esta industria da empleo alrededor de 2,5 millones de personas (Stitch Dairy, 2018).

De acuerdo con los datos del Ministerio de Industria y Comercio de Vietnam, las exportaciones prendas de vestir y textiles han crecido significativamente cada año, siendo sus principales mercados de exportación Estados Unidos, la Unión Europea, Corea del Sur, China, como se muestra en la Figura 5, e importa prendas de vestir de

China, Corea del Sur, Estados Unidos, Japón y otros países asiáticos. Por lo que se pronostica al interior de este país que el aumento de este sector siga creciendo en los siguientes años (Textile Today, 2018).

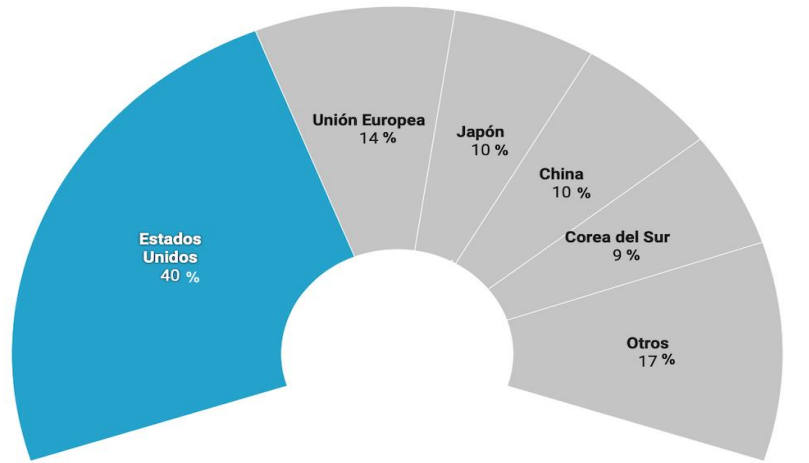


Figura 4. Países importadores de prendas de vestir procedentes de Vietnam
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Organización Mundial de Comercio 2019

Un dato importante es que Vietnam exporta más prendas de vestir y textil a Estados Unidos que otros productos como la electrónica (Schott, 2007), por lo que no solo este país ha crecido en el sector sino que también está ganando mercado estadounidense, destino que la mayoría de los países dirigen sus productos.

Las exportaciones de Vietnam hacia Estados Unidos han crecido fuertemente; sin embargo, aún se encuentra por debajo de China, su principal opositor en este sector y en este mercado. La contracara de esta situación es que su dependencia del mercado estadounidense ha provocado un estancamiento en sus negocios, por lo que han crecido sus exportaciones hacia Corea del Sur como una alternativa (Emerging Textiles, 2016).

Vietnam se ha distinguido por sus bajos costos de mano de obra gracias a la Ley de Inversión Extranjera, pero la industria enfrenta muchos desafíos: uno de ellos es que las empresas no cuentan con marcas propias, por lo que producen para marcas extranjeras a través de la subcontratación, por lo que lo hace vulnerable a las fluctuaciones globales.

Otra circunstancia que afectó recientemente al sector, fue la salida de Estados Unidos del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica, por la que los inversionistas congelaron sus inversiones en la industria de prendas de vestir de Vietnam (Stitch Dairy, 2018).

El intercambio comercial de Vietnam con México ha ido creciendo en los últimos años, teniendo una balanza comercial deficitaria para México como se muestra en la Figura 6. Los productos que mayormente se importan de ese país asiático son aparatos eléctricos-electrónicos, zapatos, maquinaria, café, té y productos del mar, entre otros (Trade Map, 2019).

Con respecto a productos de vestir, en 2016 solamente exportó a México 50 millones de dólares (UNComtrade Database, 2019), por lo que aún es un mercado nuevo para ellos en este sector; sin embargo, son exportadores muy competitivos que

podrían crecer muy rápidamente en el mercado mexicano. Sus principales proveedores de prendas de vestir y textil son por orden de importancia Burkina Faso, Uzbekistán, Chad, Turkmenistán, Mali y Tayikistán, entre otros (World Integrated Trade Solutions, 2019).

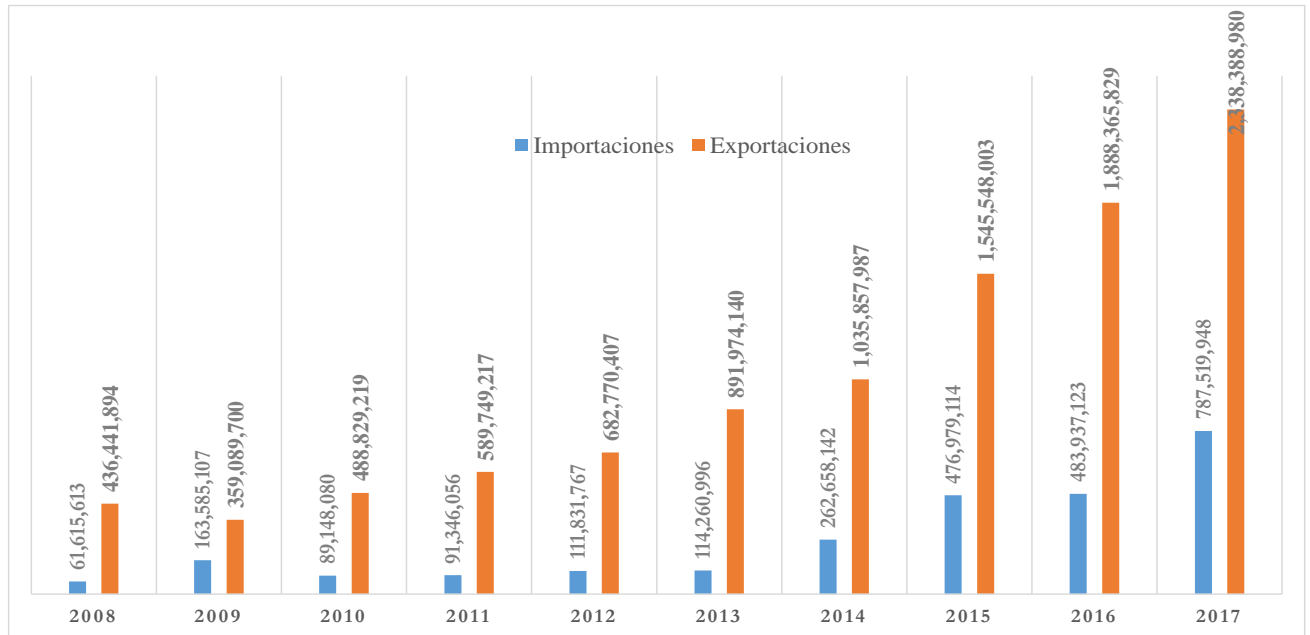


Figura 5. Exportaciones-Importaciones de Vietnam a México de 2008-2017
 Fuente: UNComtrade Database 2019

VII. Malasia

Malasia es la tercera economía más rica del sudeste asiático por el valor del PIB per cápita de 11.697,073¹ dólares en 2018. La economía del país es altamente diversificada y actualmente se ha convertido en un gran exportador de productos de alta tecnología, ocupando el segundo lugar solo detrás de Singapur, convirtiéndola en una de las economías más abiertas del mundo (Senado de la República LXIII Legislatura, 2018).

Este país ocupa el puesto número 26 de la mayor economía exportadora del mundo. Sus principales productos de exportación son productos eléctricos y electrónicos, gas natural licuado, aceite de palma, petróleo, productos químicos, maquinaria, equipos ópticos y científicos, entre otros. Los principales socios de exportación son Singapur, China, Japón, Estados Unidos, Tailandia, Hong Kong, India y Australia, como se muestra en la Figura 7. Y sus principales proveedores son China en primer orden, seguido de Singapur, Japón, Estados Unidos, Tailandia, Indonesia y Corea del Sur, entre otros más (World Atlas, 2019).

Malasia a la fecha cuenta con siete acuerdos bilaterales de libre comercio: con Japón, Pakistán, India, Nueva Zelanda, Chile, Australia y Turquía (Malaysia External

¹ Los datos que se presentan en este artículo del PIB per cápita están expresados a precios constantes de 2010, información obtenida del Banco Mundial, 2019.

Trade Development Corporation, 2019), y seis acuerdos regionales (China, Corea del Sur, Japón, Australia-Nueva Zelanda, India). Además forma parte de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN²).

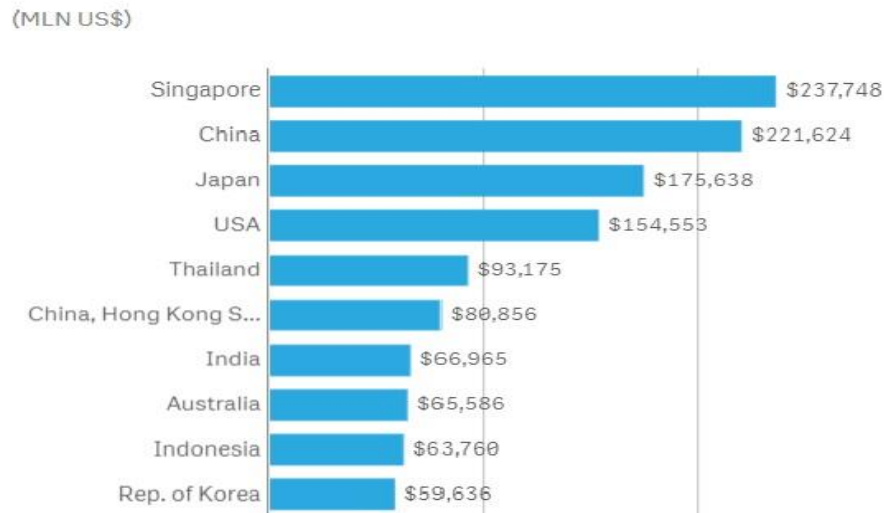


Figura 6. Los principales socios comerciales de Malasia en exportaciones 2010-2017
Fuente: (UNComtrade Database, 2019) UNComtrade Database, 2019
(<https://comtrade.un.org/labs/data-explorer/#>)

Por otra parte, llama la atención la oportunidad que tomó Malasia al atraer a su territorio a uno de los gigantes chinos de la confección, Daiyin Textile que anunció en agosto de 2018 una inversión de 500 millones de ringgits (dólar malasio), el equivalente a 451 millones de dólares estadounidenses para ubicarse en ese país. Esta inversión la destinaría a ampliar la fábrica que ya tiene en Malasia generando 1.100 empleos más. Con ello, este país se posicionará como centro de actividad textil (*hub*), convirtiéndolo en uno de los líderes en prendas de vestir al lado de Bangladesh, Camboya y Vietnam. Por lo que las exportaciones de la industria textil y de la confección aumentaron en el primer semestre de 2018 un 10%, lo que representó unos 1.718 millones de dólares (Modaes Latinoamérica, 2018).

Mientras tanto, el intercambio comercial de Malasia con México se ha incrementado en los últimos años, teniendo una balanza comercial positiva con México. Si bien su tasa de crecimiento promedio es de 1,7% anual de 2008 a 2017, sus exportaciones en valor son muy superiores a lo que compra a México. Tan solo en 2017 el monto de sus exportaciones a México fue de 2.238.221 miles de dólares contra los 710.605 miles de dólares que importó, lo que representa que vende 6,8 veces más de lo que compra del país americano (Figura 8).

² La Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ASEAN por sus siglas en inglés: Association of Southeast Asian Nations) es una organización intergubernamental de estados del sureste asiático y está integrada por diez países: Malasia, Indonesia, Brunéi, Vietnam, Camboya, Laos, Birmania, Singapur, Tailandia y Filipinas.

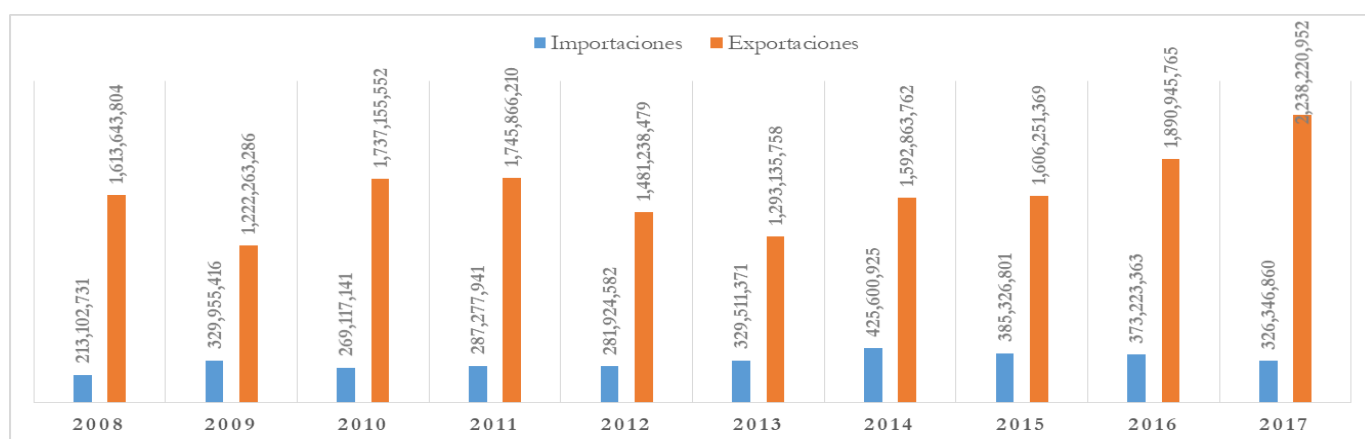


Figura 7. Exportaciones-Importaciones de Malasia a México de 2008-2017

Fuente: UNComtrade Database 2019

Los productos que importa de México son máquinas, aparatos y material eléctrico, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas y sus partes; instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; automóviles, plástico y sus manufacturas, entre otros productos (Trade Map, 2019). Con respecto a prendas de vestir y textiles sus principales proveedores son Burkina Faso, Mali, Uzbekistán, Benin, Tanzania, entre otros (World Integrated Trade Solution, 2018). Y solamente importó de México de este sector cantidades mínimas, 3.769 millones de dólares en 2016 y 2.547 millones de dólares en 2017 (World Integrated Trade Solution, 2019).

VIII. Singapur

Hoy en día, Singapur es una de las economías de más rápido crecimiento del mundo. Su PIB per cápita en 2018 fue de 54.169,44 dólares, convirtiéndolo en el sexto más alto del mundo basado en las cifras de la agencia central de inteligencia (Thought.com, 2019).

Singapur es uno de los principales centros comerciales del mundo, el cuarto centro financiero más grande y el segundo puerto más concurrido superando a Hong Kong y Rotterdam detrás solo del puerto de Shanghái (World Shipping Council, 2019).

La economía de Singapur se basa en la compra de bienes intermedios y la exportación de productos de alto valor añadido. Exporta principalmente maquinaria y equipo (43%); petróleo (19%) y productos químicos (13%). Las principales importaciones son maquinaria y equipo (39%); petróleo (33%); productos químicos (7%) y manufacturas misceláneas (7%) (Thought.com, 2019). Alrededor del 73% de sus exportaciones se dirigen a otros países asiáticos, otro 10% a importadores europeos y el resto a Norteamérica (World's Top Exporters, 2019); (Department of Statistics Singapore, 2019).

Los principales socios comerciales de Singapur por orden de importancia son China, que representó el 12,2% de las exportaciones de Singapur en 2018, seguido de

Hong Kong, con un 11,8%; Malasia, con un 10,9%; Indonesia con un 8%; Estados Unidos, con un 7,7%.

Singapur tiene varios acuerdos bilaterales. Quizás el más importante es el acuerdo de libre comercio con Estados Unidos, que entró en vigor en 2004. Entre los acuerdos bilaterales y regionales se encuentran: Australia, China, Costa Rica, India, Japón, Jordania, Corea del Sur, Panamá, Perú, Sri Lanka y Turquía (Export Gov, 2019). Por lo que este país ha vislumbrado sus lazos comerciales a otras regiones además de Asia.

En relación al sector del vestido, este representó en 2017 el 1,2% de las manufacturas, por lo que se observa que es un sector poco representativo para la industria de Singapur como se presenta en la Figura 9.

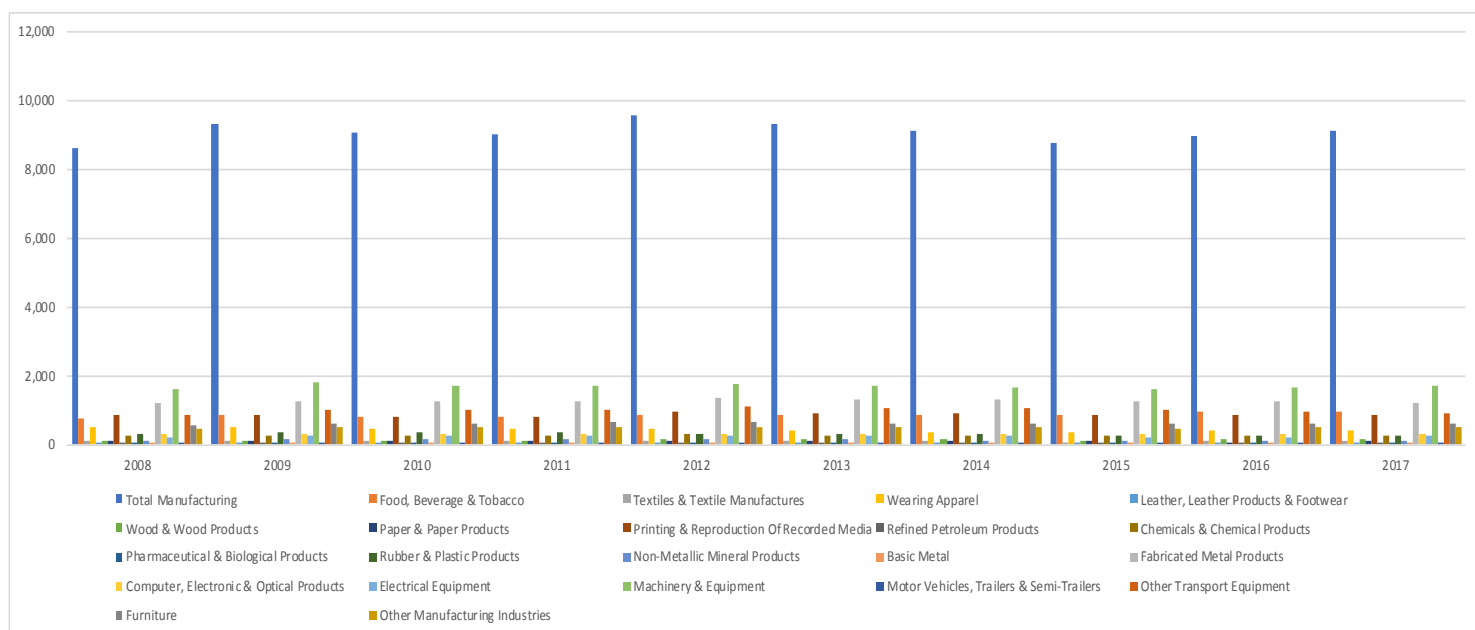


Figura 8. Los sectores manufactureros de Singapur de 2008-2017
Fuente: Elaboración propia de Department of Statistics Singapore (2019)

Si bien es cierto que la industria textil y de la confección no es un sector representativo para producir en Singapur, sí se puede afirmar que esta industria ha tenido un constante crecimiento desde los años 1990, caracterizándose por una tasa de reexportación muy elevada, ya que por este país pasan los materiales antes de ser examinados en las fábricas de los países vecinos (Cámara de Valencia, 2017). Es así que se ha convertido en uno de los Estados más prósperos del mundo, con un alto PIB per cápita, llamando la atención de marcas de alto prestigio para establecer sus tiendas como Victoria's Secret, Gucci y Uniqlo. Este último es una cadena de ropa japonesa que está presente en más de 15 países con cerca de 1.500 establecimientos. Vende ropa y complementos unisex diseñados exclusivamente para la marca (Uniqlo, 2019); que están presentes en centros comerciales ubicados en zonas estratégicas de Singapur, como el Orchard Road, siendo el principal eje comercial de Singapur (Modaes Latinoamérica, 2019).

Con respecto al intercambio comercial de Singapur con México, este tiene una balanza comercial deficitaria, siendo 2011 su mejor año de exportaciones hacia

México por un monto de 2.467.282.818 dólares en comparación con los 1.280.826.387 dólares en 2017, por lo que se observa que solamente exporta el 52% de lo que exportó en 2011, su mejor año (véase la Figura 10). Los proveedores de prendas de vestir y textil de Singapur son Bangladesh, Túnez, Perú, Sri Lanka entre otros; por lo que las importaciones de México de 2008 a 2017 son nulas (World Integrated Trade Solutions, 2019).

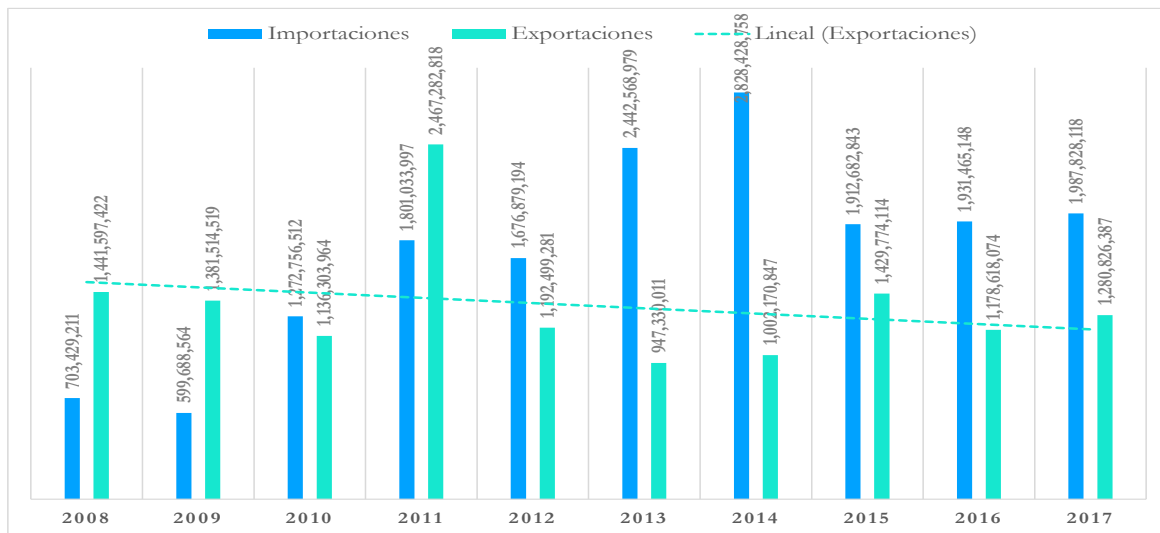


Figura 9. Exportaciones-Importaciones de Singapur a México 2008-2017
Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de UNComtrade Database 2019

IX. Japón

Japón es uno de los países más industrializados de Asia y representó para México su primer Tratado de Libre Comercio (TLC) transpacífico y el primero en incluir todos los sectores, en particular el agropecuario, especialmente sensible para ese país (International Centre for Trade and Sustainable Development, 2004). Este acuerdo fue firmado el 17 de septiembre de 2004 y entró en vigor el primero de abril de 2005, el cual fue denominado como Acuerdo de Asociación Económica (AAE), que significó para México un éxito el asociarse con uno de los países más avanzados del mundo y formalizar un vínculo comercial con el socio más antiguo que tiene en la región de Asia-Pacífico, encontrando en este país un lugar atractivo para hacer negocios, ávido de alimentos, con un consumidor de alta capacidad adquisitiva y demandante de recursos naturales, insumos y bienes intermedios (Uscanga, 2015); sin embargo, los japoneses han tenido mejor beneficio de esta vinculación en los sectores automotriz y electrónico (Tokoro, 2006).

Las principales industrias japonesas son la automotriz, electrónica de consumo, computadoras y otros productos electrónicos. A julio de 2017, Japón tiene celebrados acuerdos de asociación económica con 14 países en los que se encuentran: Australia, Brunei, Chile, India, Indonesia, Malasia, México, Mongolia, Perú, Filipinas, Singapur, Suiza, Tailandia y Vietnam; así como también, forma parte de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) (Japan Customs, 2019). Y recientemente, en febrero de 2019, el tratado de libre comercio entre Japón y la Unión Europea, lo

que representa la apertura de un mercado de alrededor de 635 millones de personas (European Commission, 2019).

Los principales destinos de exportación de Japón por orden de importancia son China, Estados Unidos, Corea del Sur y otros países asiáticos de la región. Los principales orígenes de las importaciones son China, los Estados Unidos, Australia, Corea del Sur y Arabia Saudita.

Cabe destacar que debido a su alto ingreso per cápita, los consumidores japoneses ya no prefieren la ropa regular y económica, sino que han cambiado su interés por ropa de moda de alta calidad y de alta gama. Es por ello que se han desarrollado tendencias de moda muy peculiares en ellos, como los estilos gótico y punk que son muy populares entre los jóvenes amantes de la moda japonesa. El estilo Kogal, que se basa en chicas de secundaria con faldas cortas a cuadros, calcetines sueltos y cabello teñido, también es un estilo famoso que se emula y abarca en todo el mundo. Las hadas kei y dolly kei se han convertido en estilos japoneses muy conocidos. Otro ejemplo, es la apariencia de “Lolita”, que ha ganado popularidad y un creciente interés en todo el mundo, que es un estilo lindo y femenino con vestidos de encaje, bolsos pequeños y sombreros. Por esta razón, muchas marcas de alto nivel, como Harajuku y Shibuya, están ganando el corazón de la moda. O como la marca Samantha Thavasa, que está utilizando las figuras de Paris Hilton y de Victoria Beckham para comercializar sus productos en Japón y fuera del país (Fibre2Fashion, 2017).

Por todo ello, la industria del vestido en 2016 representó para Japón un volumen de negocios de alrededor de 96 millones de dólares, con un valor de mercado interno de la industria de la moda de 97.000 millones de dólares, generando empleo para 431.000 personas (Fashion United, 2016).

Japón es conocido por sus compañías de moda internacionales y sus varios diseñadores exitosos. Una de ellas, es Uniqlo Japan, empresa subsidiaria de Fast Retailing Co., Ltd, que es la cadena minorista de ropa más grande del país, generando ventas netas anuales de más de 6.000 millones de dólares. Uniqlo, a diferencia de las demás marcas, proporciona ropa única y de alta calidad a un precio razonable (Fashion United, 2016).

La marca nipona Uniqlo en el 2017 abrió su primera tienda en Barcelona para convertirse en un digno competidor de la empresa española Zara, atendiendo a diferentes segmentos. Zara vende moda, y Uniqlo, productos básicos con elementos de moda. Si bien la empresa japonesa pretende ser la marca complementaria de Zara, la realidad apunta para ser rivales (Pantaleoni & Delgado, 2017).

Otras empresas japonesas de moda reconocidas son Himamura Group, Asics Corporation, United Arrows y Anward Holdings, y existe un gran número de marcas extranjeras como: La Perla (Italia), Kristina (Italia), ERES (Francia), Aubade (Francia), Simone Perele (Francia), Zimmerli (Suiza), entre otras, que venden dentro de almacenes ubicados en las zonas de alta categoría. También se encuentran las marcas que venden online como: Victoria’s Secret, Hanky Panky, Cosabella; marcas de alto precio hasta marcas económicas (Fibre2Fashion, 2017).

Con respecto al intercambio comercial de Japón con México, el país asiático ha tenido un mejor desempeño exportando cantidades importantes en relación a las compras que realiza de México. Tan solo en 2017 las exportaciones hacia México fueron de 11.269.197.010 dólares contra los 5.780.097.184 dólares que importó,

representando casi el doble, como se muestra en la Figura 11. También se observa que en 2009 tuvo un fuerte desplome en sus exportaciones, y en menor proporción en 2013, 2015 y 2016. En todos los casos las importaciones de México son muy inferiores, teniendo una balanza comercial deficitaria para el país.

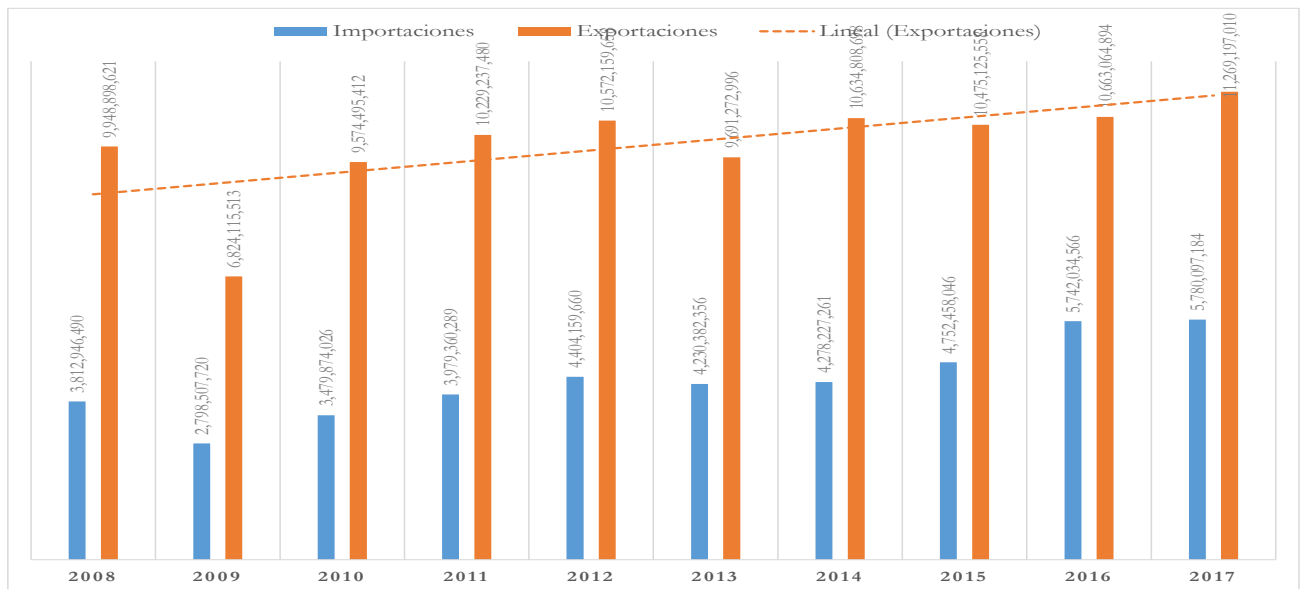


Figura 10. Exportaciones-Importaciones de Japón a México 2008-2017
 Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de UNComtrade Database 2019

Los productos que importa de México son principalmente máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción, combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; automóviles y sus partes; instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión, entre otros (Trade Map, 2019). También cabe destacar que las importaciones de Japón de prendas de vestir y textiles de 2008 a 2017 son nulas, por lo que existe una oportunidad exportar prendas de alta calidad.

X. Brunei Darussalam

Brunei Darussalam es parte del sudeste asiático y es una nación industrializada que se beneficia de sus extensos campos de petróleo y gas natural. Estas dos fuentes de ingresos proporcionan una calidad de vida cómoda para la población de Brunei. Sus productos son exportados por orden de importancia a Japón, Corea del Sur, Malasia, Tailandia y la India. Los principales orígenes de las importaciones son provenientes de China, Singapur, Malasia, los Estados Unidos y el Reino Unido. Las exportaciones más recientes son lideradas por petróleo gas, que representa el 51,2% de las exportaciones totales de Brunei, seguidas por petróleo crudo, que representan el 41,3% (The Observatory of Economy Complexity, 2019).

Brunei ha celebrado acuerdos de libre comercio con Australia y Nueva Zelanda, China, India, Japón y Corea del Sur. También cuenta con un acuerdo de asociación económica con Japón. Así como, ha extendido sus vínculos comerciales a

través del original Acuerdo Transpacífico (hoy el nuevo CPTPP) con Chile, Nueva Zelanda y Singapur.

La moda de Brunei está muy influenciada por Malasia, Corea del Sur y los Estados Unidos. Brunei es un país islámico, por lo que la mayoría de los bruneanos usan ropa tradicional y cultural, las mujeres se visten con colores brillantes y los hombres musulmanes siguen el código de vestimenta formal en oficinas gubernamentales y lugares públicos (Asia Fashion Clothing, 2017).

En Brunei, la industria del vestido, es el sector más importante después del petróleo y el gas, teniendo como mercado de destino a los Estados Unidos, esto gracias a las cuotas libres que goza. Dos de sus principales marcas son Farhanna Pura y Maricel Pamintuan (Asia Fashion Clothing, 2017). En 2017 las exportaciones de petróleo y gas representaron el 41%, mientras que las prendas de vestir el 17%, lo equivalente a 4,79 millones de dólares.

A diferencia del resto de los países asiáticos miembros del nuevo Acuerdo Transpacífico, Brunei Darussalam es un mercado pequeño para México, con una balanza comercial positiva para el país, como se muestra en la Figura 12, al cual solamente se le exportan frutas y frutos comestibles en pocas cantidades. Por otra parte, sus principales socios comerciales son países de la región de Asia ya mencionados.

Los productos que mayormente importa de México son máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas, vehículos automóviles y sus partes y accesorios, máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción, instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión, entre otros (Trade Map, 2019).

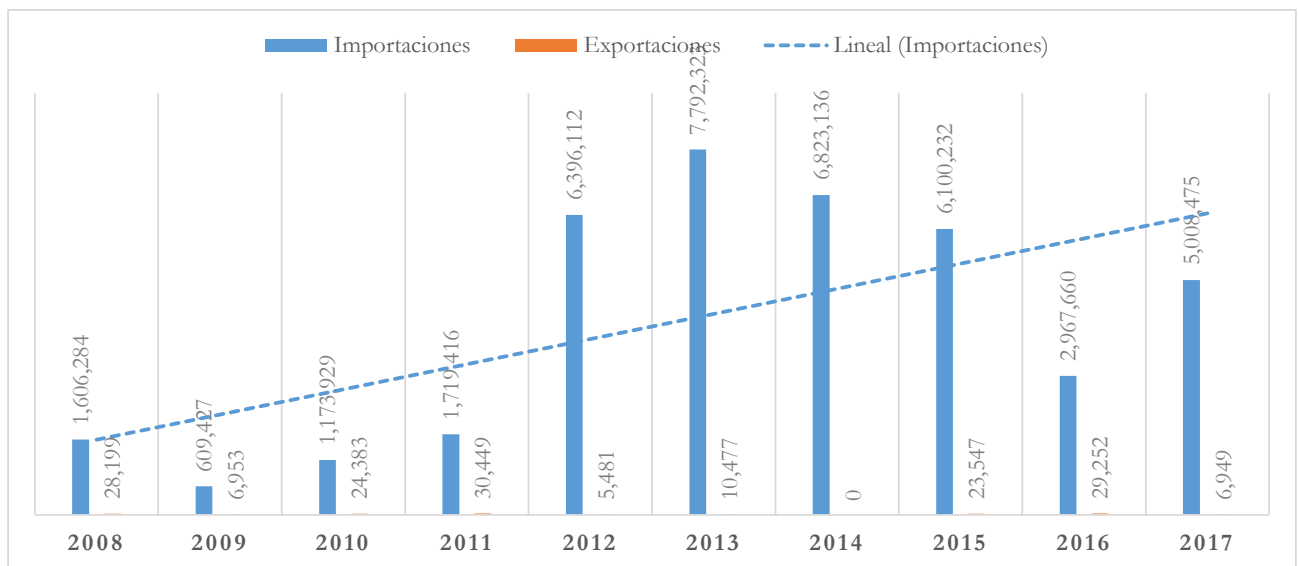


Figura 11. Exportaciones-Importaciones de Brunei **Darussalam** a México de 2008-2017
Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de UNComtrade Database 2019

En el tema de prendas de vestir y textiles sus proveedores son por orden de importancia la República Democrática Popular Lao, Hong Kong (China), Brasil,

Mauricio, Grecia, Colombia, entre otros. Y solamente importa de México desde 2012 a la fecha cantidades aún pequeñas (World Integrated Trade Solutions, 2019).

XI. Los beneficios para México tras adherirse al CPTPP

- Alcanzar una zona de acceso preferencial a 10 de las economías más importantes del mundo (Australia, Brunei, Chile, Japón, Malasia, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Vietnam y Canadá) (Universidad Intercontinental, 2018).
- Acceder a un mercado de 500 millones de consumidores, lo que generaría una diversificación de mercados para depender menos de Estados Unidos y Europa (Milenio, 2016).
- Comerciar libremente con 52 países en beneficio de los consumidores y de las empresas mexicanas que tendrán más oportunidades para exportar sus productos (Gobierno de México, 2018).
- Aumentar el atractivo de México como destino de Inversión Extranjera Directa (IED).
- Posibilidad de exportar a otros mercados productos terminados aprovechando la ventaja de que un 90% de nuestras importaciones de Asia Pacífico son productos intermedios o de capital (Milenio, 2016).
- Oportunidad de exportar alimentos frescos a mercados con gran poder adquisitivo.

XII. Desventajas para México al integrarse al CPTPP

- Los países asiáticos son potencialmente exportadores, ya que la distancia no es un limitante para ellos.
- Todos los países asiáticos con excepción de Brunei Darussalam ya se encuentran presentes en el mercado mexicano, por lo que la disminución de aranceles facilitaría su acceso (Trade Map, 2019).
- México ha perdido posicionamiento en el mercado de Estados Unidos, por lo que este Acuerdo ayudará a abrir más el mercado norteamericano a los países asiáticos ya que México sería un trampolín para llegar al mercado meta.
- Algunos analistas consideran que México ha tenido ventajas por más de 15 años al ser el principal socio comercial de Estados Unidos, ya sea por su cercanía o por el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica que han sido elementos favorecedores (Pontificia Universidad Católica de Ecuador, 2018).
- Algunos de los miembros de este nuevo Acuerdo como Malasia, Singapur y Vietnam se caracterizan por tener economías enfocadas a la manufactura, por lo que competirán de manera directa con México para vender a los Estados Unidos.
- Los países asiáticos se distinguen por tener mano de obra barata como Singapur principalmente en el sector del vestido (Dinero, 2015).

- Los sectores más sensibles en el CPTPP son: agropecuario, textiles y calzado, por lo que habrá que ser un mercado complementarlo en lugar de rivales (Milenio, 2016).
- La industria del vestido es generador de empleo principalmente de mujeres, por lo que la entrada de prendas de vestir de otros países provocaría pérdida de empleos, dañando fuertemente la economía nacional.

XIII. Conclusiones

Para México, la salida de Estados Unidos del CPTPP no representó un riesgo, ya que tiene el tratado de libre comercio denominado T-MEC, firmado el mes de octubre de 2018, por lo que su visión es con los países asiáticos que representan una gran oportunidad por la estrategia de diversificación de mercados, pues hoy depende en gran medida de Estados Unidos, mientras que del otro lado del Pacífico se encuentra una de las regiones más dinámicas en términos económicos.

México no debe apostarle a ser competidor de los países asiáticos en volumen y en precio, porque saldría perdiendo, sino manejar la estrategia de calidad y diseño, como lo hacen los europeos.

En términos del sector del vestido, Vietnam es el competidor más fuerte de los miembros que forman el CPTPP que además de ganar mercado con Estados Unidos ha dejado presencia importante en el mercado nacional. Otro dato importante que se observó son las características de su sector del vestido, ya que es semejante al de México, en donde existe abundante mano de obra, costos bajos y empresas pequeñas que no cuentan con marcas propias, por lo que sus productos se posicionan por volumen y por precio.

Por su parte, Malasia se está preparando para ser el centro de actividad textil, siguiendo los pasos de Bangladesh, Camboya y Vietnam. También se determinó que los países asiáticos tienen fortalezas industriales de alta tecnología, además de que sus socios comerciales son países de la región de Asia, siendo los socios indispensables China y Estados Unidos.

Cada país asiático tiene particularidades bien definidas, como la religión musulmana en Brunei Darussalam, por lo que se deberá tomar en cuenta la cultura de cada país. Por otro lado, Japón es un mercado muy interesante, ya que demandan prendas de moda de alta calidad, aunque cuentan con fabricantes de prendas de vestir muy bien posicionados dentro y fuera de Japón, esta industria solamente representó en 2017 el 0,59% del total de sus exportaciones.

Por otra parte, cabe hacer mención que se tienen balanzas comerciales deficitarias con Vietnam, Malasia y Japón, y que estos tres países se perfilan como exportadores potenciales de prendas de vestir, por lo que habrá que estar muy atentos para evitar más bajas en dicha industria. Mientras tanto, Singapur y Brunei Darussalam podrán ser países con oportunidades de negocios para México en todos los sectores, incluyendo el sector del vestido.

Es importante destacar que dentro de la lógica de mirar a la región de Asia-Pacífico, como mercados potenciales con un poder adquisitivo alto, ávidos de productos frescos y procesados, también es importante destacar el papel que tiene China en el sector del vestido como líder del sector por su volumen y sus bajos precios.

Un riesgo fuerte del sector del vestido es la pérdida de posicionamiento en el mercado estadounidense teniendo a varios países asiáticos enfrente de él, como: China; Bangladesh, India, Vietnam o Malasia, entre otros más. Por lo que las oportunidades habrá que buscarlas lo antes posible antes de que entre en vigor el CPTPP.

Es importante que las empresas del sector del vestido apuesten al diseño y a la modernización de sus plantas productivas ya que la rentabilidad del sector no está en la manufactura sino en el diseño y en la marca, elementos indispensables para competir con otros países, sobre todo con los asiáticos.

Tomando en cuenta la experiencia de México en la maquila de prendas de vestir, podría pasar de maquilador a diseñador con el conocimiento que tienen las empresas, gracias a la maquila. México cuenta con estados altamente productores en el sector, los cuales podrían ser una oportunidad para buscar inversión extranjera tanto como directa e indirecta.

Por lo que hay que reconocer que los empresarios mexicanos les hace falta preparación para salir a vender a otros mercados distintos a Estados Unidos, ya sea por el idioma, cultura, o simplemente porque hace falta desarrollo empresarial. La evidencia se encuentra en las balanzas comerciales analizadas en donde en casi todos los casos se importa mucho más de lo que se exporta.

XV. Referencias bibliográficas

- ASIA FASHION CLOTHING. (2017). Asia Fashion Clothing. Obtenido de <https://asiafashionclothing.com/fashion/asean/brunei/>
- BANCO MUNDIAL (2019). Banco Mundial. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/china>
- BBC NEWS. (2019). BBC New. Obtenido de Nuevo TPP:¿qué cambia para México, Chile y Perú con el nuevo Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica?: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-46722709>
- CÁMARA DE VALENCIA. (2017). Cámara de Valencia. Obtenido de <https://www.camaravalencia.com/camaraonline/contenidoNoticia.asp?noticia=20030310172914>
- CHINA BRIEFING. (2018). China Briefing. Obtenido de <https://www.china-briefing.com/news/chinas-city-clusters-plan-to-transform-into-19-super-regions/>
- COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES. (2019). Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Obtenido de <https://www.cnbv.gob.mx/Documents/Banca%20M%C3%BAltiples.pdf>
- DEPARTMENT OF STATISTICS SINGAPORE. (2019). Department of Statistics Singapore. Obtenido de <https://www.tablebuilder.singstat.gov.sg/publicfacing/createDataTable.action?refId=12406>
- DINERO. (2015). Dinero.com. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresia/mundo/articulo/ventajas-desventajas-del-tpp/214724>

- EL FINANCIERO. (2018). El Financiero. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/industria-automotriz-aporta-3-7-del-pib-nacional-en-2017>
- EMERGENING TEXTILES. (2016). Textile and Clothing trade information. Obtenido de <http://emergingtextiles.com/?q=art&s=160907-vietnam-country-report&r=free&i=samplearticle>
- ENTWISTLE, J. (2002). El cuerpo y la moda. Una visión sociológica. Obtenido de Estudios culturales estadounidenses: <https://estudioscultura.wordpress.com/2012/03/15/el-cuerpo-y-la-moda-joanne-entwistle/>
- EUROPEAN COMMISSION. (2019). European Commission. Obtenido de http://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-785_en.htm
- EXPORT GOV. (2019). Export Gov. Obtenido de <https://www.export.gov/article?id=Singapore-Trade-Agreements>
- FASHION UNITED. (2016). Fashion United. Obtenido de <https://fashionunited.com/fashion-statistics-japan>
- FIBRE2FASHION. (2017). Fibre2Fashion.com. Obtenido de <https://www.fibre2fashion.com/industry-article/7403/the-japanese-fashion-industry-an-overview>
- GENNERO, A., GRAÑA, F., LISERAS, N., CALÁ, D., & MAURO, L. (2009). Cómo agregar valor en industrias maduras, Un análisis de la industria de la confección de la ciudad de Mar del Plata. Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico, 2-7.
- GLOBAL APPAREL & TEXTILE TRADE AND SOURCING. (2019). Global Apparel & Textile Trade and Sourcing. Obtenido de <https://shenglufashion.com/>
- GOBIERNO DE MÉXICO. (2018). Gobierno de México. Obtenido de <https://www.gob.mx/epn/articulos/beneficios-del-tratado-integral-y-progresista-de-asociacion-transpacifico>
- GRACIA-HERNÁNDEZ, M. (2013). Competencia entre México y China en el interior del mercado de Estados Unidos. (<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=111248100002>, Ed.) Economía, Sociedad y Territorio, 37-78.
- GRANADOS, U. (2014). México y el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP): oportunidades y retos. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=433747296004>
- IDOM COSULTING. (2014). Plan Maestro para la creación del Centro Nacional de Innovación del Vestido y la Moda. México: Gobierno del Estado de Hidalgo.
- INTERNATIONAL CENTRE FOR TRADE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT. (2004). Obtenido de <http://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/jap%C3%B3n-y-m%C3%A9xico-firman-acuerdo-de-asociaci%C3%B3n-econ%C3%B3mica-aae>
- JAPAN CUSTOMS. (2019). Japan Custom. Obtenido de Free Trade Agreement /Economic Partnership Agreement: <http://www.customs.go.jp/english/epa/index.htm>
- LÓPEZ, P., & RODRÍGUEZ, P. (2016). El liderazgo de los países asiáticos en el sector del vestido: repercusiones para América Latina. *Tla-melaua*, 152-175(40),

- 152-175. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-69162016000200152&lng=es&nrm=iso
- MALAYSIA EXTERNAL TRADE DEVELOPMENT CORPORATION. (2019). Malaysia External Trade Development Corporation. Obtenido de <http://www.matrade.gov.my/en/malaysian-exporters/going-global/understanding-free-trade-agreements>
- MILENIO. (2015). Milenio. La importancia del sector textil-vestido en México. Obtenido de La importancia del sector textil-vestido en México: <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/ciencia-tecnologia/la-importancia-del-sector-textil-vestido-en-mexico>
- MILENIO. (2016). Milenio. Lo bueno y lo malo del TPP para México. Obtenido de <https://www.milenio.com/negocios/lo-bueno-y-lo-malo-del-tpp-para-mexico>
- MILLÁN, M. (2019). El Financiero. El sector textil mexicano, resiliente aún en desigualdad de condiciones. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/mauricio-millan-c/cartera/el-sector-textil-mexicano-resiliente-aun-en-desigualdad-de>
- MODAES LATINOAMÉRICA. (2018). Modaes Latinoamérica. Obtenido de <https://www.modaes.com/entorno/malasia-nuevo-hub-del-textil-el-gigante-chino-daiying-textile-invierte-110-millones-en-el-pais-es.html>
- MODAES LATINOAMÉRICA. (2019). Modaes Latinoamérica. Obtenido de <https://www.modaes.com/back-stage/singapur-extravagancia-asiatica-es.html>
- PANTALEONI, A., & DELGADO, C. (2017). El País. Así es Uniqlo, el gigante de la moda japonesa que compite con Zara. Obtenido de https://elpais.com/economia/2017/02/14/actualidad/1487062224_600720.html
- PLATAFORMA DE LA INDUSTRIA DE LA MODA PROMÉXICO. (2014). Plataforma de la Industria de la Moda ProMéxico. Obtenido de <http://gobiernofacil.com/proyectos/plataforma-promexico>
- PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ECUADOR. (2018). EFI- Economía Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://pucae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/15-progresos/239-tlcan>
- RACKED. (2018). México está lleno de ropa usada de contrabando de los Estados Unidos. Obtenido de <https://www.racked.com/2018/3/13/17110470/ropa-usada-mexico-goodwill>
- SCHOTT, P. (2007). Vietnam's Textile & Clothing Exports to the U.S. Under OTEXA Monitoring1. Obtenido de Vietnam's Textile & Clothing Exports to the U.S. Under OTEXA Monitoring1: http://faculty.som.yale.edu/peterschott/files/research/papers/veitnam_06.pdf

- SECRETARÍA DE ECONOMÍA. (2018). Secretaría de Economía. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-informacion-estadistica-y-arancelaria>
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA. (2018). Sistema de Consulta de Información Estadística por País. Obtenido de Sistema de Consulta de Información Estadística por País: http://187.191.71.239/sic_php/pages/estadisticas/mexico/G8bc_e.html
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA. (2019). Secretaría de Economía. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/es/prensa/se-publica-el-texto-del-tratado-integral-y-progresista-de-asociacion-transpacifico?idiom=es>
- SENADO DE LA REPÚBLICA LXIII LEGISLATURA. (2018). Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques. Obtenido de https://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/docs/F_Malasia.pdf
- SENADO DE LA REPÚBLICA LXIII LEGISLATURA. (2018). Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques. Obtenido de https://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/docs/F_Vietnam.pdf
- STITCH DAIRY. (2018). Stitch Diary. Obtenido de: How big is the Vietnamese Garment Industry? <https://stitchdiary.com/vietnam-garment-industry/>
- TEXTILE TODAY. (2018). Textile Today Driving business with knowledge. Obtenido de <https://www.textiletoday.com.bd/vietnams-textile-garment-exports-continue-grow/>
- THE OBSERVATORY OF ECONOMY COMPLEXITY. (2019). OEC. Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/brn/>
- THOUGHT.COM. (2019). Singapore Economic Development. Obtenido de <https://www.thoughtco.com/singapores-economic-development-1434565>
- TOKORO, Y. (2006). México y Japón: una perspectiva del Acuerdo de Asociación Económica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=363542888003>
- TRADE MAP. (2019). Trade Map. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c484%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1
- UNCOMTRADE DATABASE. (2019). UNComtrade Database. Obtenido de <https://comtrade.un.org/data/>
- UNIQLO. (2019). Uniqlo. Obtenido de https://www.uniqlo.com/es/es/company/about_uniqlo.html
- UNIVERSIDAD INTERCONTINENTAL. (2018). Universidad Intercontinental. Obtenido de <https://www.uic.mx/tpp-11-diversificacion-comercial-mexico/>
- USCANGA, C. (2015). Un decenio del Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica México-Japón: El principio de incertidumbre. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=433747302001>
- WORLD ATLAS. (2019). World Atlas. Obtenido de <https://www.worldatlas.com/articles/the-economy-of-malaysia.html>
- WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTION. (2018). WITS. Obtenido de https://wits.worldbank.org/CountryProfile/es/Country/MYS/StartYear/2008/EndYear/2017/TradeFlow/Import/Indicator/MPRT-PRDCT-SHR/Partner/ALL/Product/50-63_TextCloth

- WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTIONS. (2019). WITS. Obtenido de https://wits.worldbank.org/CountryProfile/es/Country/SGP/StartYear/2008/EndYear/2017/TradeFlow/Import/Indicator/MPRT-PRDCT-SHR/Partner/All/Product/50-63_TextCloth
- WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTIONS. (2019). WITS. Obtenido de https://wits.worldbank.org/CountryProfile/es/Country/VNM/StartYear/2008/EndYear/2016/TradeFlow/Import/Indicator/MPRT-PRDCT-SHR/Partner/ALL/Product/50-63_TextCloth
- WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTIONS. (2019). WITS. Obtenido de https://wits.worldbank.org/CountryProfile/es/Country/BRN/StartYear/2008/EndYear/2017/TradeFlow/Import/Indicator/MPRT-PRDCT-SHR/Partner/ALL/Product/50-63_TextCloth
- WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTIONS. (2019). WITS. Obtenido de: https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/MEX/Year/2017/TradeFlow/Export/Partner/all/Product/50-63_TextCloth
- WORLD SHIPPING COUNCIL. (2019). World Shipping Council. Obtenido de <http://www.worldshipping.org/about-the-industry/global-trade/top-50-world-container-ports>
- WORLD'S TOP EXPORTERS. (2019). World's Top Exporters. Obtenido de <http://www.worldstopexports.com/singapores-top-import-partners/>