

EAX - MAB
B0015000760

Cofemer Cofemer

De: Manuel Cardona Z. <mcardona@antad.org.mx>
Enviado el: miércoles, 18 de marzo de 2015 05:14 a. m.
Para: Cofemer Cofemer
Asunto: ANTAD CUPO JUGUETES
Datos adjuntos: ANTAD, escrito réplica respuestas SE.docx; ATT00001.htm; Análisis económico 2013.pdf; ATT00002.htm

Adjunto escrito de réplica a las respuestas de la Secretaría de Economía.

Manuel Cardona Zapata
Director de Relaciones con Gobierno ANTAD
iPhone

“2015, Año del Generalísimo José María Morelos y Pavón” “La información de este correo así como la contenida en los documentos que se adjuntan, puede ser objeto de solicitudes de acceso a la información”



COMISIÓN FEDERAL DE MEJORA REGULATORIA
Blvd. Adolfo López Mateos No. 3025, piso 8
Col. San Jerónimo Aculco, C.P. 10400
México, D.F.

Asunto: Réplica a la respuesta a los comentarios recibidos sobre el anteproyecto Expediente No. 03/2391/021214 (Acuerdo por el que se da a conocer el cupo y mecanismo de asignación para importar juguetes y productos para bebé)

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C., FORMULA RÉPLICAS a las respuestas proporcionadas por la Secretaría de Economía, y que fueron incluidas en la página de Internet de esa H. Comisión el 5 de marzo de 2015, en relación con los comentarios elaborados sobre el anteproyecto del “Acuerdo por el que se da a conocer el cupo y mecanismo de asignación para importar juguetes y productos para bebé”(Acuerdo de cupo de juguetes y productos para bebés en lo sucesivo) con número de expediente 03/2391/021214, conforme a lo siguiente:

PREÁMBULO

En el escrito que se replica, la Secretaría de Economía señala que los comentarios recibidos por las partes interesadas, se basan sólo en el análisis de la Manifestación de Impacto Regulatorio del Acuerdo de cupo de juguetes y productos para bebés, y por tanto, supuestamente no se tiene una visión completa de la política industrial del sector juguetero en México.

De esta forma, la Secretaría de Economía describe las acciones que supuestamente benefician de “manera generalizada” la

importación y consumo de juguetes, dividiendo dichas acciones en medidas arancelarias y medidas no arancelarias.

Al respecto, primeramente se señala en respuesta a lo manifestado por la Secretaría de Economía, que los comentarios y argumentos hechos valer por diversas partes interesadas, así como por la Comisión Federal de Competencia, fueron realizados tomando en consideración las circunstancias particulares del mercado mexicano del juguete, y de ninguna manera representan una visión aislada de la citada Manifestación de Impacto Regulatorio, tal y como se desprende del estudio económico de dicha industria, que se acompañó como anexo a los comentarios vertidos por mis mandantes con fecha 15 de diciembre de 2014, así como de las demás pruebas que se acompañaron al mismo.

En este sentido, una premisa importante que se tomó en cuenta al realizar los comentarios en contra del Anteproyecto, fue la composición del mercado de juguetes en México, donde existe un agente económico con una dominancia en el mercado, y el cual es el principal beneficiario del cupo otorgado.

La circunstancia anterior, no puede dejarse de lado al momento de analizar la subsistencia del Acuerdo de cupo de juguetes y productos para bebés, así como su mecánica de distribución y topes máximos, ya que de no realizarse los ajustes necesarios, e incluso recomendados por la Comisión Federal de Competencia Económica, se continuará distorsionado el mercado de juguetes mexicanos, **otorgando una ventaja competitiva artificial** para un agente económico, contraria a los artículos 25 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y las normas aplicables en materia de competencia económica.

Por tanto, contrario a lo manifestado por la Secretaría de Economía en los comentarios hechos al anteproyecto, la presente replica se sustenta en el análisis objetivo del mercado mexicano del juguete.

REPLICAS

1. Réplica a la respuesta I numeral 1 del comentario de la Comisión Federal de Competencia Económica, en relación con la revisión de la pertinencia del arancel y la recomendación de reducir de manera gradual el arancel de importación.

Al respecto, la Secretaría de Economía señala que se encuentra evaluando una reducción arancelaria para 11 fracciones del capítulo 95 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, con lo que el arancel **promedio simple** de dicho capítulo se ubicaría en 6.9% en 2015, siendo que el promedio para productos manufacturados se ubica en 15%.

En este sentido, la Secretaría de Economía presenta una tabla en la que muestra como arancel **promedio simple** vigente desde 2010 y hasta la fecha, del 7.9%.

Al respecto, es importante advertir que la respuesta de la Secretaría de Economía debe valorarse tomando en cuenta que el mayor volumen de importaciones de juguetes se realizan utilizando 6 fracciones arancelarias, a saber, las fracciones 9503.00.05, 9503.00.11, 9503.00.14, 9503.00.20, 9503.00.36 y 9503.00.99.

De esta forma, el comentario de la Secretaría de Economía debe ser atemperado a la luz de una revisión del arancel ponderado conforme al volumen de importaciones, y sólo tomando en cuenta las fracciones arancelarias que hasta el 31 de diciembre de 2014, formaban parte del Acuerdo de cupo de juguetes.

En estos términos, resulta tendencioso que la Secretaría de Economía sólo muestre un arancel promedio simple de todas las fracciones arancelarias comprendidas dentro del capítulo 95 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, y no un arancel ponderado tomando en cuenta sólo las fracciones arancelarias afectas al cupo de juguetes.

De esta forma, si sólo las fracciones arancelarias 9503.00.01, 9503.00.02, 9503.00.03, 9503.00.04, 9503.00.05, 9503.00.06, 9503.00.07, 9503.00.08, 9503.00.09, 9503.00.10, 9503.00.11, 9503.00.12, 9503.00.13, 9503.00.14, 9503.00.15, 9503.00.16, 9503.00.17, 9503.00.18, 9503.00.19, 9503.00.20, 9503.00.21, 9503.00.22, 9503.00.23, 9503.00.24, 9503.00.26, 9503.00.36, 9503.00.99, 9504.30.99, 9504.40.01, 9504.90.01 y 9504.90.02 son las que concentran la totalidad de las importaciones efectuadas a través del esquema de cupo, entonces a efecto de contar con un dato real respecto a la desgravación total que se ha dado a las importaciones de juguetes realizadas a través del cupo, es necesario tomar como base sólo las fracciones que efectivamente son utilizadas para efectuar dichas importaciones.

Ello, pues no tiene sentido alguno tomar en cuenta la desgravación de las fracciones arancelarias que no son utilizadas bajo el esquema de cupo que prevé el Anteproyecto en comento.

Así, a fin de evaluar el arancel vigente y futuro de las importaciones de juguetes, se deberá calcular el promedio ponderado de las fracciones arancelarias de juguetes comprendidas en el Acuerdo de Juguetes vigente hasta el 31 de diciembre de 2014, tomando en cuenta el volumen de importaciones anuales.

De esta forma, a continuación se presenta el cálculo del promedio ponderado por volumen de importación, correspondiente a los años 2012, 2013 y 2014:

2014				
Fracción	Importaciones	Arancel	Ponderador	Arancel Ponderado
9503.00.01	11,610,979	15	0.01	0.21
9503.00.02	42,356,498	15	0.05	0.77
9503.00.03	3,881,721	15	0.00	0.07
9503.00.04	10,507,412	15	0.01	0.19
9503.00.05	82,490,834	15	0.10	1.50
9503.00.06	31,184,938	15	0.04	0.57
9503.00.07	2,685,171	10	0.00	0.03
9503.00.08	140,054	5	0.00	0.00

9503.00.09	113,018	10	0.00	0.00
9503.00.10	786,017	15	0.00	0.01
9503.00.11	110,398,226	15	0.13	2.01
9503.00.12	45,047,784	15	0.05	0.82
9503.00.13	97,036	15	0.00	0.00
9503.00.14	74,327,310	15	0.09	1.35
9503.00.15	8,346,427	15	0.01	0.15
9503.00.16	3,812,952	15	0.00	0.07
9503.00.17	4,209,863	15	0.01	0.08
9503.00.18	4,609,955	15	0.01	0.08
9503.00.19	6,696,846	15	0.01	0.12
9503.00.20	63,398,056	15	0.08	1.15
9503.00.21	49,688	10	0.00	0.00
9503.00.22	262,305	15	0.00	0.00
9503.00.23	19,303,784	15	0.02	0.35
9503.00.24	14,844,289	15	0.02	0.27
9503.00.26	4,017,825	15	0.00	0.07
9503.00.36	119,751,002	15	0.15	2.18
9503.00.99	139,396,133	15	0.17	2.54
9504.30.99	16,017,294	15	0.02	0.29
9504.40.01	3,480,519	15	0.00	0.06
9504.90.01	86,185	15	0.00	0.00
9504.90.02	772,302	10	0.00	0.01
Suma	824,682,423	Arancel Ponderado	14.98	

2013				
Fracción	Importaciones	Arancel	Ponderador	Arancel Ponderado
9503.00.01	10,777,758	15	0.01	0.18
9503.00.02	42,694,455	15	0.05	0.71
9503.00.03	5,428,879	15	0.01	0.09
9503.00.04	11,259,318	15	0.01	0.19
9503.00.05	78,858,466	15	0.09	1.32
9503.00.06	32,737,528	15	0.04	0.55
9503.00.07	3,121,854	10	0.00	0.03
9503.00.08	149,520	5	0.00	0.00
9503.00.09	116,056	10	0.00	0.00
9503.00.10	782,992	15	0.00	0.01
9503.00.11	120,086,063	15	0.13	2.00
9503.00.12	46,906,100	15	0.05	0.78

9503.00.13	125,800	15	0.00	0.00
9503.00.14	73,724,078	15	0.08	1.23
9503.00.15	7,853,167	15	0.01	0.13
9503.00.16	4,128,367	15	0.00	0.07
9503.00.17	3,692,676	15	0.00	0.06
9503.00.18	4,832,232	15	0.01	0.08
9503.00.19	7,017,573	15	0.01	0.12
9503.00.20	63,815,658	15	0.07	1.07
9503.00.21	48,024	10	0.00	0.00
9503.00.22	496,153	15	0.00	0.01
9503.00.23	21,103,746	15	0.02	0.35
9503.00.24	16,029,747	15	0.02	0.27
9503.00.26	2,633,425	15	0.00	0.04
9503.00.36	131,112,418	15	0.15	2.19
9503.00.99	138,078,707	15	0.15	2.30
9504.30.99	66,605,224	15	0.07	1.11
9504.40.01	3,754,816	15	0.00	0.06
9504.90.01	62,207	15	0.00	0.00
9504.90.02	613,567	10	0.00	0.01
Suma	898,646,574	Arancel Ponderado		14.98

2012				
Fracción	Importaciones	Arancel	Ponderador	Arancel Ponderado
9503.00.01	8,352,225	15	0.01	0.14
9503.00.02	38,302,623	15	0.04	0.63
9503.00.03	5,585,812	15	0.01	0.09
9503.00.04	10,794,490	15	0.01	0.18
9503.00.05	74,469,156	15	0.08	1.22
9503.00.06	30,193,555	15	0.03	0.49
9503.00.07	2,824,335	10	0.00	0.03
9503.00.08	141,556	5	0.00	0.00
9503.00.09	141,769	10	0.00	0.00
9503.00.10	962,481	15	0.00	0.02
9503.00.11	119,350,952	15	0.13	1.95
9503.00.12	53,292,128	15	0.06	0.87
9503.00.13	15,627	15	0.00	0.00
9503.00.14	55,800,309	15	0.06	0.91
9503.00.15	8,947,972	15	0.01	0.15
9503.00.16	5,073,856	15	0.01	0.08

9503.00.17	3,121,740	15	0.00	0.05
9503.00.18	5,693,874	15	0.01	0.09
9503.00.19	6,805,685	15	0.01	0.11
9503.00.20	64,100,592	15	0.07	1.05
9503.00.21	80,172	10	0.00	0.00
9503.00.22	484,647	15	0.00	0.01
9503.00.23	20,932,287	15	0.02	0.34
9503.00.24	16,898,817	15	0.02	0.28
9503.00.26	3,493,395	15	0.00	0.06
9503.00.36	79,321,808		0.09	-
9503.00.99	200,594,153	15	0.22	3.28
9504.30.99	95,591,829	15	0.10	1.57
9504.40.01	4,116,891	15	0.00	0.07
9504.90.01	66,331	15	0.00	0.00
9504.90.02	560,947	10	0.00	0.01
Suma	916,112,014	Arancel Ponderado	13.68	

* Aranceles obtenidos de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18 de junio de 2007 y sus modificaciones posteriores.

** Importaciones obtenidas del SIAVI. Cifras expresadas en dólares.

*** Las fracciones consideradas son las incluidas en el acuerdo de cupos para juguetes.

De las tablas anteriores se desprende que tomando en consideración únicamente las fracciones arancelarias autorizadas en el esquema de cupo, se obtiene el arancel ponderado, el cual ha incrementado de 2012 a 2014 de un 13.68% a un 14.98%, por lo que, contrario a lo señalado por la Secretaría de Economía, el arancel promedio de las mercancías que nos interesan para analizar la subsistencia del cupo es casi el doble del arancel señalado en sus manifestaciones.

Así, es claro que el arancel promedio de 6.9% que señala la Secretaría de Economía calculado con base en un promedio simple de las 92 fracciones arancelarias contenidas en el capítulo 95 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación no guarda relación con los aranceles ponderados de las fracciones

arancelarias que concentran la totalidad de las importaciones efectuadas a través del esquema de cupo.

De esta forma, al momento de evaluar la situación de los aranceles de importación aplicables a las fracciones arancelarias objeto del Acuerdo de Cupo, se debe tener en cuenta el arancel promedio ponderado de 14.98% y no el arancel promedio simple de 6.9%.

Además, si bien la Secretaría de Economía ha realizado una depuración y reducción de aranceles, es importante recordar el comentario de la Comisión Federal de Competencia Económica, en el sentido que casi el 100% del Consumo Nación Aparente lo cubren las importaciones, por tanto, lo lógico para apoyar a los consumidores de juguetes, sería eliminar el arancel de importación.

Lo anterior, máxime que dicha disminución no podría afectar a la industria nacional de juguetes, porque dicha industria exporta casi el 100% de su producción, tal y como se comprobará más adelante.

2. Réplica a la respuesta I numeral 2 del comentario de la Comisión Federal de Competencia Económica, en relación con la valoración costo-beneficio del arancel cupo considerando beneficios a la industria y posibles afectaciones al consumidor con el propósito de acreditar que la continuación del esquema de cupo sería más beneficiosa que perjudicial para la sociedad.

Antes de replicar esta respuesta, se debe revisar la composición del mercado de juguetes en México, donde existe un agente económico con una dominancia en el mercado, y el cual es el principal beneficiario del cupo otorgado.

Para acreditar lo anterior, se muestra el siguiente cuadro¹ en el que se muestra la distribución del último cupo otorgado, y el cálculo del índice Herfindahl de dicha distribución, que llega a 2,447 puntos, lo

¹ Este cálculo se preparó con base en la información disponible en la página de Internet www.economia.gob.mx

cual muestra un alto grado de concentración y un índice de dominancia de 8,457:

Nombre / Razón Social	Monto Asignado (USD) (A)	Monto Total (B)	qi (C=(A/B)*100)	qi ² (D=C^2)	H (E)	hi (F=(D/E)*100)	hi ² (G=F^2)
MATTEL DE MEXICO SA DE CV	120,000,000		47.42474	2249.10561		91.91397	8448.17808
INDUSTRIAS PLASTICAS MARTIN SA DE CV	18,523,388		7.32056	53.59055		2.19008	4.79645
PRODUCTOS INFANTILES SELECTOS SA DE CV	14,128,813		5.58379	31.17875		1.27418	1.62353
FOTORAMA DE MEXICO SA DE CV	11,163,326		4.41181	19.46411		0.79544	0.63272
GLASFIRMA SA DE CV	10,000,000		3.95206	15.61879		0.63829	0.40742
JUGUETES FAMOSA SA DE CV	10,000,000		3.95206	15.61879		0.63829	0.40742
SPIN MASTER MEXICO SA DE CV	8,483,836		3.35286	11.24170		0.45941	0.21106
MERRY TECH INTERNACIONAL SA DE CV	7,877,985		3.11343	9.69343		0.39614	0.15693
ALGARA SA DE CV	7,251,658		2.86590	8.21338		0.33566	0.11266
ALVACO EMPRESAS SA DE CV	7,000,000		2.76644	7.65321		0.31276	0.09782
PLASTICOS IMPALA SA DE CV	6,640,500		2.62437	6.88730		0.28146	0.07922
SERVICIOS MEXICANOS DE MANUFACTURAS DE RL DE CV	5,838,000		2.30721	5.32323	2.447	0.21754	0.04733
PRODUCTOS INFANTILES SELECTOS SA DE CV	5,610,908	253,032,509	2.21747	4.91715		0.20095	0.04038
NOVELTY CORP DE MEXICO SA DE CV	3,733,243		1.47540	2.17681		0.08896	0.00791
MEXEX (MEXICANA DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES) SA DE CV	3,500,000		1.38322	1.91330		0.07819	0.00611
KAY INTERNACIONAL SA DE CV	3,000,000		1.18562	1.40569		0.05745	0.00330
PROCESSED PLASTIC DE MEXICO S A P I DE CV	2,952,158		1.16671	1.36121		0.05563	0.00309
JUGUETES MEXICANOS SA DE CV	1,989,485		0.78626	0.61820		0.02526	0.00064
DISTRIBUIDORA TOYMARK SA DE CV	1,478,538		0.58433	0.34144		0.01395	0.00019
PLASTIFABRICA SA DE CV	1,448,304		0.57238	0.32762		0.01339	0.00018
BICILEYCA SA DE CV	1,000,000		0.39521	0.15619		0.00638	0.00004
MONARCA INDUSTRIAL DEPORTIVA SA DE CV	843,885		0.33351	0.11123		0.00455	0.00002
DIAKO ABC SA DE CV	568,482		0.22467	0.05048		0.00206	0.00000
Índice de Herfindahl				2447			8457

* Monto asignado de acuerdo con asignación directa en 2014.

Por otra parte, a continuación se muestra el siguiente cuadro en el que se muestra la distribución de la producción de juguetes en México, tomando en cuenta los productores nacionales que obtienen cupo, y utilizando como referencia la información reportada por los productores a la Secretaría de Economía.

Del siguiente cuadro realizado a partir de la información pública de la Secretaría de Economía, se aprecia que el cálculo del índice

Herfindahl de dicha distribución de la producción llega a 4,048 puntos, lo cual muestra el alto grado de concentración y un índice de dominancia de 9,412:

Nombre / Razón Social	Promedio de Ingresos por producción últimos dos años (USD) (A)	Monto Total (B)	qi (C=(A/B)*100)	qi² (D=C^2)	H (E)	hi (F=(D/E)*100)	hi² (G=F^2)
MATTEL DE MEXICO SA DE CV	298,860,324	476,922,133	62.66439	3926.82521	4,048	97.00556	9410.07903
BICILEYCA SA DE CV	24,718,580		5.18294	26.86285		0.66360	0.44037
GLASFIRMA SA DE CV	24,464,580		5.12968	26.31362		0.65003	0.42254
PRODUCTOS INFANTILES SELECTOS SA DE CV	24,062,265		5.04532	25.45529		0.62883	0.39543
INDUSTRIAS PLASTICAS MARTIN SA DE CV	18,523,388		3.88394	15.08502		0.37265	0.13887
FOTORAMA DE MEXICO SA DE CV	11,163,326		2.34070	5.47889		0.13535	0.01832
JUGUETES FAMOSA SA DE CV	10,829,010		2.27060	5.15564		0.12736	0.01622
SPIN MASTER MEXICO SA DE CV	8,483,836		1.77887	3.16439		0.07817	0.00611
MERRY TECH INTERNACIONAL SA DE CV	7,877,986		1.65184	2.72857		0.06740	0.00454
ALVACO ENTERPRISES SA DE CV	7,328,318		1.53659	2.36110		0.05833	0.00340
ALCARA SA DE CV	7,251,658		1.52051	2.31196		0.05711	0.00326
PLASTICOS IMPALA SA DE CV	6,968,651		1.46117	2.13502		0.05274	0.00278
SERVICIOS MEXICANOS DE MANUFACTURA S DE RL DE CV	5,911,700		1.23955	1.53649		0.03796	0.00144
MEXEX (MEXICANA DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES) SA DE CV	3,797,744		0.79630	0.63410		0.01566	0.00025
NOVELTY CORP DE MEXICO SA DE CV	3,733,623		0.78286	0.61287		0.01514	0.00023
KAY INTERNACIONAL SA DE CV	3,638,316		0.76287	0.58198		0.01438	0.00021
PROCESSED PLASTIC DE MEXICO S A P I DE CV	2,980,132		0.62487	0.39046		0.00965	0.00009
JUGUETES MEXICANOS SA DE CV	1,989,486		0.41715	0.17402		0.00430	0.00002
DISTRIBUIDORA TOYMARK SA DE CV	1,478,538		0.31002	0.09611		0.00237	0.00001
PLASTIFABRICA SA DE CV	1,448,304		0.30368	0.09222		0.00228	0.00001
MONARCA INDUSTRIAL DEPORTIVA SA DE CV	843,885		0.17694	0.03131		0.00077	0.00000
DIAKO ABC SA DE CV	568,482		0.11920	0.01421		0.00035	0.00000
Índice de Herfindahl						9412	

* Producción de Productos Infantiles Selectos sumada de acuerdo con las dos asignaciones de cupos.

Los datos anteriores no puede dejarse de lado al momento de analizar la subsistencia del Acuerdo de cupo de juguetes y productos para bebés, así como su mecánica de distribución y topes máximos, ya que de no realizarse los ajustes necesarios, se continuará distorsionado el mercado de juguetes mexicanos, otorgando una ventaja competitiva

artificial para un agente económico, contraria a los artículos 25 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Al respecto, la Secretaría de Economía señala en su respuesta a los comentarios de la Comisión Federal de Competencia Económica, que las medidas integrales de la política sectorial *“tienen como fin último beneficiar al consumidor”*, y que se *“busca favorecer la competencia y diversificación del mercado de juguetes”*. Así, la Secretaría de Economía señala lo siguiente:

- Desde el establecimiento del cupo en 2005, el incremento del precio de los juguetes ha sido menor al incremento del nivel general de precios del INPC, lo cual se traduce en un impacto positivo en el poder adquisitivo de las familias mexicanas.
- Antes del establecimiento del cupo, los márgenes de ganancia de los productores tenían una tendencia a la baja, y actualmente se han alineado las ganancias de los productores y comercializadores.
- No se observa una alteración en la estructura de importaciones, ya que los niveles de importación mediante cupo o sin cupo, se han mantenido constantes.

a) En relación con lo anterior, se manifiesta que los supuestos beneficios para consumidores y productores no son reales, sino artificiales, fomentando conductas anticompetitivas. Inclusive, los indicadores denotan la existencia de un agente económico con poder sustancial para mantener precios bajos, y el margen de ganancia representa los beneficios económicos desmedidos del principal agente económico.

Primeramente, se señala respecto al argumento expuesto por la Secretaría de Economía en el sentido que el INPC se encuentra en niveles más altos que el incremento del precio de los juguetes, que existe muy poca correlación entre el INPC y el incremento en los precios de los juguetes, ya que el INPC es un indicador económico diseñado específicamente para medir el cambio promedio de los precios en el

tiempo, mediante una canasta ponderada de bienes y servicios representativa del consumo de las familias urbanas de México y los precios de juguetes al consumidor, son un indicador económico para medir el cambio promedio de los precios en el tiempo de los juguetes, utilizando productos diferentes a los que integran el Índice Nacional de Precios al Consumidor.

De igual forma, es importante mencionar que los juguetes muestran una estacionalidad marcada en ciertos meses del año y los productos que conforman la canasta de bienes y servicios para el cálculo del INPC no muestran dicha estacionalidad, esto es, éstos se revisan de manera periódica para reflejar el aumento generalizado de los precios, por lo que la relación que guardan dichos indicadores, de igual forma pudiera estar distorsionada.

Por otra parte, es importante señalar que no se pueden supeditar supuestos beneficios a los consumidores, a costa de que se creen distorsiones artificiales en el mercado de juguetes en México, evitando un equilibrio en dicho mercado, lo que en un futuro próximo puede llevar a más concentración del mercado por la salida de competidores del mercado.

En este sentido, se puntualiza que el hecho de que los precios de los juguetes se hayan mantenido en un nivel menor que el incremento general de precios del INPC, es un indicador que el agente económico que obtiene el mayor beneficio del cupo de juguetes, tiene una ventaja competitiva artificial que le permite ofrecer descuentos para los consumidores, que de otra forma no lograría.

Por lo anterior, los demás competidores que no obtienen cupo o lo obtienen en una menor proporción, se ven obligados a bajar sus precios y poder competir con el gran agente económico que obtiene la mayoría del cupo.

En efecto, el hecho que un solo agente económico, reciba una cantidad de cupo inmensamente mayor al del resto de los importadores, ocasiona que dicho importador tenga una ventaja económica artificial

sobre los demás competidores, lo que naturalmente se traduce en que pueda bajar los precios de los juguetes.

Al respecto, la eliminación del cupo, así como de los aranceles a la importación de juguetes, traería como consecuencia inmediata y directa la baja en los precios de los juguetes, de forma generalizadas y no causada por factores artificiales que manipulan el mercado por el agente económico que es el principal importador, productor y exportador.

Como muestra que una eliminación del cupo y de los aranceles, traería como resultado una baja generalizada de precios, se cita el ejemplo de los Estados Unidos de América, donde los precios de los juguetes son más bajos a los precios de México, lo cual es un hecho conocido por todos.

A manera de ejemplo, basta esa H. Comisión podrá revisar que respecto al juguete denominado “Buzz Lightyear” de la película Toy Story, ambos tiene precio totalmente distintos en México que en Estados Unidos de América.

Así, se podrá verificar en la página de Internet de Toys”R”Us (<http://www.toysrus.com/product/index.jsp?productId=3544813&prodFindSrc=pn&cp=11324991>), que el precio del “Buzz Lightyear” de la película Toy Story es de \$59.99 dólares de los Estados Unidos de América, lo que equivale a **\$929.20** pesos, utilizando un tipo de cambio de \$15.4892, vigente el 17 de marzo de 2015.

Por otra parte, el precio verificable de mismo juguete en la página de Internet de Liverpool (<http://www.liverpool.com.mx/tienda/figura-de-buzz-lightyear-/1014235066?s=buzz+lightyear>), es de **\$1,529.00** pesos.

De lo anterior, se aprecia que existe una diferencia en el precio de hasta 60%, la cual encuentra su explicación, entre otras cosas, en la diferente política arancelaria entre México y los Estados Unidos de América.

Derivado de lo anterior, surge la pregunta si los supuestos beneficios descritos por la Secretaría de Economía, como consecuencia de la vigencia del cupo, son superiores al costo en la competencia del mercado de juguetes.

Al respecto, se señala que el precio y valor de los bienes o mercancías involucradas es una tarea reservada a las fuerzas del mercado, **y que la intervención del Estado en el mercado debe ser excepcional** y siempre bajo las directrices de la propia Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Así, son los artículos 25 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los que regulan la participación del Estado en la economía nacional y cuya intervención en los mercados debe ser excepcional, pero siempre fomentando la competitividad económica.

En efecto, el artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, dispone que *“la ley alentará y protegerá la actividad económica que realicen los particulares y proveerá las condiciones para que el desenvolvimiento del sector privado contribuya al desarrollo económico nacional, **promoviendo la competitividad** e implementando una política nacional para el desarrollo industrial sustentable que incluya vertientes sectoriales y regionales, en los términos que establece esta Constitución.”*

Por su parte, el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, es el fundamento para la intervención del Estado en materia de competencia económica, señalando que *“quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos **y las exenciones de impuestos** en los términos y condiciones que fijan las leyes.”*

Por lo anterior, dicho artículo constitucional señala: *“la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de los precios; todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre competencia o la competencia entre sí o para obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, **todo lo que constituya una ventaja***

exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.”

De la lectura al artículo 28 Constitucional podemos darnos cuenta, que el Estado garantizará un mercado que sea competitivo y sancionará mediante el derecho de competencia económica, aquellas conductas que atenten contra un libre mercado que afecte los intereses de los consumidores.

Así las cosas, no se debe perder de vista que el bien jurídico tutelado por el derecho de la competencia económica es el proceso competitivo o la competencia en sí misma (el mercado propio) y por tanto, cuando la competencia económica se ve afectada, ello se traduce en menor eficiencia y menor bienestar social.²

Ahora bien, se ha dicho que en el mercado mexicano de juguetes, existe un agente económico, que obtiene el mayor monto de cupo (47.42 %)³ y que ello, produce que se le entregue a dicho agente una ventaja competitiva artificial, lo cual tiene como consecuencia que se distorsione el mercado.

Por tanto, si el cupo de juguetes subsiste, entonces se debe evaluar la disminución del monto máximo a otorgarse a cada productor, a efecto de que el cupo sólo beneficie a pequeñas y medianas empresas, pero no a las empresas que tienen dominancia en el mercado y que sólo utilizarán el cupo para obtener un mayor poder en el mercado y desplazar a otros agentes.

Inclusive, el Acuerdo de cupo de juguetes de 2005, el original, contenía un monto tope de 9 millones de dólares de los Estados Unidos de América, ya que este instrumento claramente tenía la intención de beneficiar a las PYMES.

² GONZÁLEZ DE COSSÍO, Francisco, *Competencia Económica*, Editorial Porrúa, México, 1ª. Ed, 2005, p. 66.

³ De acuerdo con la información publicada por la Secretaría de Economía (www.economia.gob.mx) en el apartado de “*Información Específica y Beneficiarios*” de su página electrónica, durante 2014, la Secretaría de Economía autorizó de manera directa un cupo en cantidad total de \$253’032,509 dólares de los Estados Unidos de América, de los cuales \$120’000,000 dólares de los Estados Unidos de América corresponden a una sola empresa, lo cual representa el 47.42% del total del cupo asignado.

En este sentido, basta hacer el análisis del cupo de juguetes distribuido en el 2014, en el cual si se elimina al mayor productor-importador de juguetes, el cual obtuvo \$120'000,000.00 de dólares de cupo, entonces el cupo promedio de los restantes importadores es de \$6'046,932.00 dólares.

Lo anterior, demuestra la gran diferencia entre un solo agente económico y el resto de los competidores.

b) Por lo que se refiere al repunte en el margen de ganancia de los productores, se señala que también dicho indicador es tendencioso, ya que no se comenta nada acerca de que existe un agente económico que es el mayor importador-productor de juguetes, y por tanto, el mayor comercializador de juguetes.

En este sentido, es de observarse que los márgenes de ganancia mostrados por la Secretaría de Economía, claramente se encuentran influenciados por las ganancias artificiales que el mayor importador-productor, y máximo beneficiario del cupo, obtiene de la venta de juguetes.

Por el contrario, lo importante sería analizar los márgenes de ganancia pero sólo de las PYMES, es decir, excluir al máximo beneficiario del cupo, que es a su vez el mayor productor e importador de juguetes.

3. Réplica a las respuestas I numeral 3 del comentario de la Comisión Federal de Competencia Económica; II numerales 1 y 2 del comentario de esa H. Comisión Federal de Mejora Regulatoria y; III, numerales 1, 4 y 5 del comentario de particulares.

A fin de dar mayor claridad en la presente réplica a continuación se señala cada una de las respuestas mencionadas en el párrafo inmediato anterior, emitidas por la Secretaría de Economía y que serán replicadas de manera conjunta al estar estrechamente relacionadas entre sí.

i) Respecto a la respuesta I numeral 3 del comentario de la Comisión Federal de Competencia Económica, señala la Secretaría de Economía que el Anteproyecto que nos ocupa es el resultado de una amplia revisión y el esfuerzo de simplificación y eficiencia administrativa para mitigar posibles impactos negativos al proceso de competencia.

Asimismo, señala que las fórmulas de cálculo del citado Anteproyecto fueron diseñadas para reducir de inmediato la asignación del cupo para todas las empresas participantes, lo que se refleja en mayor medida en los productores con mayor presencia en la industria, lo que reconoce de cierta forma el hecho que el beneficio del cupo está concentrado en 1 sólo agente económico).

ii) Respecto a la respuesta II numerales 1 y 2 del comentario de esa H. Comisión, señala la Secretaría de Economía que el Anteproyecto establece un parámetro de asignación ligado a la producción, por lo que se asegura que el beneficio obtenido por unas empresas no demerite la asignación de las otras por cuestión de tamaño de las empresas.

Asimismo, señala el valor del factor de asignación 1.7 de la fórmula establecida en el citado Anteproyecto se fijó para los casos de las empresas con crecimiento sostenido de producción derivado de la incorporación de áreas de diseño e innovación o introducción de nuevas líneas de producción y nuevos productores se sumen a la industria, pues sólo así se puede alcanzar la mayor tasa de crecimiento.

iii) Respecto a la respuesta III numerales 1, 4 y 5 del comentario de particulares, señala la Secretaría de Economía que el Anteproyecto establece una medida política dirigida a todas las empresas fabricantes, sin establecer restricciones de tamaño, teniendo como único requisito demostrar su calidad de productor.

Adicionalmente, señala que el citado Anteproyecto reduce el monto máximo anterior de 60 a 45 millones y continuará reduciéndolo gradualmente durante su vigencia, para establecerse en 35 millones.

Al respecto, las respuestas emitidas por la Secretaría de Economía resultan insuficientes para demostrar que con el Anteproyecto en comento se elimina el problema generado por otorgar preferencias o ventajas exclusivas para el mayor agente económico al que se le asignó el cupo, lo que influye de manera directa y substancial en el control de precios del mercado, afectando la libre competencia.

En efecto, contrario a las respuestas emitidas por la Secretaría de Economía, **el Anteproyecto continuará generando una distorsión en la competitividad del mercado del juguete**, ya que en el actual esquema el mayor importador-productor de juguetes en México, es el que obtiene un beneficio desmedido en el ahorro del impuesto general de importación, lo que lo coloca en una posición de ventaja artificial sobre los demás importadores, ya que éstos se ven imposibilitados para competir.

En todo caso, si la Secretaría considera que el esquema de cupo es indispensable para el mercado mexicano, dicho esquema debería tener por objeto promover, alentar y aumentar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas productoras de juguetes y no respecto de una empresa que es el mayor productor/importador de juguetes.

A fin de lograr lo anterior, no es suficiente una reducción de 60 a 45 millones de dólares como se prevé en el Anteproyecto en comento, sino que el citado esquema de cupo debería establecerse a una asignación máxima de 15 millones de dólares por empresa o Grupo corporativo (grupo de interés económico), lo cual protegería a las pequeñas y medianas empresas pues, es la máxima asignación de cupo que en promedio históricamente han obtenido, lo que los dejaría en igualdad de condiciones respecto de los grandes productores de juguetes.

4. Réplica a la respuesta III numeral 2 del comentario de particulares, en relación con las ventajas artificiales que obtiene el mayor importador-productor de juguetes en México y que es a quien se le asigna la mayor cantidad de cupo, lo que implica que los demás importadores se ven imposibilitados para competir.

Señala la Secretaría de Economía que el comentario antes señalado “*pretende equiparar a productor con importadores que no fabrican*” y que el Anteproyecto se refiere a una medida de política industrial dirigida a fabricantes.

Adicionalmente, señala que la implementación del citado mecanismo no ha implicado la reducción del número de microempresas en la industria por una supuesta dominancia de grandes empresas, pues el censo económico registró un incremento de 751 microempresas en 2008 a 778 en 2013.

Asimismo, señala que el primer importador de juguetes en el mercado mexicano no tiene un poder sustantivo en la participación de las importaciones ya que el índice de concentración Herfindal-Hirshman en 2013 fue de 651 y el índice de dominancia fue de 1899, y que en caso de no participar en el mercado, el índice de dominancia se incrementaría lo que afectaría la competitividad.

Las anteriores respuestas son incorrectas, pues en primer término el comentario respecto de las ventajas que obtiene el mayor importador-productor de juguetes en el mercado nacional sobre los demás importadores, se refiere a los importadores que participan en el esquema de cupo, pues tal como lo señala la Secretaría de Economía, el anteproyecto se encuentra dirigido a aquellos importadores que sean fabricantes de juguetes y artículos de bebé, por lo que su respuesta deriva de una interpretación incorrecta del comentario señalado.

Por otra parte, respecto del incremento de microempresas de los años 2008 a 2013 que señala la Secretaría de Economía, no resulta suficiente para desvirtuar que el esquema de cupo no afecta a las pequeñas y medianas empresas, pues el hecho de que se creen 23 empresas en 5 años refleja que en todo caso, el mercado únicamente ha permitido un incremento mínimo, lo que hace evidente la afectación que el esquema de cupo genera en las pequeñas y medianas empresas.

En efecto, 23 empresas nuevas en un plazo de 5 años es una muestra más de que el mercado del juguetes esta siendo afectado y

distorsionado, ya que no se puede considerar que 23 empresas nuevas sea un buen número o indicador que se crean muchas empresas.

Adicionalmente, la Secretaría de Economía incorrectamente considera el índice de concentración de las importaciones para determinar que el mayor productor-importador de juguetes no tiene poder sustantivo en la participación de las importaciones, **sin embargo a fin de poder determinar el poder sustantivo del citado productor es necesario analizar cómo está concentrada la distribución del cupo y no de las importaciones, o en todo caso, la concentración de la producción de juguetes en México.**

Lo anterior, pues la afectación a las pequeñas y medianas empresas se da derivado de que **la asignación del cupo se encuentra concentrada** en su mayoría en un solo productor-importador, tal como se observa del índice Herfindal-Hirshman de la concentración de la distribución del cupo por asignación directa en 2014, el cual fue de 2447 y el índice de dominancia fue de 8457.

Ahora bien, quitando al mayor productor-importador del mercado, el índice de concentración de distribución del cupo es de 716 y el índice de dominancia de 1361, lo que hace evidente el poder sustantivo que tiene el citado importador (productor) en el mercado mexicano.

Asimismo, el índice de concentración de la industria se encuentra en 4048 y el índice de dominancia en 9412, lo que al quitar al mayor productor-importador da como resultado un índice de concentración de la industria de 870 y un índice de dominancia de 1622.

Por ello, es claro que el esquema de cupo genera una afectación a las pequeñas y medianas empresas productoras de juguetes pues el mercado se encuentra concentrado en su mayoría en un solo productor, que a su vez, tiene concentrada la mayoría de la asignación del cupo.

5. Réplica a la respuesta III numeral 3 del comentario de particulares, en relación con el desequilibrio de la balanza de pagos derivado de la estructura del mercado nacional del juguete.

En cuanto al comentario de particulares respecto al desequilibrio de la balanza de pagos, en el sentido que en el mercado nacional de juguetes el consumo nacional se ve abastecido por las importaciones y no por la producción nacional, la Secretaría de Economía señala que la participación de las importaciones en el consumo nacional se ha ido reduciendo, lo que indica una mayor participación de la producción nacional en el consumo doméstico. Señala que de 2008 a 2012 la producción nacional ha tenido más participación en el consumo nacional al aumentar de un 13% a un 40%.

Al respecto, la respuesta de la Secretaría de Economía es incorrecta pues llega a las conclusiones anteriores con base en datos que no son fiables, por no corresponder a los datos observados en las fuentes que cita dentro del oficio de respuesta que nos ocupa, tal como se demuestra a continuación.

En efecto, para sustentar su respuesta, la Secretaría de Economía presentó una gráfica con datos que señala que obtuvo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y del Banco de México (BANXICO), en la cual se observa que en el año 2012 la producción para mercado interno fue de \$841.2 millones de dólares y las importaciones fueron de \$1,249.6 millones de dólares.

Cabe señalar que los datos de la producción nacional reflejados en la gráfica antes señalada titulada “Consumo aparente de juguetes en México” plasmada en la página 16 del oficio que nos ocupa, corresponden a la producción para el mercado interno (producción total menos exportaciones).

Por otra parte, en la gráfica titulada “Producción de la industria del juguete” proporcionada por la Secretaría de Economía y que se encuentra plasmada en la página 18 del oficio que se replica, se pueden observar los datos correspondientes a la totalidad de la producción nacional de juguetes, siendo para 2012 de \$467.6 millones de dólares.

Ahora bien, para efectos del cálculo del Consumo Nacional Aparente es necesario tomar en cuenta la totalidad de la producción nacional, ya sea que se destine al consumo interno o externo, por lo que para efecto de la presente réplica tomaremos en cuenta los datos señalados en la gráfica titulada “Producción de la industria del juguete” (foja 18) proporcionada por la Secretaría de Economía.

En este sentido, los datos proporcionados por la Secretaría de Economía en la gráfica titulada “Producción de la industria del juguete” (foja 18) y los cuales sostiene que obtuvo de la base de datos del INEGI, no son fiables pues no corresponden a los contenidos en la base de datos que cita como fuente.

En efecto, de la consulta realizada a la base de datos del INEGI observamos que la producción nacional para el año 2012 fue de \$7,942'824,000.00 de pesos⁴, mientras que la gráfica presentada por la Secretaría de Economía denominada “Producción de la Industria del Juguete” (foja 18) señala que la producción nacional para ese mismo año fue de \$6,157'605,548.00 de pesos⁵.

Para mayor referencia, a continuación se presenta un comparativo de los datos obtenidos del INEGI y los datos presentados por la Secretaría de Economía:

Año	Datos INEGI	Datos SE	Diferencia INEGI vs SE
2009	5,024,461,000	3,485,451,353	44.2%
2010	6,382,928,000	3,791,003,425	68.4%
2011	7,323,749,000	4,818,061,448	52.0%
2012	7,942,824,000	6,157,605,548	29.0%

De lo anterior, se observa que existen grandes diferencias entre las cantidades proporcionadas por la Secretaría de Economía y la información contenida en la base de datos del INEGI, la cual cita como fuente.

Es preciso reiterar que los datos correspondientes a la producción nacional proporcionados por la Secretaría de Economía, fueron obtenidos de la gráfica denominada “Producción de la Industria del Juguete” (foja 18), pues los datos que señala en la respuesta III numeral 3 que se replica contenidos en la gráfica denominada “Consumo

⁴ Fuente de datos producción de juguetes: BIE INEGI. Incluye la sección 339930 "Fabricación de juguetes" y la sección 336992 "Fabricación de bicicletas y triciclos".

<http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>

Manufacturas > Encuesta anual de la industria manufacturera por sector, subsector, rama y clase de actividad (240 clases, SCIAN 2007) > Producción bruta total y ventas > Producción bruta total > Total > 339 Otras industrias manufactureras > 3399 Otras industrias manufactureras > 339930 Fabricación de juguetes.

Manufacturas > Encuesta anual de la industria manufacturera por sector, subsector, rama y clase de actividad (240 clases, SCIAN 2007) > Producción bruta total y ventas > Producción bruta total > Total > 336 Fabricación de equipo de transporte > 3369 Fabricación de otro equipo de transporte > 336992 Fabricación de bicicletas y triciclos.

⁵ Información de la SE expresada en dólares y convertida a pesos utilizando el tipo de cambio promedio del año. Fuente: Banxico.

aparente de juguetes en México” (foja 16) únicamente contienen los datos relativos a la producción para consumo interno y no la totalidad de la producción nacional (para consumo nacional e internacional).

Inclusive, los datos reflejados en la gráfica antes señalada titulada “Consumo aparente de juguetes en México” (foja 16) no son fiables pues son incongruentes desde una perspectiva económica.

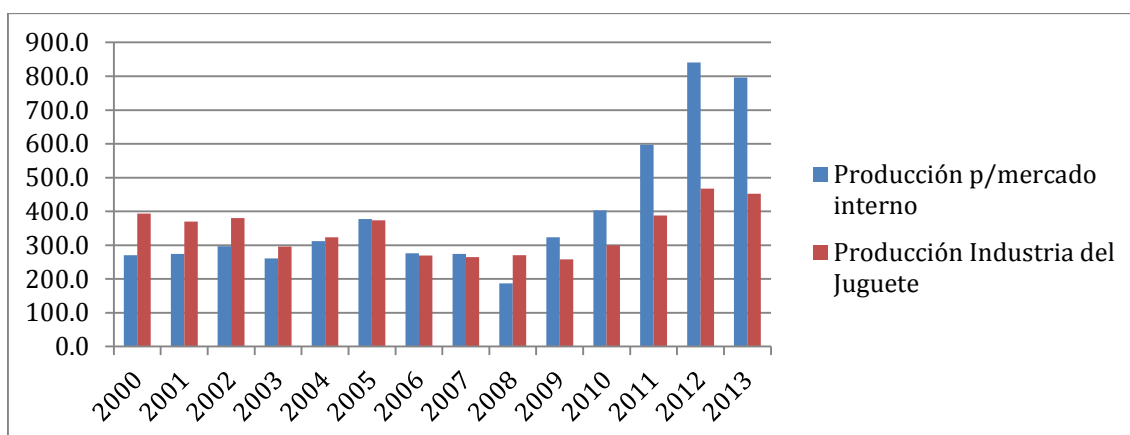
En efecto, la información proporcionada por la Secretaría de Economía no es fiable, pues existe una incongruencia entre los datos que presenta respecto a la producción nacional total y la producción nacional destinada al consumo interno, al señalar que la especie es mayor que el género.

Lo anterior, pues en la gráfica denominada “Consumo aparente de juguetes en México” (foja 16) se muestra que el Consumo Nacional Aparente en México de juguetes en el que se incluye la producción para el mercado interno (producción total menos exportaciones) es mayor a la producción total de la industria del juguete en México, señalada en la gráfica denominada “Producción de la industria del juguete” (foja 18), lo cual carece de toda lógica.

Para mayor referencia, a continuación se muestra gráficamente la incongruencia antes señalada.

Producción	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Producción p/mercado interno	270.2	273.8	296.4	261.0	312.0	377.7	276.4	274.3	186.6	323.8	402.6	596.8	841.2
Producción Industria del Juguete	393.1	369.6	380.0	296.1	323.5	373.4	269.4	264.7	270.8	258.0	300.0	387.7	467.6

* Cifras expresadas en millones de dólares. Información obtenida de la “Respuesta a los comentarios recibidos sobre el anteproyecto de Acuerdo por el que se da a conocer el cupo y mecanismo de asignación para importar juguetes y productos para bebé con número de expediente 03/2391/021214”.



Así, se observa que conforme a los datos proporcionados por la Secretaría de Economía, la cantidad de juguetes de producción nacional destinada al consumo interno es superior a la totalidad de los juguetes de producción nacional, lo que resulta imposible y carente de lógica.

En estos términos, se reitera que la información proporcionada por la Secretaría de Economía carece de fiabilidad al no corresponder a la información contenida en la base de datos que cita como fuente e incluso, al ser incongruente con los principios lógicos de la economía.

a) Ahora bien, si efectuamos el cálculo del Consumo Nacional Aparente para 2012 con base en la información obtenida del INEGI y del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI), obtenemos lo siguiente:

Producción de juguetes (A) ⁶	7,942,824,000
Exportación de juguetes (B) ⁷	

⁶ Fuente de datos producción de juguetes: BIE INEGI. Incluye la sección 339930 "Fabricación de juguetes" y la sección 336992 "Fabricación de bicicletas y triciclos".

<http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>

Manufacturas > Encuesta anual de la industria manufacturera por sector, subsector, rama y clase de actividad (240 clases, SCIAN 2007) > Producción bruta total y ventas > Producción bruta total > Total > 339 Otras industrias manufactureras > 3399 Otras industrias manufactureras > 339930 Fabricación de juguetes.

Manufacturas > Encuesta anual de la industria manufacturera por sector, subsector, rama y clase de actividad (240 clases, SCIAN 2007) > Producción bruta total y ventas > Producción bruta total > Total > 336 Fabricación de equipo de transporte > 3369 Fabricación de otro equipo de transporte > 336992 Fabricación de bicicletas y triciclos.

⁷ Fuente de datos de exportaciones SIAVI. Considera las siguientes fracciones arancelarias: 9503.00.01, 9503.00.02, 9503.00.03, 9503.00.04, 9503.00.05, 9503.00.06, 9503.00.07, 9503.00.08, 9503.00.09, 9503.00.10, 9503.00.11, 9503.00.12, 9503.00.13, 9503.00.14, 9503.00.15, 9503.00.16, 9503.00.17, 9503.00.18, 9503.00.19, 9503.00.20, 9503.00.21, 9503.00.22, 9503.00.23, 9503.00.24, 9503.00.26, 9503.00.36, 9503.00.99, 9504.30.99, 9504.40.01, 9504.90.01, 9504.90.02, 9504.90.04, 9504.90.99, 9505.90.99, 9506.59.99, 9506.62.01, 9506.69.99, 9506.70.01, 9506.99.06 y 9506.99.99. Dichas fracciones arancelarias corresponden al acuerdo por el que se da a conocer el cupo para importar juguetes.

	12,039,078,002
Importación de juguetes (C) ⁸	14,307,361,729
Consumo Nacional Aparente (A+C-B)	10,211,107,727
% de Importaciones de CNA	140.1%
% de Exportaciones de Producción	151.6%

De lo anterior, se observa que el porcentaje de importaciones del Consumo Nacional Aparente es del 140.1%, lo que se traduce en que la cantidad de juguetes que se importan a territorio nacional es mayor a la cantidad de juguetes que se consumen en el país, por tanto, existe una sobresaturación en el mercado.

En este sentido, si existe una sobresaturación en el mercado de juguetes es posible que el sobrante pueda encontrarse en bodegas al no poder ser colocado en el mercado o bien, que México actúa como puente comercial entre diversos países (comúnmente conocido como *"hub logístico"*).

Con independencia del destino que se le dé al excedente de juguetes importados, lo cierto es que existe una sobresaturación en el mercado, por lo que es dable concluir que la respuesta proporcionada por la Secretaría de Economía que se refuta es incorrecta, pues hay tantas importaciones de juguetes que no es posible que la producción nacional tenga más participación en el consumo interno, pues para que ello ocurriera, en todo caso las importaciones tendrían que haber disminuido.

b) Inclusive, suponiendo sin conceder que los datos proporcionados por la Secretaría de Economía correspondieran a la información contenida en la base de datos del INEGI es decir, tomando como válidos sus datos, el Consumo Nacional Aparente de juguetes para 2012 sería el siguiente:

Información del SIAVI reportada en dólares y convertida a pesos con el tipo de cambio promedio del año. Fuente: Banco de México www.banxico.org.mx.

⁸ Fuente de datos de importaciones SIAVI. Considera las siguientes fracciones arancelarias: 9503.00.01, 9503.00.02, 9503.00.03, 9503.00.04, 9503.00.05, 9503.00.06, 9503.00.07, 9503.00.08, 9503.00.09, 9503.00.10, 9503.00.11, 9503.00.12, 9503.00.13, 9503.00.14, 9503.00.15, 9503.00.16, 9503.00.17, 9503.00.18, 9503.00.19, 9503.00.20, 9503.00.21, 9503.00.22, 9503.00.23, 9503.00.24, 9503.00.26, 9503.00.36, 9503.00.99, 9504.30.99, 9504.40.01, 9504.90.01, 9504.90.02, 9504.90.04, 9504.90.99, 9505.90.99, 9506.59.99, 9506.62.01, 9506.69.99, 9506.70.01, 9506.99.06 y 9506.99.99. Dichas fracciones arancelarias corresponden al acuerdo por el que se da a conocer el cupo para importar juguetes.

Información del SIAVI reportada en dólares y convertida a pesos con el tipo de cambio promedio del año. Fuente: Banco de México www.banxico.org.mx.

Producción de juguetes (A) ⁹	6,157,605,548
Exportación de juguetes (B) ¹⁰	12,039,078,002
Importación de juguetes (C) ¹¹	16,455,397,546
Consumo Nacional Aparente (A+C-B)	10,573,925,092
% de Importaciones de CNA	155.6%
% de Exportaciones de Producción	195.5%

De lo anterior, se observa que aún y tomando los datos presentados por la Secretaría de Economía, el porcentaje de la participación de las importaciones en consumo interno es del 155.6%, lo que de igual forma indica que existen más importaciones que lo que se consume en territorio nacional, por lo que las conclusiones señaladas en el inciso a) inmediato anterior, resultan igualmente aplicables.

c) Ahora bien, en el Análisis económico de la industria del juguete de julio de 2013, proporcionado por mi representada a la Secretaría de Economía, el cual se acompaña al presente como **ANEXO 1**, se señalaron los siguientes datos:

2010	
Producción de juguetes (A) ¹²	7,629,141,705

⁹ Fuente de datos producción de juguetes: Respuesta a los comentarios recibidos sobre el anteproyecto de Acuerdo por el que se da a conocer el cupo y mecanismo de asignación para importar juguetes y productos para bebé con número de expediente 03/2391/021214 (p. 16).

Información de la SE reportada en dólares y convertida a pesos con el tipo de cambio promedio del año. Fuente: Banco de México www.banxico.org.mx.

¹⁰ Fuente de datos de exportaciones SIAVI. Considera las siguientes fracciones arancelarias: 9503.00.01, 9503.00.02, 9503.00.03, 9503.00.04, 9503.00.05, 9503.00.06, 9503.00.07, 9503.00.08, 9503.00.09, 9503.00.10, 9503.00.11, 9503.00.12, 9503.00.13, 9503.00.14, 9503.00.15, 9503.00.16, 9503.00.17, 9503.00.18, 9503.00.19, 9503.00.20, 9503.00.21, 9503.00.22, 9503.00.23, 9503.00.24, 9503.00.26, 9503.00.36, 9503.00.99, 9504.30.99, 9504.40.01, 9504.90.01, 9504.90.02, 9504.90.04, 9504.90.99, 9505.90.99, 9506.59.99, 9506.62.01, 9506.69.99, 9506.70.01, 9506.99.06 y 9506.99.99.

Información del SIAVI reportada en dólares y convertida a pesos con el tipo de cambio promedio del año. Fuente: Banco de México www.banxico.org.mx.

¹¹ Fuente de datos de importaciones Respuesta a los comentarios recibidos sobre el anteproyecto de Acuerdo por el que se da a conocer el cupo y mecanismo de asignación para importar juguetes y productos para bebé con número de expediente 03/2391/021214 (p. 18).

¹² Fuente de datos producción de juguetes 2010: BIE INEGI sección 339930 "Fabricación de juguetes" para 2008 y actualizado a 2010 considerando el crecimiento de las exportaciones de juguetes durante 2008 y 2010 del 85.24% utilizando datos de la Glosa de los pedimentos de exportación que es elaborada por el SAT y proporcionada a la AMIJU incluidos en las partidas arancelarias: 95.03 y 95.04 y excluyendo videojuegos y artículos deportivos. Manufacturas > Encuesta anual de la industria manufacturera por sector, subsector, rama y clase de actividad (240 clases, SCIAN 2007) > Producción bruta total y ventas > Producción bruta total > Total > 339 Otras industrias manufactureras > 3399 Otras industrias manufactureras > 339930 Fabricación de juguetes

Exportación de juguetes (B) ¹³	7,534,190,295
Importación de juguetes (C) ¹⁴	9,209,637,223
Consumo Nacional Aparente (A+C-B)	9,304,588,633
% de Importaciones de CNA	99.0%
% de Exportaciones de Producción	98.8%

Ahora bien, a efecto de calcular el Consumo Nacional Aparente para 2012, se tomó el valor comercial de las exportaciones de juguetes durante 2010 y 2012 y se calculó la variación entre ambos datos, dando una variación equivalente a un incremento de 37.23% en las exportaciones realizadas entre 2010 y 2012. Utilizando dicho porcentaje, se calculó la producción estimada de juguetes en México durante 2012.

Lo anterior es razonable desde un punto de vista económico, considerando el incremento en las exportaciones y dado el hecho que es imposible que un país realice exportaciones de productos con los cuales no cuenta. Esto es, a un incremento en las exportaciones, corresponde un incremento similar y correspondiente en la producción.

En este sentido y conforme a la metodología antes señalada, se obtuvieron los siguientes datos:

2012	
Producción de juguetes (A) ¹⁵	10,469,776,683

¹³ Fuente de datos de exportaciones 2010. Glosa de los pedimentos de exportación que es elaborada por el SAT y proporcionada a la AMIJU incluidos en las partidas arancelarias: 95.03 y 95.04 y excluyendo videojuegos y artículos deportivos.

Fuente de datos de exportaciones 2012: SIAVI. Considera las siguientes fracciones arancelarias: 9503.00.04, 9503.00.05, 9503.00.06, 9503.00.07, 9503.00.08, 9503.00.09, 9503.00.10, 9503.00.11, 9503.00.12, 9503.00.13, 9503.00.14, 9503.00.15, 9503.00.16, 9503.00.17, 9503.00.18, 9503.00.19, 9503.00.20, 9503.00.21, 9503.00.22, 9503.00.23, 9503.00.24, 9503.00.26, 9503.00.36, 9503.00.99, 9504.30.99, 9504.40.01, 9504.90.01, 9504.90.02, 9504.90.04, 9504.90.99, 9505.90.99, 9506.59.99, 9506.62.01, 9506.69.99, 9506.70.01, 9506.99.06 y 9506.99.99.

Información del SIAVI reportada en dólares y convertida a pesos con el tipo de cambio promedio del año. Fuente: Banco de México www.banxico.org.mx.

¹⁴ Fuente de datos de importaciones 2010. Glosa de los pedimentos de importación que es elaborada por el SAT y proporcionada a la AMIJU incluidos en las partidas arancelarias: 95.03 y 95.04 y excluyendo videojuegos y artículos deportivos.

Fuente de datos de importaciones 2012: SIAVI. Considera las siguientes fracciones arancelarias: 9503.00.04, 9503.00.05, 9503.00.06, 9503.00.07, 9503.00.08, 9503.00.09, 9503.00.10, 9503.00.11, 9503.00.12, 9503.00.13, 9503.00.14, 9503.00.15, 9503.00.16, 9503.00.17, 9503.00.18, 9503.00.19, 9503.00.20, 9503.00.21, 9503.00.22, 9503.00.23, 9503.00.24, 9503.00.26, 9503.00.36, 9503.00.99, 9504.30.99, 9504.40.01, 9504.90.01, 9504.90.02, 9504.90.04, 9504.90.99, 9505.90.99, 9506.59.99, 9506.62.01, 9506.69.99, 9506.70.01, 9506.99.06 y 9506.99.99.

Información del SIAVI reportada en dólares y convertida a pesos con el tipo de cambio promedio del año. Fuente: Banco de México www.banxico.org.mx.

¹⁵ Fuente de datos de producción de juguetes 2012: Dato de 2010 actualizado considerando el crecimiento de las exportaciones de juguetes de 2010 a 2012 del 37.23% utilizando para 2010 datos de la Glosa de los pedimentos de

Exportación de juguetes (B)	10,339,471,060
Importación de juguetes (C)	13,619,428,928
Consumo Nacional Aparente (A+C-B)	13,749,734,550
% de Importaciones de CNA	99.1%
% de Exportaciones de Producción	98.8%

Así, incluso reconstruyendo el valor del Consumo Nacional Aparente con base en la metodología antes descrita se observa que el 99.1% del consumo de juguetes en México corresponde a los productos importados.

Asimismo, se observa que el 98.8% de la producción nacional de juguetes se destina al mercado de exportación, mientras que el 1.2% está destinado al consumo nacional.

En atención a lo anterior, podemos señalar que las conclusiones a las que arriba la Secretaría de Economía en la respuesta que se replica son incorrectas, pues de basan en información que de ninguna manera es fiable por no corresponder a la información que cita como fuente e incluso por existir incongruencia con dicha información.

Asimismo, independiente de que los datos proporcionados por la Secretaría de Economía no son fiables, contrario a lo sostenido por dicha autoridad, la producción nacional no ha tenido mayor participación en el consumo interno de juguetes, pues para que ello ocurra es necesario que las importaciones disminuyan, situación que no ocurre y que incluso, tal como quedó demostrado, la cantidad de juguetes que se importa es mayor a la cantidad de juguetes que se consume en el país.

6. Réplica a la respuesta III numeral 6 del comentario de particulares, relativo a que el cupo no soluciona ninguna problemática actual, ya sea social, económica o jurídica del mercado nacional de juguetes.

La Secretaría de Economía señala que el Anteproyecto juega un papel muy importante para propiciar las condiciones que favorezcan la competitividad y el crecimiento de la producción del sector al que está dirigido, revirtiéndose la tendencia negativa que presentaba la industria.

exportación que es elaborada por el SAT y proporcionada a la AMIJU incluidos en las partidas arancelarias: 95.03 y 95.04 y excluyendo videojuegos y artículos deportivos y para 2012 datos del SIAVI.

Suponiendo que la respuesta de la Secretaría de Economía fuera cierta, se reitera que en todo el cupo debería ser asignado a las pequeñas y medianas empresas, pues son ellas quienes más se ven afectadas por la concentración de cupo que tiene el mayor productor-importador del mercado.

En efecto, de considerar indispensable la existencia del esquema de cupo para la industria juguetera, el Anteproyecto debería velar por los intereses de las pequeñas y medianas empresas que son quienes se ven más afectadas por las problemáticas existentes en el mercado.

En este sentido, se reitera que en promedio las empresas PYMES no reciben más \$6'046,932.00 dólares de cupo, por lo que el monto máximo de cupo asignable a cada empresa debería considerar dicho monto.

7. Réplica a la respuesta III numeral 7 del comentario de particulares, en relación con las prácticas monopólicas que realiza el mayor productor-importador del mercado.

Señala la Secretaría que la instancia gubernamental encargada investigar conductas monopólicas dentro del mercado es la Comisión Federal de Competencia Económica, por lo que dicha Secretaría no se encuentra facultada para pronunciarse respecto de actividades monopólicas o anticompetitivas.

Al respecto, tal como lo afirma la Secretaría de Economía, la Comisión Federal de Competencia Económica es la autoridad encargada de supervisar, investigar y sancionar las actividades monopólicas que realice algún competidor.

Sin embargo, tan existen indicios de la realización de actividades monopólicas dentro del esquema de cupo, que la propia Comisión Federal de Competencia Económica señala que el citado esquema otorga ventajas a ciertos agentes económicos que les permite

obtener un margen de ganancia extraordinario, lo que puede generar distorsiones en el mercado y recomienda analizar qué tan beneficioso resulta el citado esquema.

No obstante lo anterior, la Secretaría de Economía sostiene que el esquema de cupo no genera distorsiones en el mercado, siendo que la autoridad competente para determinar tal circunstancia ya se pronunció al respecto.

Por tanto, lo procedente es que esa H. Comisión tome en cuenta la opinión de la COFECE al momento de rendir su dictamen final, resaltando que el proyecto causaría más perjuicio al mercado del juguete en México que los supuestos beneficios de dicha industria.

8. Réplica a la respuesta III numerales 8 y 9 del comentario de particulares, en relación con la vigencia del Anteproyecto que nos ocupa.

Señala la Secretaría que la vigencia del Anteproyecto en comento fue ampliamente analizado durante el proceso de revisión del citado instrumento, llegando al consenso del año 2017.

Al respecto, mis mandantes consideran que la vigencia propuesta es excesiva, pues la figura del cupo de juguetes es una medida extraordinaria que afecta a la composición del mercado de juguetes, y que dicha figura busca favorecer a aquellos productores de juguetes en México, beneficiándoles con un arancel del 0%, pero sólo mientras están en condiciones de competir con aquellos importadores de juguetes que no tienen producción en México.

Con base en todo lo expuesto en el presente escrito, mis mandantes han acreditado de manera clara que el esquema de cupo en comento, más que resolver un problema, lo que hace es crear una distorsión competitiva en el mercado mexicano del juguete, ya que el mayor importador-productor de juguetes es aquel quien obtiene un beneficio desmedido en el ahorro del impuesto general de importación, lo

cual coloca a todos los demás competidores en una posición de desventaja al estar imposibilitadas en competir.

Así, dado que no existe justificación para el esquema de cupo, lo más conveniente para un mercado del juguete estructurado de la forma en que se encuentra en México, sería la no implementación del citado cupo, e incluso realizar la desgravación arancelaria de dichas mercancías, pues como ha quedado claro el porcentaje de participación de la producción nacional en el Consumo Nacional Aparente, es prácticamente nulo. Sin embargo, en caso de que eso no sea posible, el cupo deberá limitarse conforme a los comentarios apuntados en el presente escrito.

Por lo anteriormente expuesto, a esa **H. COMISIÓN FEDERAL DE MEJORA REGULATORIA** atentamente solicito:

PRIMERO.- Emita dictamen con comentarios con la finalidad que el cupo de juguetes en comento desaparezco total y definitivamente

SEGUNDA.- En el supuesto que no se resuelva la desaparición del cupo en comento, entonces se solicite la modificación del anteproyecto respecto al monto anual asignado por empresa, mismo que no podrá ser mayor a \$15 millones de dólares

TERCERA.- En el supuesto que no se resuelva la desaparición del cupo en comento solicite la modificación del anteproyecto con el objeto que su vigencia concluya el 31 de diciembre de 2016.

CUARTA.- Tomar en cuenta la opinión vertida en el presente para efectos de la emisión de su dictamen.

ATENTAMENTE,

**Asociación Nacional de Tiendas de
Autoservicio y Departamentales, A.C.**

ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA DEL JUGUETE

JULIO 2013

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
INDUSTRIA NACIONAL	5
A. Oferta	5
B. Consumo Nacional Aparente	8
Producción	8
Importaciones.....	9
Exportaciones	10
Cálculo del Consumo Nacional Aparente	11
C. Demanda.....	13
Elasticidad de la demanda de juguetes.....	16
Canales de Distribución.....	17
ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DE LA MEDIDA PROPUESTA	19
Impacto en los precios	19
Teoría Económica	19
Teoría Fundamental.....	19
Ley de Oferta y Demanda.....	20
Impuestos y aranceles dentro del modelo de oferta y demanda	26
Impacto de la imposición de aranceles sobre precios de los productos	26
Impacto de la imposición de aranceles sobre precios de los juguetes (Caso México).....	27
Impacto en el empleo	30
Impacto en la Competitividad de las Cadenas Productivas y en las Ganancias/Pérdidas del Sector Productivo	31
Impacto en los Ingresos del Gobierno	34
Objetivo	34
Análisis	35
Comercio Informal, Piratería y Contrabando	37
Impacto de la Venta de Videojuegos en la Demanda de Juguetes	40
Industria de juguetes y juegos en México.....	40
Industria de videojuegos en México	41
Impacto de factores sociales en la industria del juguete	42
Edad y madurez	42
Demografía	42
Factores de mercado	42
Inseguridad	42

CONCLUSIONES 44

BIBLIOGRAFÍA 47

INTRODUCCIÓN

El objeto del presente estudio es ofrecer una visión del mercado nacional de juguetes y mercancías comprendidas en las fracciones arancelarias descritas en el apartado objetivo y alcance.

El presente reporte proporciona una visión general del sector manufacturero de juguetes en el mundo, así como una perspectiva del mercado nacional en especial de las importaciones de juguetes a México.

Este estudio se basa en información pública obtenida de páginas web, así como en información proporcionada por Servicios Mexicanos de Manufactura, S. de R.L. de C.V. y Hasbro de México, S. de R.L. de C.V. ("Hasbro" o "La Compañía") y complementada con una serie de entrevistas con personal seleccionado de la misma.

Objetivo y Alcance

El objetivo del presente reporte es ofrecer una visión general del mercado nacional e internacional de juguetes comprendido en las siguientes fracciones arancelarias, 9503.00.01, 9503.00.02, 9503.00.03, 9503.00.04, 9503.00.05, 9503.00.06, 9503.00.07, 9503.00.08, 9503.00.09, 9503.00.10, 9503.00.11, 9503.00.12, 9503.00.13, 9503.00.14, 9503.00.15, 9503.00.16, 9503.00.17, 9503.00.18, 9503.00.19, 9503.00.20, 9503.00.23, 9503.00.24, 9503.00.25, 9503.00.26, 9503.00.99, 9504.40.01, 9504.90.01, 9504.90.02, 9504.90.04 y 9504.90.99. Lo anterior, con el objetivo de comprobar que al eliminar para el año 2013 y años subsecuentes el impuesto general de importación, establecido en la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación no causaría efectos negativos sobre el mercado nacional de juguetes y por el contrario traería beneficios a los consumidores y su poder adquisitivo, las ganancias de los productores y el aumento de la recaudación para el Gobierno Federal, a través del ISR e IVA.

INDUSTRIA NACIONAL

A. Oferta

Para efectos de este estudio, se definió a la oferta de juguetes como la cantidad de juguetes que se comercializan en el mercado mexicano a un precio dado en un momento determinado.

De acuerdo a la información de la Asociación Mexicana de la Industria del Juguete, A.C. ("AMIJU") existen 41 empresas registradas, la cuales se dedican a la producción y distribución de juguetes a nivel nacional, representando el 80% del total de las ventas a nivel nacional del producto objeto del presente análisis.

De acuerdo con datos del Instituto Valenciano de la Exportación ("IVEX"), se puede afirmar que el sector del juguete en México se compone de los siguientes tipos de actores:¹

1. Fabricantes nacionales que destinan su producción al mercado nacional.
2. Fabricantes extranjeros que cuentan con plantas de producción en el país.
3. Fabricantes extranjeros cuyos productos están presentes en México bien a través de su propia estructura de comercialización (filiales de comercio y distribución en México), bien a través de la red de distribución de un fabricante nacional o de un importador (en este caso el competidor en México será el importador).
4. Importadores de producto extranjero dedicados únicamente a la importación.
5. Comercializadores mayoristas y minoristas que desarrollan labores de importación y que pueden contar con marcas propias.

En cuanto a los competidores, el principal factor de éxito de las compañías extranjeras que integran el mercado mexicano ha sido su capacidad de ofrecer un juguete para cada edad y género, así como aprovechar la popularidad de series infantiles y dibujos animados, lo anterior debido a que los niños mexicanos están conectados a la realidad internacional en lo que a gustos y tendencias se refiere. Algo que resulta imposible para las empresas mexicanas debido a los costos que éstas enfrentarían.

Los fabricantes y distribuidores más relevantes en el mercado mexicano son los siguientes²:

Edacom, S.A. de C.V. Empresa conocida mundialmente por su marca Lego. Fue fundada en 1994 y pertenece al grupo danés LEGO. Su estrategia de distribución se basa en la venta al menudeo a través de tiendas como Wal-Mart, Liverpool, Soriana y Comercial Mexicana.

¹ Juguete en México, IVEX, 2009, IVEX México

² Fuente: Toys and Games in Mexico, Junio 2012; Euromonitor International; <http://www.euromonitor.com/>

Mattel México, S.A. de C.V. Líder principal del mercado en 12 categorías de la industria nacional. Cuenta con la gama más amplia de productos en el mercado con más de 100 marcas. Comenzó operaciones en México en 1981 estableciendo su primera fábrica en Tijuana.

Hasbro de México, S.A. de C.V. Segunda empresa líder en el mercado. Comenzó operaciones en México en 1994. Empresa dedicada principalmente a la importación y distribución de los productos fabricados por Hasbro, Inc. Cuenta con producción indirecta a través de terceros independientes maquiladores en México.

Empresas multinacionales como Mattel, Hasbro y Lego dominan la mayor parte del mercado en Latinoamérica gracias a la estrategia que han adquirido, la cual consiste en la venta de productos con licencias de dibujos animados o cintas de cine mundialmente conocidas. Asimismo, cuentan con marcas con una mayor penetración de mercado debido a la publicidad que éstas tienen.

A este respecto, las licencias son un factor determinante para el éxito de los productos objeto de la investigación en México. En este sentido, los productos con licencia representaron el 29% de las ventas totales de juguetes en México durante el 2011.

El mercado principal al que el tipo de productos objeto de la investigación van orientados es al de niños de 4 a 12 años. A este respecto, es importante mencionar los cambios en preferencias de dicho mercado, dichos cambios van orientados hacia un consumo de *gadgets* y productos electrónicos, por lo que las ventas de los juguetes tradicionales podrían disminuir a lo largo del tiempo. Asimismo, la población de niños en México ha sido decreciente a una tasa del 0.7% anual comparada con una tasa del 0.1% anual a nivel mundial. No obstante lo anterior, aún durante el año 2011 las ventas de juguetes en México mostraron un crecimiento del 7.0%. Dicho crecimiento se debe al enfoque en el sector de jóvenes-adultos y a un mayor acceso al crédito para los consumidores, así como a cambios en el ingreso disponible por familia. Es decir, ahora las familias se caracterizan por tener menos hijos y tener un doble ingreso ya que las mujeres cada vez tienen más participación en el mercado laboral³.

Entre los fabricantes nacionales de capital 100% mexicano que destinan su producción al mercado nacional y al extranjero destacan las siguientes⁴:

Juguetes Mi Alegría. Empresa enfocada al mercado de productos de aprendizaje y educativos. Fue establecida en 1956 y fabrica productos bajo su propia marca. Distribuye sus productos a través de tiendas tradicionales o ventas al menudeo como Wal-Mart, Comercial Mexicana, entre otras.

³ Idem.

⁴ Idem.

Salver Mexicana, S.A. de C.V. Empresa productora de juguetes, se enfoca principalmente en productos para su uso al aire libre. Fue establecida en 1945. Es una de las empresas líder en la exportaciones de pelotas y balones.

Entre las empresas exclusivamente importadoras y distribuidoras más relevantes del mercado mexicano se encuentran las siguientes:

Walmart de México. Es una empresa dedicada al comercio de diferentes productos, entre ellos juguetes. Es el mayor importador de juguetes en el mercado mexicano después de las compañías multinacionales, y opera en seis países. Tiene una amplia variedad de formatos que incluyen tiendas de descuento, supermercados, bodegas, hipermercados, clubes de precios con membrecías, entre otros.

Coppel, S.A. de C.V. Ofrece productos al menudeo como artículos para el hogar, entre ellos juguetes. Empresa enfocada al mercado de familias con recursos medios. Su capacidad de mercado se basa principalmente en las facilidades de crédito que ésta ofrece así como a los bajos precios. Sus principales competidores son Grupo Elektra y Famsa.

El Puerto de Liverpool, S.A.B. de C.V. Empresa líder en el rubro de tiendas departamentales con 58% del mercado durante 2011. En relación a lo anterior, las tiendas departamentales representan el 15% de la venta de juguetes.

Ante este panorama general de la oferta de juguetes en México y de acuerdo con el reporte "*Toys and Games in Mexico*" elaborado por *Euromonitor International*, se ha observado que la industria mexicana del juguete ha registrado crecimientos de alrededor del 7% en los últimos años.⁵

En relación a lo anterior, a través de una nota publicada en el periódico Milenio el lunes 27 de mayo de 2013, el presidente de la AMIJU, Miguel Ángel Martín González, informó que durante el año 2013 las exportaciones crecerán 5%. Asimismo, el directivo indicó que con este incremento México se colocará en la tercera posición como potencia en la industria juguetera. Señaló también que durante el periodo 2008-2009 tuvieron afectaciones por la crisis económica internacional, sin embargo, desde 2012 la industria comenzó con buenos números y se inició la tendencia de crecimiento.

⁵ Juguete en México 2009; Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX). Julio 2009.

B. Consumo Nacional Aparente

El consumo nacional aparente es una forma de medir la cantidad de producto que dispone un país para su consumo. Su cálculo se realiza a través de la siguiente fórmula.

$$\text{Consumo Nacional Aparente} = \text{Producción} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}.$$

En este apartado se analiza el consumo nacional aparente con el objetivo de mostrar la composición del consumo de juguetes en México, y observar que el mercado mexicano tiene un consumo de juguetes principalmente de importación y que la producción nacional de juguetes tiene como principal destino el mercado extranjero.

Producción

Para analizar el sector del juguete en México, consideramos dos tipos diferentes de empresas, las manufactureras y las maquiladoras (manufactura parcial).

Las manufactureras abarcan desde empresas de reducido tamaño y talleres artesanales familiares a empresas multinacionales instaladas en México, incluyendo a empresas nacionales de mediano tamaño. De acuerdo con la información obtenida del reporte "*Toys and Games in Mexico*" existen aproximadamente 220 empresas nacionales manufactureras de juguetes.⁶

Asimismo, existen empresas multinacionales instaladas en México que lideran el mercado nacional de juguetes tradicionales. En este sentido, dichas empresas abarcan la mayor parte del mercado en relación a las empresas nacionales de mediano tamaño como Juguetes Mi Alegría. En relación a lo anterior, las empresas nacionales dedican su producción principalmente a la exportación ya que las tendencias de consumo en México están orientadas hacia una cultura hispanoamericana.

Derivado de lo anterior, podemos considerar que la industria manufacturera del juguete tiene como principal nicho de mercado el extranjero y por lo tanto su contribución con el Consumo Nacional Aparente no es representativa en términos de valor de la producción vendida en el mercado local.

Adicionalmente, las importaciones de juguetes provenientes de China representaron el 20% de las ventas de éstos. En este sentido, dichos aumentos provocaron la disminución de precios de los juguetes en el mercado nacional provocando que los fabricantes de juguetes locales pudieran lanzar una estrategia de disminución de precios para mantener su posición en el mercado mexicano al menos en términos de unidades vendidas. De acuerdo con los productores de juguetes nacionales, la crisis económica actuó como purificador de mercado, en donde las empresas que no tengan procesos eficientes, desaparecerán ya que las

⁶ Juguete en México 2009; Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX). Julio 2009.

condiciones económicas del país requieren proceso de manufactura muy eficientes y una cadena de suministro eficiente y fuerte que permita mantener un nivel de inventarios bajo en los centros de distribución y puntos de venta.⁷ No obstante lo anterior, de acuerdo con el reporte antes mencionado, dichas importaciones no afectarían al mercado nacional dado que se observaron disminuciones importantes en el contrabando ilegal y piratería de juguetes. Lo anterior dado que las medidas impuestas a las importaciones originarias de China han disminuido en los últimos años para desaparecer a partir de 2012.

Importaciones

Las importaciones de las fracciones arancelarias que conforman los juguetes analizados, son las siguientes: 9503.00.01, 9503.00.02, 9503.00.03, 9503.00.04, 9503.00.05, 9503.00.06, 9503.00.07, 9503.00.08, 9503.00.09, 9503.00.10, 9503.00.11, 9503.00.12, 9503.00.13, 9503.00.14, 9503.00.15, 9503.00.16, 9503.00.17, 9503.00.18, 9503.00.19, 9503.00.20, 9503.00.23, 9503.00.24, 9503.00.25, 9503.00.26, 9503.00.99, 9504.40.01, 9504.90.01, 9504.90.02, 9504.90.04 y 9504.90.99 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación en México, las cuales ascendieron en 2012 a los \$803.5 millones de dólares. En cuanto al origen de las importaciones, a continuación se muestran los 10 principales países de origen durante el periodo de 2007 a 2012:

Tabla I. Importación de juguetes de México 2007-2012⁸

País	2007	2008	2009	2010	2011	2012
China	\$335,167.97	\$490,540.28	\$355,470.69	\$508,174.99	\$631,073.59	\$597,849.36
Estados Unidos de América	\$ 43,552.09	\$ 32,171.66	\$ 21,479.80	\$ 25,397.10	\$ 50,121.07	\$ 57,415.46
Dinamarca	\$ 12,553.57	\$ 23,938.00	\$ 42,027.91	\$ 72,008.21	\$ 63,238.93	\$ 50,381.37
Indonesia	\$ 11,994.35	\$ 18,749.71	\$ 11,435.77	\$ 19,375.13	\$ 17,292.23	\$ 18,911.74
Hungría	\$ 1,808.05	\$ 2,823.57	\$ 2,788.73	\$ 6,815.91	\$ 8,666.80	\$ 11,263.94
Taipei chino	\$ 11,241.77	\$ 13,703.51	\$ 11,082.00	\$ 7,841.41	\$ 8,676.97	\$ 10,740.09
Malasia	\$ 5,591.14	\$ 7,232.31	\$ 5,517.66	\$ 6,378.54	\$ 9,570.87	\$ 10,361.28
Canadá	\$ 3,711.12	\$ 5,247.36	\$ 3,995.77	\$ 7,689.81	\$ 14,572.04	\$ 9,955.04
Tailandia	\$ 4,308.77	\$ 7,702.52	\$ 18,781.87	\$ 6,674.24	\$ 6,937.75	\$ 7,715.77
República Checa	\$ 3,059.00	\$ 8,220.98	\$ 4,879.81	\$ 5,587.16	\$ 6,877.69	\$ 4,910.28
Resto del mundo	\$ 37,329.77	\$ 47,413.17	\$ 20,679.88	\$ 26,278.72	\$ 23,719.23	\$ 24,011.41
TOTAL	\$470,317.57	\$657,743.05	\$498,139.88	\$692,221.21	\$840,747.16	\$803,515.75

*Miles de dólares

Como se puede observar en la Tabla I, el valor de las importaciones de juguetes se ha recuperado lentamente en el periodo de 2007 a 2011, mostrando un leve decremento en 2012.

⁷ Ibid.

⁸ Fuente: Secretaría de Economía, Sistema de información arancelaria vía internet ("SIAVI"), <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/204-comunidad-de-negocios/sistemas-de-informacion/7687-sistema-de-informacion-arancelaria-via-internet>

Exportaciones

Las exportaciones de los juguetes que integran las fracciones arancelarias, 9503.00.01, 9503.00.02, 9503.00.03, 9503.00.04, 9503.00.05, 9503.00.06, 9503.00.07, 9503.00.08, 9503.00.09, 9503.00.10, 9503.00.11, 9503.00.12, 9503.00.13, 9503.00.14, 9503.00.15, 9503.00.16, 9503.00.17, 9503.00.18, 9503.00.19, 9503.00.20, 9503.00.23, 9503.00.24, 9503.00.25, 9503.00.26, 9503.00.99, 9504.40.01, 9504.90.01, 9504.90.02, 9504.90.04 y 9504.90.99 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación en México, las cuales ascendieron en 2012 a \$798.8 millones de dólares. En cuanto al destino de las exportaciones, a continuación se muestran los 10 principales países destino durante el periodo de 2007 a 2012:

Tabla II. Exportación de juguetes de México 2007-2012⁹

País	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Estados Unidos de América	\$ 212,678.18	\$ 332,228.75	\$ 361,281.94	\$ 477,485.43	\$ 569,689.06	\$ 668,989.74
República Checa	\$ 287.03	\$ 232.98	\$ 279.92	\$ 650.10	\$ 1,350.17	\$ 39,079.10
Dinamarca	\$ 9,008.33	\$ 2,980.24	\$ 1.68	\$ 30,350.95	\$ 5,459.83	\$ 13,791.35
Canadá	\$ 7,924.02	\$ 12,037.16	\$ 8,263.78	\$ 12,202.11	\$ 12,890.28	\$ 9,705.83
Países Bajos (Holanda)	\$ 4,583.30	\$ 4,609.57	\$ 6,343.72	\$ 9,057.12	\$ 10,360.92	\$ 9,569.41
Venezuela	\$ 4,246.04	\$ 8,405.93	\$ 6,046.35	\$ 3,816.11	\$ 3,116.06	\$ 6,546.53
Reino Unido	\$ 3,172.88	\$ 3,060.21	\$ 1,972.65	\$ 2,971.50	\$ 4,277.22	\$ 5,988.65
Perú	\$ 1,582.70	\$ 3,507.28	\$ 2,955.59	\$ 3,999.48	\$ 6,667.70	\$ 4,944.03
Rusia	\$ 987.78	\$ 3,123.24	\$ 1,627.47	\$ 2,968.32	\$ 3,126.82	\$ 4,615.01
Guatemala	\$ 1,356.46	\$ 2,519.42	\$ 2,283.97	\$ 1,939.50	\$ 3,409.98	\$ 3,528.78
Resto del mundo	\$ 11,790.32	\$ 22,759.78	\$ 24,214.58	\$ 29,301.45	\$ 33,212.83	\$ 32,021.22
TOTAL	\$257,617.04	\$395,464.56	\$415,271.64	\$574,742.05	\$653,560.88	\$798,779.65

*Miles de dólares.

Como se puede observar en la Tabla II, no obstante la crisis macroeconómica que afectó al mundo y especialmente a los Estados Unidos de América, el cual es el principal mercado de destino de los juguetes fabricados en México, el valor de las exportaciones de juguetes muestra una constante tendencia a la alza. Lo anterior es importante, ya que demuestra que la producción de la industria mexicana del juguete es principalmente de exportación, y a pesar de la crisis macroeconómica, la misma no se ha visto afectada significativamente.

⁹ Ibíd.

Cálculo del Consumo Nacional Aparente

Para el cálculo del Consumo Nacional Aparente utilizamos la siguiente información:

Producción¹⁰:

Para obtener la información estadística de la producción de juguetes en México, se utilizó la base de datos de INEGI. Sin embargo, la última información disponible es para el año de 2008. En este sentido, se obtuvo la información estadística del valor de la producción bruta total para 2008, del sector 33 (Industrias manufactureras), subsector 339 (Otras industrias manufactureras), Rama 3399 (Otras industrias manufactureras), Subrama 33993 (Fabricación de juguetes) y Clase 339930 (Fabricación de juguetes).

Posteriormente, se utilizó la Glosa¹¹ de los pedimentos de exportación que es elaborada por el SAT y proporcionada a la AMIJU. Para efectos del análisis, se utilizó el valor comercial de las exportaciones de juguetes durante 2008 y 2010, incluidos en las partidas arancelarias: 95.03¹² y 95.04¹³, excluyendo videojuegos¹⁴ y artículos deportivos¹⁵.

Una vez obtenido el valor comercial de las exportaciones de juguetes durante 2008 y 2010 respectivamente, se calculó la variación entre ambos datos, dando una variación equivalente a un incremento de 85.24% en las exportaciones realizadas entre 2008 y 2010. Utilizando dicho porcentaje, así como la información estadística obtenida de INEGI respecto a la producción de juguetes en México, se calculó la producción estimada de juguetes en México durante 2010.

Lo anterior es razonable desde un punto de vista económico, considerando el incremento en las exportaciones y dado el hecho que es imposible que un país realice exportaciones de productos con los cuales no cuenta. Esto es, a un incremento en las exportaciones, corresponde un incremento similar y correspondiente en la producción.

¹⁰ Última información disponible para 2008. Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía; <http://www.inegi.org.mx/>; Censo Económico 2009.

¹¹ Glosa elaborada por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y proporcionada a la AMIJU.

¹² Triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas; coches y sillas de ruedas para muñecas o muñecos; muñecas o muñecos; los demás juguetes; modelos reducidos y modelos similares, para entretenimiento, incluso animados; rompecabezas de cualquier clase.

¹³ Artículos para juegos de sociedad, incluidos los juegos con motor o mecanismo, billares, mesas especiales para juegos de casino y juegos de bolos automáticos.

¹⁴ Subpartidas arancelarias de videojuegos: 95.04.10, videojuegos de los tipos utilizados con receptor de televisión; 95.04.10.01, consolas de videojuegos, de las utilizadas con receptor de televisión; 95.04.10.02, cartuchos conteniendo programas para videojuegos de los tipos utilizados con un receptor de televisión; 95.04.10.03, partes y accesorios. Estas subpartidas fueron excluidas del análisis debido a que están exentas del IGI y por lo tanto no tienen efecto sobre la petición de este escrito.

¹⁵ Partida arancelaria 95.06, artículos y material para cultura física, gimnasia, atletismo, demás deportes (incluidos el tenis de mesa) o para juegos al aire libre, piscinas, incluso infantiles. Estas fracciones fueron excluidas del análisis debido a que por las características de los productos se consideró que no podían ser clasificados como juguetes.

En este sentido, la teoría económica indica que un incremento en la demanda extranjera de un producto, implica un consecuente incremento en la magnitud de la inversión y las exportaciones de un producto. Esto es, un incremento en la demanda extranjera de un cierto producto (exportaciones) afectaría directamente a la producción en las diversas ramas de la economía nacional en un sentido definitivo.¹⁶

Adicionalmente, se debe considerar que, si bien es posible un pequeño incremento en las exportaciones como un resultado de inventarios remanentes de años previos, el conservar un gran remanente de inventarios y posicionarlos posteriormente en el mercado no es posible, considerando que se trata de productos sujetos a tendencias marcadas por el mercado, las cuales están sujetas a cambios continuos a través del tiempo.

Por lo tanto, un incremento en las exportaciones igual o similar al mostrado de 2008 a 2010 (85.24%), si bien pudiera originarse debido a inventarios remanentes de años pasados en menor medida, fue originado consecuentemente por un incremento en la producción nacional, principalmente, dados los cambios en el mercado antes mencionados.

Importaciones¹⁷:

Para la obtención de esta información, se utilizó la Glosa de los pedimentos de importación que es elaborada por el SAT y proporcionada a la AMIJU. Para efectos del análisis, se utilizó el valor comercial de las importaciones de juguetes durante 2010, incluidos en las partidas arancelarias: 95.03¹² y 95.04¹³, excluyendo videojuegos¹⁴ y artículos deportivos¹⁵.

Exportaciones¹⁸:

Para la obtención de esta información, se utilizó la Glosa de los pedimentos de exportación elaborada por el SAT y proporcionada a la AMIJU. Para efectos del análisis se utilizó el valor comercial de las exportaciones de juguetes durante 2010, incluidos en las partidas arancelarias: 95.03¹² y 95.04¹³, excluyendo videojuegos¹⁴ y artículos deportivos¹⁵.

La Tabla III muestra la información estadística de la producción, importaciones, exportaciones y el consumo nacional aparente de juguetes. En dicha tabla se muestra la composición del consumo nacional aparente, demostrando que la producción nacional, es destinada al mercado de exportación y que el consumo de juguetes en México es principalmente de productos de importación.

¹⁶ Wassily Leontief, "Exportaciones, Importaciones, Producción Nacional y Ocupación", *El Trimestre Económico*, 1947, páginas 110 y 111.

¹⁷ Glosa elaborada por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y proporcionada a la AMIJU.

¹⁸ Glosa elaborada de los pedimentos de exportación elaborada por el SAT y proporcionada a la AMIJU.

Tabla III. Consumo Nacional Aparente de Juguetes en México¹⁹

2010	MXP
Producción de Juguetes (A)	\$ 7,629,141,704.77
Exportación de Juguetes (B)	\$ 7,534,190,295.00
Importación de Juguetes (C)	\$ 9,209,637,223.00
Consumo Nacional Aparente (CNA = A + C - B)	\$ 9,304,588,632.77
% de Importaciones de CNA	98.8%
% Exportaciones de Producción	99.0%

Como se puede observar en la tabla anterior, el 98.8% del consumo de juguetes en México corresponde a los productos importados.

Asimismo, se observa que el 99.0% de la producción nacional de juguetes se destina al mercado de exportación, mientras que el 1.0% está destinado al consumo nacional.

Derivado de lo anterior, es claro que la industria nacional de juguetes está enfocada en mayor concentración al mercado extranjero y por lo tanto los juguetes importados son los que satisfacen la demanda en el mercado mexicano. Lo anterior toda vez que, los gustos y preferencias están determinados por una cultura hispanoamericana.

Una clara muestra de lo anterior, es el incremento sustancial que se observa en las exportaciones realizadas en 2010, contra las exportaciones realizadas en 2008, el cual fue de 85.24%, mientras que el incremento mostrado en las importaciones en el mismo periodo, fue de 1.83% únicamente, el cual es significativamente inferior al incremento mostrado en las exportaciones.

C. Demanda

Como se mencionó anteriormente, consideramos importante destacar la relevancia de la tendencia demográfica y las tendencias de consumo para el presente análisis, toda vez que la demanda está determinada, entre otras cosas, por los clientes potenciales así como por los gustos y preferencias de los mismos. En este sentido, es importante considerar la tendencia demográfica que México enfrenta así como analizar qué tendencia sigue el consumo de los niños mexicanos.

A este respecto, es importante mencionar que la población en México está envejeciendo, o mejor dicho, el índice de natalidad en el país está disminuyendo. En este sentido es claro que la tendencia demográfica ha cambiado su comportamiento y como resultado la edad media en México es cada año más alta. Lo anterior cobra relevancia toda vez que el principal mercado potencial de juguetes se centra en niños y, como se mencionó anteriormente, cada

¹⁹ No obstante se cuenta con información acerca de la importación y exportación de juguetes para 2012, la última información disponible respecto a la producción, corresponde a 2010.

año éstos son menos. Sin embargo, aún cuando las estadísticas pudieran ser determinantes, es importante observar que se trata de un ligero cambio en la tendencia predominante. México es un país con una población total de 117.5 millones de personas²⁰, de los cuales 31 millones se encuentran en la franja comprendida entre los 0 y los 14 años²¹. Esta previsión afectará sin duda a la industria nacional de juguetes, principalmente a aquellos destinados a niños de menor edad.

Asimismo, atendiendo a las características socioeconómicas del país, es importante destacar que la desigualdad de riqueza genera diferencias en cuanto a gustos y preferencias se refiere. En este sentido, los hijos de familias mexicanas con mayor poder adquisitivo orientan sus preferencias a una cultura hispanoamericana mientras que las familias con menor ingreso no cuentan con los recursos para adquirir este tipo de bienes y su consumo se ve obligado a reducir el consumo de éstos.

Derivado de lo anterior, la siguiente tabla muestra la evolución del valor de las ventas de juguetes en el mercado nacional. En este sentido, es importante mencionar que el consumo de juguetes tiene un comportamiento cíclico, es decir, la venta de dicho tipo de bienes aumenta principalmente en determinadas épocas del año como el periodo de diciembre febrero y el día del niño. A este respecto, los principales centros de venta y distribución de juguetes son el hipermercado o tiendas departamentales, en las cuales se puedan encontrar principalmente juguetes de importación o de empresas extranjeras ya sean de licencia o marca. La siguiente tabla muestra el valor de las ventas de juguetes en México para el periodo 2006-2011.

Tabla IV. Venta de Juguetes en el mercado mexicano 2006-2011²²

Año	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012**
Venta de juguetes	\$17,840.00	\$20,412.90	\$23,109.20	\$23,527.20	\$24,639.20	\$25,965.30	\$26,676.90

*Cifras en millones de pesos.

**Información aproximada por Euromonitor International.

Como se puede observar en la tabla anterior, el valor de las ventas de juguetes en el mercado mexicano tiene una clara tendencia al alza a pesar de que el entorno macroeconómico ha tenido una recuperación lenta y a que el Gobierno Federal Mexicano impuso una medida de transición a los juguetes de 2008 a 2011.

Es importante señalar que las cifras de venta de juguetes en el mercado mexicano de 2006 a 2011 muestran el precio de venta al consumidor final, que obtienen las distribuidoras o comercializadoras en la venta de juguetes al consumidor final de manera que las cifras mostradas en la tabla anterior, reflejan el margen de utilidad al punto de venta final, por lo

²⁰ Fuente: INEGI (www.inegi.org.mx), "Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares", ENIC 2012.

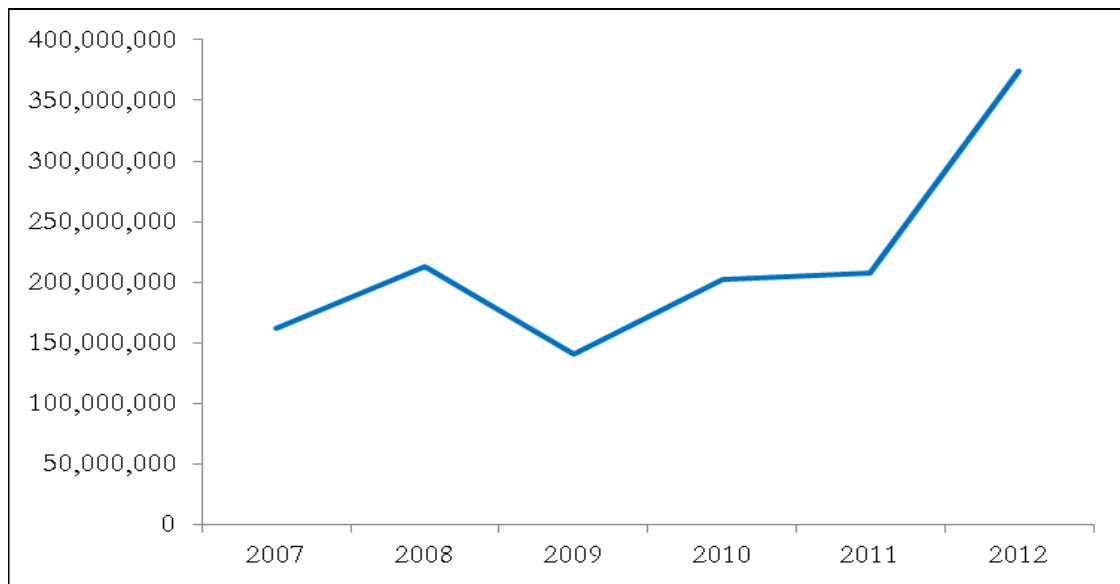
²¹ Idem.

²² Fuente: Toys and Games in Mexico, Junio 2012; Euromonitor International; <http://www.euromonitor.com/>

que se justifica la diferencia que existe entre el CNA y el valor de ventas, derivado de que el valor de las exportaciones, importaciones y producción son el costo del producto sin agregar los márgenes de utilidad.

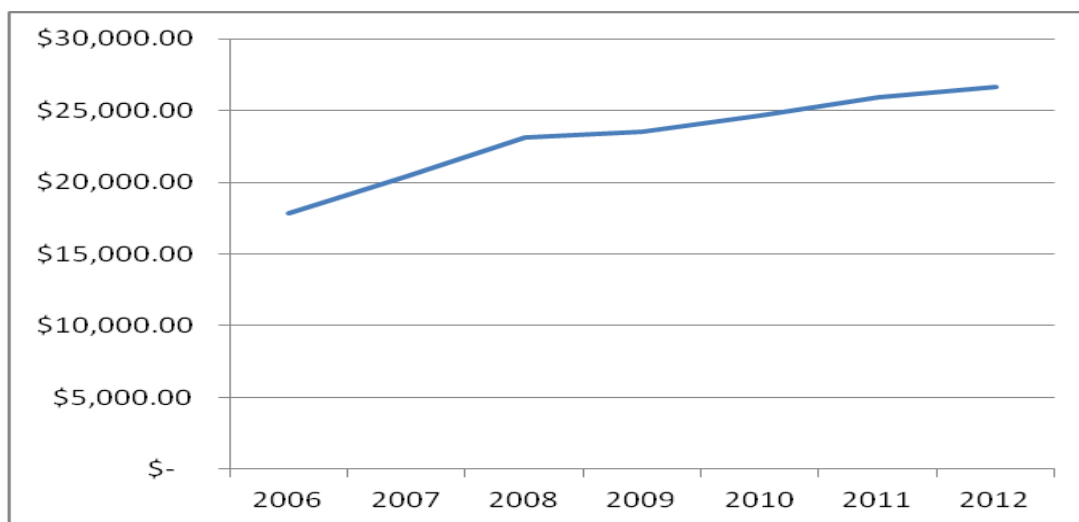
A este respecto, es importante analizar la evolución del volumen de ventas en México para determinar si el aumento en el valor de las ventas se debe a un aumento en la cantidad demanda o a un aumento general de los precios.

Gráfica I. Volumen de venta de juguetes



* Unidades en kilogramos

Gráfica II. Valor de las ventas de juguetes



*Millones de pesos

En las gráficas anteriores, se observa claramente que el volumen de ventas de juguetes en el mercado mexicano ha cambiado constantemente en los últimos seis años. Este efecto se debe principalmente a la reciente crisis económica mundial que afectó el poder adquisitivo de los consumidores. En este sentido el aumento en el volumen de las ventas mostrado a partir del 2011 se debe a la recuperación de la economía y a la integración al mercado mexicano de nuevos productos y de diferentes competidores originarios de diferentes partes del mundo, como China.

En este sentido, el aumento en el valor de las ventas de juguetes se explicaría en primer lugar por un aumento en los precios de los juguetes, y no por un aumento del consumo de juguetes en el mercado mexicano. Y en segundo lugar por ajustes cíclicos de la economía mexicana como inflación y recuperación económica de una crisis mundial reciente.

Ante esto, los productores nacionales no han podido aprovechar el aumento de precios de los juguetes dado que el producto mexicano tiene diferentes características en comparación con el producto de importación, toda vez que, como se mencionó anteriormente, los productos de importación cuentan con licencias y marcas famosas, por lo que los productores mexicanos buscan otros nichos de mercado como la exportación.²³

Elasticidad de la demanda de juguetes

De acuerdo a estudios realizados alrededor del mundo, los juguetes son considerados como un bien normal, es decir, si el ingreso de los individuos aumenta o el precio de dicho bien disminuye, aumentará la cantidad demandada. El principal objetivo de este apartado es observar cómo se comporta la elasticidad de la demanda de juguetes ante cambios en el precio. Para entender la importancia de este análisis, en economía se define a la elasticidad precio de la demanda como el grado de correlación que existe entre la cantidad demandada y el precio del mismo bien. Es decir, cómo afecta el cambio el precio en la cantidad demandada de un bien.

En México un estudio realizado por el Doctor Alejandro Werner y Fernando Aportela²⁴ afirma que la elasticidad de la demanda de los artículos de esparcimiento (donde están incluidos los juguetes) es alta; es decir, el efecto en la demanda ante un incremento de precios, se vería reflejada notablemente y de forma negativa en la utilidad de las personas que destinan su gasto a este tipo de productos. Dentro de este documento el Doctor Werner²⁵ concluye que la curva de demanda de juguetes, los cuales son productos de entretenimiento, es elástica:

²³ Fuente: Toys and Games in Mexico, Junio 2012; Euromonitor International; <http://www.euromonitor.com/>

²⁴ Alejandro Werner y Fernando Aportela Rodríguez. La Reforma al Impuesto al Valor Agregado de 1995: Efecto Inflacionario, Incidencia y Elasticidades Relativas. Banco de México. Documento General de Investigación No.2002-01. Enero, 2002.

²⁵ Alejandro Werner Wainfeld es economista por parte del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y cuenta con un doctorado por el Instituto Tecnológico de Massachussets y ocupó el cargo de Subsecretario de Hacienda y Crédito Público.

“Los ejercicios realizados tanto para estimar la incidencia del impuesto como la elasticidad relativa de la demanda y de la oferta arrojaron resultados acordes a lo esperado con la teoría económica. Los bienes y servicios básicos mostraron una menor elasticidad de demanda, mientras que los productos de entretenimiento y otros bienes no básicos presentaron, en general, una mayor elasticidad de demanda.”²⁶

Dado que la cantidad demandada de los juguetes en México es elástica, entre más disminuya el precio más aumenta la demanda; por lo tanto, conforme la magnitud de la disminución en precios sea mayor, la cantidad demandada incrementa aún más.

Canales de Distribución

Normalmente, los fabricantes nacionales venden a los mayoristas quienes venden a los distribuidores y éstos a los detallistas. La distribución detallista está muy desarrollada en el país ya que existe una gran diversidad de puntos de venta y está dominada por las grandes cadenas de supermercados y tiendas departamentales cuyas redes abarcan la totalidad del país.

Los canales de distribución formal se encuentran altamente concentrados. En este sentido las ventas en tiendas al menudeo representaron el 96.6% del total en el mercado nacional.

Las grandes cadenas de distribución en México ofrecen juguetes durante todo el año; no obstante, es en navidad, día del niño y día de reyes cuando lanzan todo tipo de promociones y amplían considerablemente la oferta de productos. Su alto poder de compra les permite abaratar los precios de venta, lo que hace que sean más atractivos para la mayoría de los consumidores.

Cadenas de distribución²⁷:

Supermercados e hipermercados: Dichas cadenas de distribución representaron el 30% de las ventas de juguetes en México. Dicha categoría incluye a empresas como: Wal Mart, Soriana, Comercial Mexicana y Chedraui.

Tiendas especializadas: Este tipo de cadenas de distribución representa el 18.2% de ventas del mercado. Incluye empresas como: Jugueterías Julio Cepeda, Juguetron, Juguetibici y Mercería del Refugio.

²⁶ Ibíd., pág. 19.

²⁷ Fuente: Toys and Games in Mexico, Junio 2012; Euromonitor International; <http://www.euromonitor.com/>

Tiendas departamentales: Este tipo de cadenas de distribución representa el 15.2% de ventas del mercado. Incluye empresas como: Sears, Sanborns, Liverpool y Palacio de Hierro.

Mercado Informal y *tianguis*: Aun cuando no se cuenta con estadísticas confiables de este medio de distribución se sabe que representa una parte importante del mercado mexicano, en donde se venden artículos originales y de contrabando. Asimismo, es importante mencionar que el sector de ventas por internet ha mostrado un crecimiento importante en las ventas de juguetes.

En este sentido, la tendencia mostrada a lo largo de 6 años indica que las ventas de juguetes según la cadena de distribución prevalecen. En relación a lo anterior, es previsible que la tendencia en las cadenas de distribución de juguetes en México se mantenga en un futuro. Asimismo, el poder de venta que los supermercados, hipermercados y tiendas departamentales han adquirido gracias a los precios competitivos y facilidades de crédito, fortalece su posición en el mercado convirtiendo a éstos puntos de venta en el lugar en el que los consumidores adquieren prácticamente todo lo que necesitan y no únicamente en el lugar donde cubren sus necesidades básicas.

En relación a lo anterior, dado que la tendencia en las cadenas de distribución seguirá a largo plazo y las preferencias del consumidor están determinadas principalmente por el factor precio, se debe considerar como estrategia a seguir una disminución de los precios de los juguetes como punto primordial para el beneficio de los consumidores y de los oferentes a corto y largo plazo.

ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DE LA MEDIDA PROPUESTA

Impacto en los precios

Teoría Económica

Para efecto de mostrar el impacto de una disminución de los aranceles para la importación de juguetes sobre los precios de los mismos, es importante entender la teoría económica que describe esta problemática, la cual va de la mano con la estrategia comercial que los productores e importadores deben seguir para mantenerse en el mercado y poder vender sus productos a un precio accesible para los consumidores y al mismo tiempo a un precio que sea redituable para los actores del mercado de juguetes.

En este sentido, para entender claramente la problemática antes descrita, es necesario dividir este apartado en cuatro secciones, Ley de oferta y demanda y elasticidades; Elasticidad de las curvas de oferta y de demanda en el mercado de juguetes; Impacto en precios ante cambios en los aranceles; y Estrategia comercial.

De manera general, en este apartado se describen las curvas de oferta y demanda así como su relación con el precio de los productos y los factores que influyen sobre los precios, la cantidad demandada y la cantidad ofrecida en el mercado.

En relación a lo anterior, analizaremos la elasticidad de las curvas de oferta y demanda de juguetes en mercados similares al mexicano y el impacto que generaría un cambio en precios sobre las cantidades demandas y ofrecidas.

Finalmente analizaremos el impacto en los precios ante un cambio en los aranceles y la estrategia comercial que los oferentes de juguetes tendrán que seguir como consecuencia de los cambios en precios de los juguetes.

Teoría Fundamental

El postulado o ley de la oferta y demanda es el modelo económico básico de la formación de precios de mercado de los bienes²⁸, que se utiliza para explicar una gran variedad de fenómenos y procesos, tanto macro como microeconómicos. Además, sirve como base para otras teorías y modelos económicos.²⁹

²⁸ Alfred Marshall (1890): Principios de economía

²⁹ MOCHON; BEKER, Economía principios y aplicaciones (segunda edición), Editorial: Mc. Graw Hill, Chile 1997.: Capítulo II-La oferta, la demanda y el mercado: aplicaciones (en sitio web de Eduard Alonso-Paulí)

El modelo se basa en la relación entre el precio de un bien y las ventas del mismo y asume que en un mercado de competencia perfecta, el precio se establecerá en un punto (llamado punto de equilibrio), es decir, la producción es igual al consumo.³⁰

Según la ley de la oferta y la demanda, asumiendo competencia perfecta, el precio de un bien se sitúa en la intersección de las curvas de oferta y demanda. Si el precio de un bien es demasiado bajo y los consumidores demandan más de lo que los productores pueden ofrecer en el mercado, nos encontraríamos en una situación de escasez, y por lo tanto los consumidores estarían dispuestos a pagar más por cada unidad de ese bien. En este sentido, los productores subirían los precios hasta que se alcance el nuevo nivel de equilibrio en el cual los consumidores no estén dispuestos a comprar más si sigue subiendo el precio. De manera análoga, si el precio de un bien es demasiado alto y los consumidores no están dispuestos a pagarlo, la tendencia será que baje el precio hasta llegar al nuevo nivel de equilibrio.

Ley de Oferta y Demanda

En este apartado describiremos de manera general las curvas de oferta y demanda y los factores económicos que las afectan directa e indirectamente.

Oferta

La ley de oferta establece que ante un aumento en el precio de un bien, y asumiendo un mercado competitivo, la cantidad ofrecida de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios aumentarán la producción. Esto es generalmente referido como “Ley de la oferta”.³¹

Lo anterior es conceptualizado en la curva de oferta, que es la representación gráfica de la relación existente entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida del mismo³² (elasticidad).

La pendiente de esta curva determina cómo aumenta o disminuye la cantidad ofrecida de un bien ante una disminución o un aumento del precio del mismo. Se denomina “elasticidad precio de la oferta” al grado de variación de la cantidad ofrecida a una modificación en el precio. Esta va desde una respuesta totalmente inelástica (línea vertical) significando que la producción no responde a cambios en precios, a una totalmente elástica (línea horizontal), significando que cambios en la producción son mayores que cambios en los precios.

³⁰ Dolores Tirado Bennasar (2008): LA DEMANDA, LA OFERTA Y EL MERCADO. APLICACIONES

³¹ Neva Goodwin, Julie A. Nelson, Frank Ackerman, Thomas Weisskopf: Microeconomics in Context M.E. Sharpe, New York, 2009

³² Alfred Marshall (1890): Principios de economía

Las determinantes de esa elasticidad incluyen: facilidad o no de adquirir insumos; existencia o no de capacidad excesiva de producción y/o inventarios acumulados; complejidad del proceso de producción, o relativa dificultad de implementar extensiones o modificaciones a ese proceso, incluyendo el tiempo y costo necesario para implementar esas modificaciones; consideraciones más generales acerca de la posición de la empresa en relación al mercado, incluyendo posible conveniencia de simplemente tomar ventaja del aumento de precios.

Tabla V. Escala de valores de elasticidad precio de la oferta

Valor	Términos descriptivos
$E_p = 0$	Oferta perfectamente inelástica
$E_p < 1$	Oferta inelástica o relativamente inelástica
$E_p = 1$	Elasticidad unitaria
$E_p > 1$	Oferta elástica o relativamente elástica
$E_p = \infty$	Oferta perfectamente elástica

Demanda

La curva de demanda representa la relación entre la cantidad de un bien o conjunto de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar en relación al precio del mismo, suponiendo que el resto de los factores se mantienen constantes. La curva de demanda es por lo general decreciente, es decir, a mayor precio, los consumidores comprarán menos. Esto es generalmente conocido como la "ley de la demanda".³³

Los determinantes de la demanda de un individuo son el precio del bien, el nivel de renta, los gustos personales, el precio de los bienes sustitutos³⁴, y el precio de los bienes complementarios.³⁵

La pendiente y forma de la curva de la demanda representa la "elasticidad precio de la demanda", con extremos en una línea vertical (demanda totalmente inelástica, representando el caso en el cual el cambio en la demanda es mayor que el cambio en los precios) y una línea horizontal, o demanda totalmente elástica, con cambios en demanda superiores a los cambios en los precios (por ejemplo, en un mercado perfectamente competitivo, el aumento de precios por una empresa puede llevar a que esa empresa pierda todo sus ventas).

³³ B Guerrien La "ley de la demanda" en "La Microeconomía"

³⁴ En economía, un bien se considera un bien sustituto de otro, en tanto uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos. Ejemplo clásico de bienes sustitutos son la margarina y la mantequilla. El hecho de que uno de los productos sea un bien sustituto de otros tiene consecuencias económicas inmediatas.

³⁵ En mercadotecnia y microeconomía, un bien complementario es un bien que depende de otro y estos, a su vez, dependen del primero. Debido a esta relación, cuando sube el precio de uno de los bienes, disminuye la demanda. Se dice que un bien "A" es complementario de otro "B", cuando la subida del precio de "A" provoca una disminución de la cantidad demandada del bien "B".

Tabla VI. Escala de valores de elasticidad precio de la Demanda

Valor	Términos descriptivos
$E_p = 0$	Demanda perfectamente inelástica
$-1 < E_p < 0$	Demanda inelástica o relativamente inelástica
$E_p = -1$	Elasticidad unitaria
$-\infty < E_p < -1$	Demanda elástica o relativamente elástica
$E_p = -\infty$	Demanda perfectamente elástica

Elasticidad - Precio de las curvas de Oferta y de Demanda de juguetes.

Una vez definida la interacción entre las curvas de demanda y oferta, es importante analizar la elasticidad de las curvas, específicamente para el caso de los juguetes, dado que a través de la elasticidad de la oferta y la demanda de juguetes podremos explicar posteriormente el efecto de los aranceles sobre los precios en el mercado de juguetes.

Elasticidad – precio de la curva de oferta

La oferta de los juguetes es considerada inelástica con respecto a sus costos de producción.³⁶ Esto significa que si aumenta el costo de alguno de los insumos con los que se produce un juguete, el precio del juguete aumentará en menor proporción de lo que aumentó el precio de algunos de los insumos utilizados.

Investigadores de los países más importantes en el mercado de juguetes como España, Estados Unidos y México aseguran que la elasticidad de la oferta precio-costo de producción de los juguetes es cercana a 0³⁷, lo que significa que los juguetes prácticamente no cambian sus precios ante un cambio en el costo de producción.

Sin embargo, tanto los autores como las pruebas empíricas muestran que si la oferta se incrementa, los precios disminuyen. En México, aún con los altos aranceles impuestos a los juguetes importados (cuotas compensatorias) que oscilaban en años pasados entre 2.58% y el 351%, medida de transición que oscila entre 110% al 50% y a raíz de la gran avalancha de importaciones provenientes de China en 1993, se ha visto una continua disminución en los precios de los juguetes, debido al aumento en el número de competidores (importadores de juguetes) en el mercado mexicano. Esto ha sucedido en países con estructuras de mercado similar al mexicano, como los son España y Estados Unidos.

³⁶ José Antonio Pastor Fernández y Lorenzo Chinchillas Mira. *EVOLUCIÓN Y PERSPECTIVAS DE LA INDUSTRIA FABRICANTE DE JUEGUETES EN ESPAÑA*. Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEJF). 2009.

³⁷ Alejandro Werner y Fernando Aportela Rodríguez. *LA REFORMA AL IMPUESTO AL VALOR AGRAGADO DE 1995: EFECTO INFLACIONARIO, INCIDENCIA Y ELASTICIDADES RELATIVAS*. Banco de México. Documento General de Investigación No.2002-01. Enero, 2002.

En México, existen aranceles para distintos tipos de juguetes, por lo cual la oferta formal de juguetes no ha mostrado grandes cambios en comparación con otros países productores alrededor del mundo. Sin embargo, el mercado negro de juguetes es cada vez mayor, lo que se traduce en pérdidas para el gobierno, para los productores, para los vendedores y para los consumidores de México³⁸.

Sin embargo, de acuerdo con estudios recientes la oferta formal³⁹ de juguetes en México incrementaría ante una disminución de los aranceles, debido a un aumento del número de competidores en el mercado y por lo tanto un aumento de la oferta de juguetes. Esto traería como consecuencia que los proveedores de juguetes (en su mayoría importadores⁴⁰) tendrían incentivos a bajar los precios, derivado del desplazamiento de la curva de la oferta; sin importar la elasticidad de la misma.

En resumen, aún cuando la curva de oferta de juguetes en México, empíricamente ha demostrado ser inelástica, ante cambios en los factores de producción, también se ha demostrado que ante el aumento del número de competidores en el mercado (como consecuencia de una disminución de aranceles) generaría una disminución de precios proporcionalmente mayor. Por lo tanto, se puede concluir que en México se deben tomar medidas necesarias para incrementar la oferta y en beneficio de los actores que conforman el mercado de juguetes en México.

Elasticidad – precio de la curva de demanda

Con el objetivo de analizar la elasticidad precio de la curva de demanda de juguetes, se incluyen los resultados de investigaciones al respecto en otras partes del mundo y en mercados similares al mexicano en donde las importaciones de juguetes superan considerablemente la producción local de este mismo producto y por lo tanto, la curva de demanda se comporta de manera similar.

En primer lugar, se observa el comportamiento de la demanda y oferta de juguetes en España, en donde, el grado de respuesta de los consumidores ante cambios en el precio de los juguetes es muy similar a la del mercado mexicano, debido en parte a la similitud en la estructura del mercado en donde la demanda de juguetes de importación domina el mercado.

³⁸ Heredia Solorzano, Enrique Alejandro. *Fin de las cuotas compensatorias impuestas a los juguetes de origen chino, ganadores, perdedores y la imposición de la medida de transición*. Tesina, ITAM, 2009.

³⁹ Debe entenderse por oferta formal, la producción, venta y compra de juguetes que paga impuestos.

⁴⁰ 98.8% del Consumo Nacional Aparente de juguetes es de producto de importación. Ver página 12 de este escrito.

Derivado de lo anterior, José Pastor⁴¹ demuestra que la demanda de juguetes en España es elástica. En la Tabla II se muestran claramente los efectos en la demanda de juguetes ante cambios en el nivel de precios.

En esta Tabla se observa que de 2001 a 2008 la demanda de juguetes aumentó considerablemente, ante la disminución de los precios de los mismos. Esta relación de cambio muestra una elasticidad aproximadamente de 2, lo que significa que por cada unidad que disminuya el precio, subirá en 2 unidades la cantidad demandada.

Tabla VII. Evolución de las cifras de ventas del sector del juguete en España 2001- 2008⁴²

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Valor venta juguetes (en millones de euros)	644.19	702.00	810.92	898.63	1,002.49	1,050.15	1,158.54	1,187.27
Variación anual		8.97%	15.52%	10.82%	11.56%	4.75%	10.32%	2.48%
Consumo de juguetes/niño por año (en euros)	110.12	118.81	134.18	146.7	160.01	164.72	178.76	183.8
Variación anual		7.89%	12.90%	9.48%	8.95%	2.94%	8.53%	2.83%
Unidades vendidas en millones de euros	35.69	36.46	43.68	49.60	58.79	60.34	64.59	65.32
Variación anual		2.17%	19.78%	13.57%	18.51%	2.64%	7.04%	1.12%
Unidades vendidas/niño/año	7.2	7.3	8.5	9.5	10.9	11.0	11.5	11.7
Variación anual		0.80%	16.76%	11.90%	15.22%	0.67%	4.97%	1.12%
Precio venta al público/unidades vendidas por año (en euros)	18.05	19.25	18.57	18.12	17.05	17.40	17.94	18.18
Variación anual		6.77%	-3.75%	-2.52%	-5.69%	1.86%	-1.61%	1.34%

De acuerdo con José Pastor, el consumidor en España se ha visto beneficiado desde la entrada de los juguetes provenientes de China desde el 2001, en el aspecto de precio y calidad. Sin embargo, el consumidor no ha podido ver reflejado estos nuevos beneficios en los precios para los productos españoles, debido a que las fábricas de juguetes españolas siguen empeñadas en su sistema cíclico de ventas, el cual consiste en almacenar los juguetes hasta los días festivos como son el día del niño, navidad, día de reyes, etc. y

⁴¹ José Antonio Pastor Fernández y Lorenzo Chinchillas Mira. *Evolución y Perspectivas de la Industria Fabricante de juguetes en España*. Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEJF). 2009

⁴² Ibid.

venderlos hasta entonces. Derivado de lo anterior, Pastor concluye que este fenómeno va en contra de experimentos que demuestran que, ante una disminución del arancel, los precios deben bajar y como consecuencia aumentarían las ganancias y el flujo comercial.

Otro claro ejemplo del efecto que tiene una disminución de precios (vía una disminución de aranceles) generando un incremento en las ganancias y en el flujo comercial, es un estudio realizado en Estados Unidos de América por Marshall L. Fisher. Este estudio⁴³ consistió en observar el incremento en las ventas de juguetes ante una disminución en los precios de los mismos y sus efectos sobre las ganancias de los oferentes y el comportamiento de los consumidores. Como resultado, las ganancias de los oferentes resultaron ser mayores debido a la disminución de los precios; es decir, se observó un aumento en el flujo comercial de juguetes derivado de la disminución del precio de los mismos y los consumidores aumentaron su poder adquisitivo vía una disminución en precios.

Mediante este estudio empírico se comprobó que la mayoría de las personas tienen información incompleta al momento de comprar juguetes, por lo que al comprar el producto consideran el precio, como principal criterio de elección. Para la realización de este estudio, se tomaron como muestra las estadísticas del valor de ventas, volumen de ventas y disminución en los precios de juguetes, que proporcionaron empresas como Family Game Center, Phonics Traveler y Walkie Talkie.

Como resultado de este estudio, se obtuvo que la demanda de juguetes tiene una elasticidad de 1.95, 2.02 y 3.16 respectivamente, para cada uno de los establecimientos incluidos en esta muestra. Por lo tanto, se demuestra que la elasticidad precio-demanda de los juguetes es elástica y, por lo tanto, una disminución en los precios de los juguetes incrementaría el volumen de juguetes vendidos.

Derivado de lo anterior, se puede concluir que los juguetes son bienes elásticos, y por lo tanto confirma que, ante una disminución en el precio de los mismos, la demanda de juguetes aumentaría y por lo tanto generaría un mayor flujo comercial. Esto se traduce en un crecimiento de la utilidad de los consumidores y, por consiguiente, en mayores ganancias para los productores de juguetes. Además, se puede concluir que dado que la demanda de juguetes es elástica, los oferentes de juguetes tendrían incentivos económicos para disminuir sus precios para generar mayores ganancias y beneficiar al mismo tiempo a los consumidores de juguetes.

⁴³ Marshall L. Fisher y Visahl Gaur. *In-Store Experiments to Determine the Impact of Prices on Sales*. Diciembre 2003.

Impacto de una imposición de aranceles sobre los precios de los juguetes.

Impuestos y aranceles dentro del modelo de oferta y demanda

Partiendo del supuesto de que los impuestos no deben ser considerados como impuestos sobre las empresas o sobre los consumidores, sino sobre las transacciones entre ambas partes, entendemos que el impuesto sobre el valor se grava de la siguiente manera:

$$\text{Precio Demandado} = (1 + \text{Impuesto}) * \text{Precio Ofrecido}$$

Esto se observa cuando el precio que pagan los consumidores es mayor y el ingreso que reciben las empresas, productores o importadores, es menor. Por lo tanto, quien paga más o quien paga menos, depende de las características de la oferta y demanda de la industria en particular.

Sabemos que una oferta más inelástica ó no sensible al precio, traslada una menor parte del impuesto a los demandantes, o en este caso, consumidores. Mientras que la curva de demanda sea más elástica o sensible al precio, traslada mayor proporción del impuesto a los productores o en este caso, importadores.

Impacto de la imposición de aranceles sobre precios de los productos

Para poder entender los efectos que tiene la imposición de aranceles sobre el precio de los productos, consideraremos necesario explicar el comportamiento y la sensibilidad de la curva de la demanda ante un cambio en los aranceles y su impacto sobre los precios.

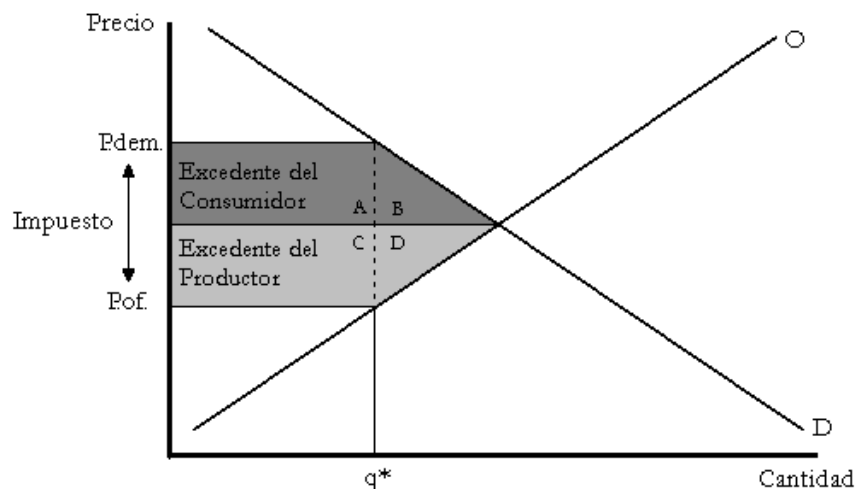
Derivado de lo anterior, y después de concluir que la curva de demanda de juguetes es elástica y que la curva de oferta es inelástica, podemos afirmar que la mayor parte del arancel (impuesto) se absorbe por los importadores, aun cuando esta proporción dependerá de la elasticidad de la oferta de juguetes en el mercado mexicano.

De manera análoga a lo que se mencionó anteriormente, si se elimina el arancel, disminuye el precio que pagan los consumidores y aumenta el ingreso que perciben los oferentes. Sin embargo, el beneficio importante se ve con el aumento que experimenta la importación; es decir, el beneficio al costo social⁴⁴ que provoca la disminución del impuesto. Para observar el beneficio social con la eliminación del arancel, debemos sumar las áreas A+B+C+D de la siguiente grafica⁴⁵.

⁴⁴ En teoría económica el costo social se compone del costo alternativo de los recursos usados en la producción de un bien, más cualquier pérdida de bienestar o incremento en los costos que la producción de ese bien pueda ocasionar a cualquier otra actividad productiva.

⁴⁵ Un Enfoque Actual Micro-economía Intermedia; Hal R. Varian; 7ª Edición; 2006. Página 258 y 259.

Gráfica III. Impacto de los aranceles en el modelo oferta y demanda



En términos gráficos, los consumidores están dispuestos a pagar la suma de las áreas A+B y los importadores están dispuestos a pagar C+D. Donde "A" mide la pérdida que significa tener que pagar más por las mismas unidades de consumo y "C" mide la ganancia derivada de la venta al precio más alto de las unidades que antes se vendían a un menor precio⁴⁶. Por otro lado, el área B mide la pérdida derivada de la recaudación del consumo y la D mide la ganancia derivada de la venta de las unidades adicionales del nuevo precio.

Impacto de la imposición de aranceles sobre precios de los juguetes (Caso México)

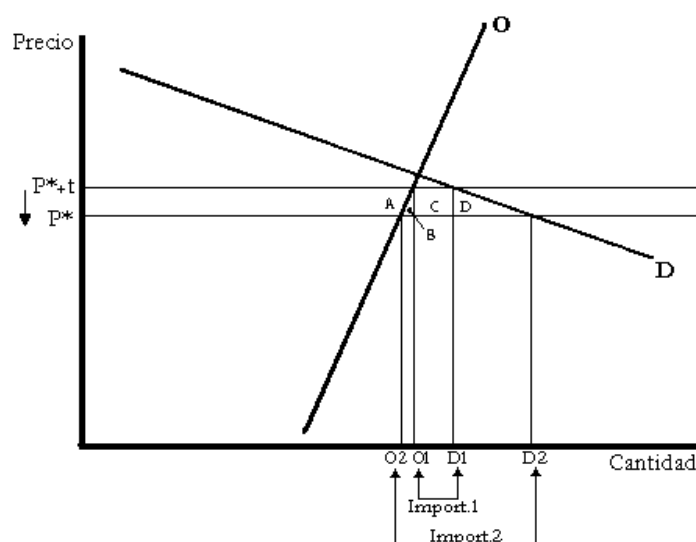
Después de explicar la interacción de la demanda y oferta en el mercado de juguetes, de definir la elasticidad de cada una de las curvas específicamente para el mercado del juguete y una vez que se ha entendido el efecto de la imposición de aranceles sobre los precios de los productos. A continuación se explica el impacto que tendría un cambio en la imposición de aranceles a la importación de juguetes, específicamente para el mercado mexicano y sus actores (consumidores y oferentes).

En este sentido, aplicando los mismos conceptos antes mencionados, podemos observar que en la siguiente grafica donde se toman en cuenta las elasticidades de demanda y oferta de la industria del juguete, tomando en cuenta que en la industria de juguete en México es principalmente importadora de juguetes, una disminución o eliminación del arancel a los juguetes tendrá el siguiente impacto:⁴⁷

⁴⁶ Ibíd. página 264

⁴⁷ Ibíd. página 265

Gráfica IV. Impacto de los aranceles en el modelo oferta y demanda en el mercado mexicano



Como se observa en la Gráfica IV, en ausencia del arancel, el precio disminuye en lo proporcional al arancel y las importaciones aumentan de manera significativa de "Import.1" a "Import. 2". Esto se debe a que la curva de demanda de juguetes, es sensible al precio, y por lo tanto, el incremento en la cantidad demandada aumenta considerablemente. Mientras que la curva de oferta, por ser poco sensible al precio, tendrá un efecto menor en cuanto a la cantidad ofrecida⁴⁸. Es importante mencionar que el efecto sobre la oferta pudiera ser aun mayor, debido a que la elasticidad de la curva de oferta cambiaría ante un cambio en los precios y al posible desplazamiento de la curva, ante un aumento del número de competidores en el mercado, debido a la facilidad de importación de juguetes a territorio mexicano y con esto un aumento de la oferta.

En este sentido, se observa que el exceso de demanda generado por un aumento en la cantidad demandada (vía disminución de precios), será cubierta por las importaciones y no afectará a los productos nacionales, dado que:

- i. Su producción es destinada en un 99.0% a la exportación.
- ii. Su capacidad de producción no podría satisfacer la demanda de juguetes por parte de los consumidores locales.

Continuando con la grafica anterior, la pérdida del gobierno al dejar de recaudar el arancel, se ve reflejada en el cuadro "C". Sin embargo, la proporción que se pierde al dejar de recaudar el arancel se ve contrarrestada y sobrepasada por el exceso de demanda. Este exceso de demanda es el que provoca el incremento en las importaciones⁴⁹.

⁴⁸ Ibíd. página 306

⁴⁹ Ibíd. página 307

Por lo tanto, se puede concluir que de acuerdo con la teoría económica, dado que la curva de demanda de juguetes es elástica, una disminución de los aranceles traería como consecuencia un impacto sobre el excedente del consumidor y del importador, dependiendo de la elasticidad de la curva de oferta, pero de manera general traería como consecuencia una disminución en precios de los juguetes.

Estrategia Comercial

Como se señaló anteriormente la demanda de juguetes es sensible al precio. En este sentido, los oferentes en la industria tienen incentivos en seguir una estrategia de bajo costo ya que a través de dicha estrategia es posible generar una ventaja competitiva y, por lo tanto, valor económico al alcanzar un costo menor que sus competidores de tal forma que obtenga el mismo nivel de utilidad pero ofreciendo un precio inferior. Lo anterior es consistente con lo expresado en apartados anteriores toda vez que un menor precio resulta en un mayor nivel de compra y, dada la estructura de costos de las empresas fabricantes, la utilidad puede no verse afectada al ofrecer un precio menor al público.

La estrategia de bajo costo consiste en disminuir los costos marginales de producción sin alterar las características y calidad del producto para así tener una mayor penetración en el mercado.

Una industria que adopta la estrategia de bajo costo⁵⁰ genera beneficios a través de la disminución de sus precios en los siguientes casos:

- Utilizar la reducción de precios para evitar que nuevas empresas se integren a la industria, ya que el poder de la determinación del precio del oferente que redujo sus costos actúa como una barrera para los posibles integrantes.
- El integrante de la industria al competir con sustitutos, se encuentra mejor posicionado para utilizar el precio bajo como defensa contra las compañías que tratan de hacer incursiones en el mercado con un producto o servicio sustituto.
- Al tener un bajo costo el integrante de la industria se encuentra en la mejor posición para competir sobre la base del menor precio con el fin de apropiarse de las ventas de los otros competidores en el mercado de los niños.

⁵⁰ Las estrategias de bajo costo son efectivas cuando a) la competencia de precios entre los vendedores rivales es especialmente intensa; b) cuando el producto de la industria se encuentra estandarizado, por lo que un bajo precio de venta se convierte en el factor dominante para que los compradores elijan el producto de un vendedor; y c) cuando existen pocas formas de lograr una diferenciación del producto que tenga un valor para los compradores, lo que hace que estos sean muy sensibles a las diferencias en precios.

A este respecto, mientras más sensibles al precio son los compradores y más inclinados se sienten a fundamentar sus decisiones de compra en el vendedor que ofrece el mejor precio, más atractiva se vuelva una estrategia de bajo costo.

Derivado de lo anterior, ante una reducción de costos generalizada, como lo es una disminución en aranceles, el efecto es una disminución generalizada en el precio de todos los oferentes del mercado ya que ninguna empresa tendría incentivos para mantener el precio previo a la disminución de aranceles puesto que existe el riesgo de pérdida de mercado. Lo anterior, claramente se ve reflejado en el beneficio de los consumidores ya que tienen acceso a los mismo productos a un precio inferior.

Impacto en el empleo

Durante el periodo de 2007 a 2012 el sector manufacturero de juguetes en México ha sufrido cambios en cuanto al empleo y las remuneraciones del personal ocupado, esto principalmente ocasionado por la crisis mundial de 2008, la cual ocasionó una disminución del consumo en Estados Unidos de América y como consecuencia una disminución de la producción mexicana de juguetes así como de las importaciones de éstos, ya que como se mencionó anteriormente, la producción nacional de juguetes tiene como destino el extranjero y principalmente los Estados Unidos. Sin embargo, en lo últimos dos años este sector ha repuntado y en la actualidad el sector manufacturero de juguetes emplea más de 9,000 personas, que representan el 0.30% del total de personal empleado por la industria manufacturera en México.

Tabla VIII. Personal ocupado sector manufacturero de juguetes de 2007 a 2012⁵¹

Año	Obreros	Empleados	Total personal ocupado
2007	7,709	1,328	9,037
2008	7,097	1,247	8,344
2009	6,937	1,848.	8,785
2010	8,046	1,517	9,685
2011	8,515	1,479	9,994
2012	8,052	1,474	9,526

De igual manera, las remuneraciones en la industria han mejorado considerablemente y se observa una tendencia de crecimiento a largo plazo, aún cuando la recuperación de los mercados internacionales ha sido lenta.

⁵¹ Fuente: INEGI (www.inegi.org.mx)

Es importante destacar que la industria manufacturera de juguetes en México, produce más de 1,000 millones de pesos al año⁵², de los cuales destina el 99.0% al mercado extranjero, principalmente a Estados Unidos (83.8%).

Derivado de lo anterior, toda vez que la industria nacional productora de juguetes no depende de la demanda nacional de los mismos y, por el contrario, depende principalmente del consumo en el mercado extranjero, se puede concluir que los efectos observados en los indicadores nacionales, en específico, el empleo, pueden explicarse debido a cambios en el consumo internacional de dichos productos, en específico cambios en el consumo en los Estados Unidos de América.

En este sentido, ante una disminución del Impuesto general a las importaciones, ("IGI"), para los juguetes, el efecto sobre la industria manufacturera nacional de juguetes no sería negativo, dado que los ingresos que obtiene la industria del mercado nacional de juguetes es mínima (13.0%) y, por lo tanto, el facilitar la entrada del producto de importación no ocasionaría un aumento de competencia en el mercado local en contra de los productos nacionales, sino por el contrario ocasionaría un aumento en el número de competidores en el mercado local lo cual generaría un crecimiento del mercado nacional y una disminución de precios de los juguetes.

Impacto en la Competitividad de las Cadenas Productivas y en las Ganancias/Pérdidas del Sector Productivo

El objetivo de esta apartado es definir la competitividad en términos económicos y sociales y posteriormente demostrar que la apertura comercial, a través de la disminución de los aranceles para productos como los juguetes, es la clave para mejorar la competitividad de México y el beneficio que genera sobre las cadenas productivas.

Para efectos de este análisis, es importante definir el término "competitividad"⁵³. En este sentido, el Instituto Mexicano para la Competitividad, ("IMCO"), define la competitividad como la capacidad de atraer y retener inversiones y talento. Esta definición implica que para poder lograr estos dos objetivos, es necesario que los países y las entidades federativas de México ofrezcan condiciones integrales y aceptables en el ámbito internacional para maximizar el potencial socioeconómico de las empresas y de las personas que en ellos radican. Además, debe incrementar de forma sostenida el nivel de bienestar más allá de las posibilidades intrínsecas que sus propios recursos, capacidad tecnológica y de innovación ofrezcan. Todo ello, con independencia de las fluctuaciones económicas normales por las que México atraviese.

⁵² Ver Consumo Nacional Aparente; página 12 de este escrito.

⁵³ México ante la crisis que cambio el mundo, 2009. Instituto Mexicano para la Competitividad ("IMCO"). Junio 2011.

El Índice General de Competitividad, ("IGC"), elaborado por el IMCO mide la capacidad de un país para atraer y retener inversiones y talento. Esto se logra cuando los países, regiones o entidades ofrecen condiciones integrales para maximizar el potencial socioeconómico de las empresas y de las personas.

Actualmente, México se ubica en la posición 32 de los 48 países que son medidos por el IGC. Este resultado es el más bajo que ha obtenido México desde 2001, cuando la medición de este índice tuvo sus inicios.

En este sentido, el IMCO ha propuesto diez factores primordiales para mejorar la competitividad de México los cuales se mencionan a continuación⁵⁴:

1. Sistema de derecho confiable y objetivo.
2. Manejo sustentable del medio ambiente.
3. Sociedad incluyente, preparada y sana.
4. Macroeconomía estable.
5. Sistema político estable y funcional.
6. Mercado de factores eficiente.
7. Sectores precursores de clase mundial.
8. Gobiernos eficientes y eficaces.
9. Aprovechamiento de las relaciones internacionales.
10. Sofisticación e innovación de los sectores económicos.

Asimismo, para efectos del análisis, el principal factor que debemos considerar es el "aprovechamiento de las relaciones internacionales", el cual, de acuerdo con el IMCO, requiere de ciertas acciones para mejorar la competitividad de México en lo que se refiere a las relaciones internacionales. Entre estas acciones destacan las siguientes:

- Continuar con la política de desgravación arancelaria unilateral, la cual beneficiaría a las cadenas de producción al tener más acceso a insumos más baratos de otros países.
- Eliminar el proteccionismo comercial, como son las medidas comerciales y las cuotas antidumping, particularmente de productos agrícolas.

Derivado de lo anterior, el IMCO plantea el comercio internacional como un eje estratégico para la competitividad de México. En este sentido, la competencia internacional obliga a los mercados nacionales a innovar y volverse más eficientes, ya que ante una apertura comercial el proceso de "destrucción creativa"⁵⁵ se da de forma acelerada.

⁵⁴ Índice de competitividad internacional 2011, más allá de los BRICS. IMCO

⁵⁵ "Destrucción creativa" se refiere al proceso de innovación que se da en una economía de mercado en el que nuevos productos "destruyen" a las empresas y modelos de negocio viejos. http://imco.org.mx/article_en/destruccion_creativa_como_lidiar_con_las_quiebras_en/

En este sentido, el IMCO propone una desgravación arancelaria unilateral y acuerdos bilaterales para facilitar el flujo comercial entre regiones. En pocas palabras, el IMCO considera que nuestro sistema arancelario es demasiado complejo.

Por lo tanto, el IMCO considera que la desgravación unilateral es necesaria ya que simplifica el comercio y beneficia a las cadenas de producción, al tener acceso a insumos más baratos y productos terminados que no son fabricados en México.

A este respecto el IMCO considera que las barreras ocultas a la importación se redujeron en un 18% en el periodo 2001-2010 y un 3% entre 2007 y 2010.

Sin embargo, México no ha logrado mejorar en la diversificación de sus importaciones y exportaciones. México continúa exportando e importando más de la mitad de sus productos de y hacia Estados Unidos. Desde 2004, México se sitúa en el lugar 44 y 43 respectivamente a nivel mundial. La falta de diversificación es un problema que hace al país altamente dependiente de la economía de EUA. No obstante, sí ha habido una ligera mejora, de acuerdo con el INEGI, de 2001 a la fecha el porcentaje de las exportaciones que tienen como destino los EUA se redujo del 90% al 80%. Sin embargo, al no reducirlas más allá del umbral del 50% de las exportaciones, esto no se vio reflejado en el subíndice.

México tiene menos barreras ocultas a la importación y una economía más abierta que los BRICS⁵⁶. Esto es importante ya que permite a las empresas extranjeras exportar más bienes a México, lo cual ayuda a construir una economía más eficiente, y en favor de los consumidores. Lo anterior, a su vez mejora las relaciones entre los países ya que alinea sus intereses con los de los del bienestar económico de México.

Un claro ejemplo de la búsqueda de las instituciones de gobierno mexicano para facilitar el comercio es el plan de desgravación arancelaria realizada por la Secretaría de Economía ("SE") e implementada en 2008, en donde se modificaron más de 6,000 fracciones arancelarias.

Al respecto, el IMCO considera que la propuesta original de la Secretaría de Economía era ambiciosa en el sentido que contemplaba una desgravación de bienes industriales en dos etapas – 2009 y 2010 – en donde la reducción resultaría en una fuerte disminución de la brecha entre los aranceles de México y los de EUA. Sin embargo, en la práctica los aranceles no fueron eliminados para todos los productos contemplados originalmente y por lo tanto, la brecha entre los aranceles aplicados por México y los de EUA seguirá siendo alta, lo cual continuará siendo un incentivo para triangular el comercio.

En este sentido, el IMCO propone que la SE impulse el plan original de desgravación, el cual disminuye en mayor medida las brechas arancelarias y en menor tiempo.

⁵⁶ En economía internacional, se emplea la sigla BRICS para referirse conjuntamente a Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica.

Por otra parte, el IMCO considera que al no contemplar a China como socio comercial estratégico se estaría perjudicando la competitividad de la industria mexicana. Lo anterior toda vez que establecer una agenda de largo plazo con China se considera fundamental para el desarrollo económico y comercial de México.

Sin embargo, el IMCO también considera que aún cuando el temor a China está justificado por la pérdida competitiva en el mercado estadounidense y en el nacional, México debe evitar defender la industria nacional ya que incentivaría aún más el contrabando y la triangulación comercial. Derivado de lo anterior, el IMCO propone que México debe buscar una alianza estratégica con China que permita no sólo competir abiertamente con el país asiático sino que abra mayores oportunidades de asociación. La posición geográfica de México, así como su relevancia económica y comercial, siguen siendo atractivas para los chinos. En este sentido, el país debe potenciar su ventaja geográfica mediante una mejor infraestructura que lo conecte aún más con los Estados Unidos de América y el mundo.

En relación a lo anterior, tomando en consideración que la industria manufacturera de juguetes en México tiene como principal destino el mercado extranjero, principalmente Estados Unidos de América, podemos concluir que los factores que pueden contribuir o afectar la industria nacional de juguetes son principalmente la apertura comercial para poder proveer a esta industria de insumos más baratos y la tarea que tiene el gobierno de construir alianzas con países como China para permitir la competencia y potenciar la ventaja geográfica que tiene México en relación con otros países.

A este respecto, los principales factores negativos para la industria nacional del juguete son externalidades de tipo cualitativas como la necesidad de una desgravación arancelaria, la falta de alianzas comerciales con China y el bajo aprovechamiento de la cercanía con los Estados Unidos, así como factores de tipo cuantitativos como insumos caros para la producción de juguetes.

Derivado de lo anterior, una disminución del IGI no traería consecuencias negativas a la industria nacional del juguete dado que el 99.0% de la producción de juguetes en México se destina al mercado extranjero y por el contrario mejoraría la competitividad nacional.

Impacto en los Ingresos del Gobierno

Objetivo

En este apartado se busca demostrar que el efecto fiscal derivado de la eliminación de los aranceles para la importación de la industria juguetera, no afectará significativamente los ingresos tributarios del Gobierno Federal.

Análisis

Se obtuvo el dato histórico de Banco de México para el ingreso tributario total del Gobierno Federal⁵⁷, así como para el ingreso por concepto de Impuesto sobre la Renta ("ISR"), Impuesto al Valor Agregado ("IVA") e Impuestos General de Importación ("IGI") recaudados en el ejercicio fiscal de 2012.

Derivado de lo anterior, se obtuvieron los porcentajes que cada uno de los impuestos antes mencionados representan respecto del ingreso tributario total recaudado por el Gobierno Federal durante 2012. Dichos porcentajes resultaron de 50.0% para ISR, 38.2% para IVA y 1.8% para el IGI.

Como se puede observar, el porcentaje que representa el IGI con respecto al total de ingresos tributarios del Gobierno Federal es mínimo comparado con los porcentajes que representan el ISR e IVA con respecto al mismo parámetro.

Por otro lado, se estimó el IGI⁵⁸, así como el IVA correspondientes al ejercicio fiscal de 2012 para la industria juguetera en México, dicho cálculo se realizó con el objetivo de demostrar que el impacto de la recaudación por concepto de dichos impuestos no es significativo para los ingresos tributarios totales obtenidos por el Gobierno Federal.

En este sentido, los resultados arrojados por los cálculos antes mencionados fueron de \$2,235,295,927 pesos para el IGI y de \$2,935,285,895 pesos para el IVA.

Una vez obtenidos los resultados antes mencionados, se calcularon los porcentajes que representan el IGI y el IVA por importaciones de la industria juguetera con respecto al total recaudado por cada uno de dichos impuestos, así como respecto de los ingresos tributarios totales de Gobierno Federal. La siguiente tabla muestra dichos cálculos.

⁵⁷ Sin incluir ingresos petroleros.

⁵⁸ Cálculo realizado con el valor en aduanas de juguetes contenido en la Glosa de los pedimentos de importación elaborada por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y proporcionada a la AMIJU, así como con la tasa de IGI promedio ponderado para la industria juguetera calculada con datos de la Secretaría de Economía al día 4 de julio de 2013, la cual resultó de 13.88%.

**Tabla IX. Porcentajes de IGI e IVA para la industria juguetera en México
con respecto al total recaudado**

Impuesto	Impuesto Industria Juguetera* (A)	Impuesto total recaudado* (B)	Total de ingresos tributarios 2012* (C)	Porcentaje respecto al impuesto total recaudado (A/B)	Porcentaje respecto al total de impuestos (A/C)
IGI	\$ 2,235	\$ 27,906	\$1,516,951	8.01%	0.15%
IVA	\$ 2,935	\$579,988		0.51%	0.19%

*Valores expresados en millones de pesos.

Como se observa en la Tabla IX, el IGI estimado para la industria juguetera durante 2012, representa el 8.01% con respecto al total de impuesto a la importación para ese mismo periodo. Asimismo, dicho impuesto representa el 0.15% con respecto al total de ingresos tributarios del Gobierno Federal para 2012.

Por otro lado, el IVA por importaciones estimado para la industria juguetera durante 2012, representa el 0.51% con respecto al total recaudado por este impuesto. Asimismo, dicho impuesto representa el 0.19% con respecto al total de ingresos tributarios del Gobierno Federal para 2012.

Tomando en cuenta estos datos, se puede llegar a la conclusión de que los impuestos estimados para la industria juguetera en 2012 no afectan significativamente a la recaudación total del Gobierno Federal.

Adicionalmente, conforme a la Legislación Tributaria, el IVA aplicable a las importaciones es acreditable para los importadores mexicanos, por lo que no representa un ingreso tributario real para las Autoridades mexicanas, siendo únicamente un flujo virtual.

Asimismo, el IGI aplicable a las importaciones es deducible para efectos del cálculo del ISR, por lo que aproximadamente solo el 70% del IGI recaudado representa un ingreso real para las Autoridades mexicanas.

Finalmente, con el objeto de demostrar que el efecto fiscal derivado de la eliminación de los aranceles por importación en la industria juguetera no afectará significativamente los ingresos tributarios del Gobierno Federal, se realizó un cálculo estimado del ISR que la industria juguetera hubiera pagado si no se considerara ningún tipo de arancel para sus importaciones.

Para poder determinar el ISR a pagar por la industria juguetera durante 2012, se utilizaron las ventas totales para dicha industria en México,⁵⁹ así como el valor en aduana de

⁵⁹ Fuente: Euromonitor. Traditional Toys and Games (no incluye videojuegos).

juguetes⁶⁰ (costo de ventas) y el porcentaje promedio de gastos de operación obtenido por diversas empresas que se encuentran en dicha industria.⁶¹ Con los datos antes mencionados, se obtuvo la base gravable estimada y el impuesto a pagar por concepto de ISR. La siguiente tabla muestra el cálculo antes mencionado:

Tabla X. Cálculo del ISR estimado

	Importe*
Ventas totales	\$ 26,676,900,000
- Costo de ventas (valor en aduana)	\$ 21,063,656,327
- Gastos operativos	\$ 1,883,804,577
= Base gravable	\$ 3,729,439,096
X Tasa de impuesto	30.0%
= ISR Estimado	\$ 1,118,831,729

*Montos expresados en pesos.

El resultado del ISR por pagar estimado para la industria juguetera para 2012 fue de \$1,118,831,729 pesos. Este monto representó el 0.15% con respecto al total de ISR recaudado durante 2012 y el 0.07% con respecto al total de ingresos tributarios del Gobierno Federal.

Como se señaló anteriormente, la curva de demanda de juguetes es elástica y, por lo tanto, una disminución en precios traería como consecuencia un aumento significativo en la cantidad demandada de juguetes. En este sentido, se puede inferir que en caso de eliminarse los aranceles por importación de juguetes, el incremento en el monto recaudado por ISR pagado por las empresas de la industria juguetera y el IVA recaudado por importaciones y por venta al público, sería mayor a la disminución del monto recaudado por concepto de IGI aplicable a las partidas arancelaria bajo análisis.

Adicionalmente y como se mencionó con anterioridad, conforme a la Legislación Tributaria mexicana el IGI es deducible para efectos del cálculo del ISR. Por lo tanto, en caso de que no existiera dicha deducción, aumentaría consecuentemente la base gravable para efectos del cálculo del ISR.

Comercio Informal, Piratería y Contrabando⁶²

De acuerdo al Consejo Coordinador Empresarial, la piratería y contrabando de todo tipo de bienes causan un daño a la economía formal y a la recaudación fiscal en aproximadamente US\$75,818 millones de dólares en México.⁶³

⁶⁰ Glosa de los pedimentos de importación elaborada por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y proporcionada a la AMIJU.

⁶¹ Empresas comparables, Compustat (SIC's: 3940, 3942, 3944). Tasa promedio del 33.56%.

⁶² Fuente: Toys and Games in Mexico, Junio 2012; Euromonitor International; <http://www.euromonitor.com/>

⁶³ Nota publicada por el periódico El Siglo de Torreón el día 2 de abril de 2013.

Se estima que el mercado ilegal de juguetes y juegos en México representó cerca de 10,000 millones de pesos en 2009, cifra que representaría el 43% de las ventas en el mercado formal. No obstante lo anterior, el comercio informal y piratería en México ha disminuido considerablemente en los últimos años.

Adicionalmente, el mercado de juguetes mexicano ha sufrido históricamente de actividades ilegales de mercado como la piratería, contrabando y falsificación. Sin embargo, los consumidores han cambiado sus hábitos de consumo hacia el mercado formal debido a la estrategia de bajos precios que las empresas productoras han adquirido.

Esta reducción en la actividad ilegal en el mercado mexicano del juguete se debe principalmente a las prácticas internacionales para facilitar el comercio que ha puesto en marcha el gobierno mexicano para mejorar el proceso de importación de juguetes. Es decir, que los importadores ilegales ahora tienen incentivos para importar juguetes a México de manera legal.

Además aún cuando el mercado ilegal sigue siendo un factor muy importante que afecta la dinámica del mercado, los consumidores están siendo atraídos hacia el mercado legal como consecuencia de una reducción en la diferencia de precios entre el mercado ilegal y el legal, por lo que los consumidores se sienten más seguros de comprar productos en centros de venta legalmente establecidos que en el mercado informal.

En este sentido, es importante mencionar que la presencia del contrabando de juguetes en México aún es significativa. No obstante lo anterior, la industria del juguete en México es principalmente exportadora ya que el 99.0% de los juguetes producidos en México son para exportación, y el 98.8% del CNA proviene de importaciones, es decir, los juguetes comercializados en el país son extranjeros. A este respecto, la AMIJU estima que de cada diez juguetes que circulan en el mercado mexicano, tres son piratas y uno es de contrabando.⁶⁴

En este sentido, una de las medidas que pudieran eliminar el contrabando y la piratería de juguetes en México es incrementar o implementar facilidades que fomenten el comercio internacional. Lo anterior toda vez que los juguetes son productos sensibles al precio y los bajos precios de los productos ilegales atraen a diversos consumidores. Adicionalmente al disminuir los aranceles de importación de los juguetes provenientes de China, las importaciones ilegales de juguetes se convirtieron en legales facilitándole al gobierno mexicano tener el control de éstas.⁶⁵

⁶⁴ Notas Sectoriales; El mercado del juguete en México; Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México, D.F. (ICEX); Junio 2009; <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,,00.bin?doc=4252932>

⁶⁵ Fuente: Toys and Games in Mexico, Junio 2012; Euromonitor International; <http://www.euromonitor.com/>

La tendencia de disminución de contrabando y mercado ilegal se vería beneficiada por iniciativas gubernamentales dirigidas a fomentar el comercio internacional ya que ante una disminución de los aranceles a la importación de juguetes, el precio de éstos se reduciría. En sentido, la medida mencionada anteriormente generaría un incentivo a los consumidores a comprar en tiendas establecidas legalmente.

Asimismo, es importante tener en cuenta que los juguetes que ingresan al país por medio del contrabando no cumplen con las regulaciones de seguridad y calidad establecidas en las Normas Oficiales Mexicanas, por lo tanto, el contrabando introduce al país juguetes que pueden resultar peligrosos y/o con sustancias tóxicas peligrosas para la salud de los niños.

A este respecto, consideramos importante citar un caso práctico para ilustrar el fondo de los aranceles impuestos a diversos productos y la relación que existe entre éstos y el contrabando. En relación a lo anterior, a continuación se resume el caso del contrabando de cacao en Ghana.

En el transcurso de dos décadas, Ghana registró una pérdida de productividad del 60 por ciento. Cuando en los 60's sus exportaciones representaban el 35 por ciento del mercado de cacao, en los 80's era sólo del 10 por ciento.

Originalmente Ghana producía 5 veces más cacao que sus países vecinos, Costa de Marfil y Togo, por lo que el precio del cacao en estos dos países era considerablemente mayor debido a sus estrictas políticas arancelarias y a su escasa oferta de cacao.

Estas diferencias de precios ocasionadas por barreras comerciales fue un incentivo lo suficientemente fuerte para que, en principio, las plantaciones productoras de cacao localizadas en regiones fronterizas con Costa de Marfil y Togo, iniciaran un contrabando de entre el 5 y 10 por ciento de su producción. Con el paso del tiempo, más plantaciones distribuidas a lo largo del país comenzaron a imitar esta acción incurriendo aún en elevados costos de transacción debido a la alta rentabilidad del negocio de contrabando de cacao. Derivado de lo anterior, podemos concluir que políticas arancelarias incentivan el contrabando.

En relación a lo anterior, la industria juguetera podría registrar un mayor crecimiento, siempre y cuando se puedan contener las importaciones ilegales de juguetes del mundo. Asimismo, tomando en cuenta que México es un país principalmente exportador de juguetes, la competitividad de la industria juguetera en el país no se vería afectada con una disminución de aranceles.

En adición a lo anterior, un claro ejemplo de esto es que, de acuerdo a lo reportado por Secretaría de Economía⁶⁶, el duplicar los cupos de importación de juguetes en el periodo de

⁶⁶ Secretaría de Economía, "Sexto Informe de Labores", a agosto de 2012.

2008 a 2010 ha ayudado a combatir el contrabando e ingreso ilegal de juguetes al país, al generarse una reducción de precios entre los ofrecidos por el comercio formal y el comercio informal, generando cambios en las preferencias de los consumidores, tendiendo estos a incrementar su preferencia por el comercio formal.

Derivado de lo anterior, podemos concluir que considerando la tendencia de los consumidores de juguetes hacia el mercado formal como consecuencia de una convergencia en precios entre el mercado ilegal y legal y debido a una política comercial que facilita la importación de juguetes, una disminución en el IGI tendría un efecto positivo en el combate contra el mercado ilegal y permitiría el crecimiento del mercado legal.

Impacto de la Venta de Videojuegos en la Demanda de Juguetes

En este apartado se proporciona una visión del impacto que ha tenido la venta de videojuegos en la demanda de juguetes en el mercado mexicano y el efecto de un impuesto arancelario.

Este análisis se basa en la información obtenida de la publicación "*Toys and Games in Mexico*", de *Euromonitor International*⁶⁷ publicación de junio 2012.

Industria de juguetes y juegos en México

Para el presente análisis, se analizó la industria de juguetes en México, así como diversos factores y elementos que afectan a la misma.

Es importante mencionar que la demanda de juguetes en México no es constante, ya que es una industria cíclica, donde la mayor venta en el año se muestra en enero, diciembre y otras festividades relevantes en el país (30 de abril - Día del niño).

Adicionalmente, aunque México muestra una expansión en el aumento de la clase media, esto no representa un beneficio en el consumo de juguetes. Lo anterior, derivado de que los consumidores prefieren adquirir productos de una gama diferente, esto es, productos que distintos a los juguetes. Es importante señalar que lo anterior afecta en mayor medida a la demanda de juguetes en comparación con la de videojuegos.

Otro factor importante es la creciente urbanización ya que esto tiene efecto en los hábitos de los consumidores tradicionales, la gente que se vive en zonas urbanas se encuentra más expuesta a los medios de comunicación y a la publicidad, donde se dan a conocer los nuevos productos en el mercado, la publicidad está dirigida principalmente a los niños lo cual hace gran diferencia con otros productos, ya que en este caso los niños son los que determinan que juguetes tendrán éxito en el mercado y cuales fracasaran.

⁶⁷ Fuente: Toys and Games in Mexico, Junio 2012; Euromonitor International; <http://www.euromonitor.com/>

Asimismo, la industria de los juguetes está siendo afectada directamente por la venta de *tablets* y *smartphones*, a través de las aplicaciones ("*apps*") disponibles en línea, lo que ha orillado a que los fabricantes rediseñen sus productos para ser más competitivos, donde la innovación y la tecnología son los factores más importantes.

Es importante mencionar que investigaciones recientes muestran que niños de 10 años en adelante, prefieren cambiar los juegos y juguetes tradicionales por videojuegos y *gadgets*.

A este respecto, se espera que las ventas de juegos y juguetes crezcan a una tasa constante de 3%, sin embargo, se espera que el crecimiento acumulado respecto de años anteriores sea 7% menor. Este cambio refleja no solo la disminución de la población de menores sino también el cambio de preferencias en el individuo, donde los videojuegos y aparatos electrónicos desplazan a juguetes tradicionales.

A continuación se muestra una tabla en la que se resumen los porcentajes de crecimiento de ventas de juguetes y de videojuegos en los periodos de 2010-2011 y 2006-2011:

Tabla XI. Porcentaje de crecimiento de ventas en juguetes y videojuegos

Productos	2010-2011	Total 2006-2011
Juguetes y juegos	5.4%	45.5%
Videojuegos	9.2%	118.7%

Como se muestra en la tabla anterior, el crecimiento de ventas de juguetes en el período de 2010-2011 fue de 5.4% contra el crecimiento del período de 2006-2011 fue de 45.5%, mientras que el crecimiento de ventas de videojuegos en el período de 2010-2011 fue de 9.2% y en el periodo de 2006-2011 fue de 118.7%.

Industria de videojuegos en México

El precio de nuevos juegos es alto, por lo que se podría pensar que algunos consumidores no estarían dispuestos a pagar por ellos, sin embargo, la existencia de compañías que se dedican a la renta de videojuegos eliminan este factor haciendo posible para los consumidores utilizar las nuevas creaciones y haciendo más atractivo el uso de consolas y videojuegos ya que es más accesible para el mercado.

Es por eso que jugar videojuegos se ha vuelto una actividad que se puede disfrutar por toda la familia, ya que existen muchos modos de que interactúen entre sí, lo que hace que sea más atractivo para el consumidor su compra, a pesar de los precios altos.

El crecimiento de ventas de videojuegos en el período de 2010-2011 fue de 9.2% y en el periodo de 2006 a 2011 fue de 118.7%.

Es importante mencionar que, a diferencia de los juguetes, los videojuegos no están gravados por arancel de importación alguno. Lo anterior, fomentando el crecimiento en las ventas de los mismos, como ha sido ya explicado.

Impacto de factores sociales en la industria del juguete

Derivado de lo anterior, la venta de juguetes en el mercado nacional ha experimentado una disminución significativa en el crecimiento de ventas en el periodo de 2006-2011, derivado de diversos factores que se explicarán a continuación.

Edad y madurez

En la actualidad, dentro de la población mexicana se está experimentando un efecto en el cual, las edades o etapas del individuo no son tan claras como anteriormente, los niños tienden a madurar más rápido o en este caso, a interesarse por cosas de adultos a temprana edad. Lo anterior tiene dos efectos, por una parte maduran antes y por otra, el tiempo de transición de adolescente a adulto se hace más largo.

Derivado de lo anterior, el mercado al que van a enfocados los juguetes, está cambiando sus preferencias hacia la compra de *gadgets* y dispositivos electrónicos, además de interesarse por formas alternativas de entretenimiento como música o moda.

Demografía

Asimismo, como consecuencia de este fenómeno, esta la disminución del mercado al que se enfoca la venta de juguetes tradicionales (de 0 a 14 años), que en México representa el 27% de la población total. Esto es, cada vez menos niños juegan con juguetes tradicionales como se mostraba en la década pasada. Además, las familias han estado disminuyendo el número de integrantes desde el 2005. La población de menores está disminuyendo en promedio 0.7% anualmente, por lo que en el 2016 se espera que baje al 25% de la población.

Factores de mercado

Otro factor que impacta la venta de juguetes es la adquisición de *gadgets* y dispositivos electrónicos, ya que tiene como efecto la adquisición de juegos en línea, aplicaciones, videojuegos, entre otros, lo que hace que disminuyan aún en mayor proporción la venta de juguetes tradicionales.

Inseguridad

Otro factor que es importante mencionar, es el efecto que tiene la inseguridad en México en relación con la venta de juguetes. En la actualidad, jóvenes y adultos de mediana edad, ante

la alta tasa de inseguridad prefieren quedarse en casa con amigos o en familia, donde una de las actividades principales es el entretenimiento con aparatos electrónicos (consolas), además de juegos de mesa.

Derivado de lo anterior, los principales factores sociales que afectan en el mercado de juguetes en México son edad y madurez, demografía y factores de mercado. Por lo anterior, es claro que las preferencias de los consumidores están cambiando y van dirigidas hacia venta de videojuegos derivados del efecto sustitución de juguetes por videojuegos.

Como prueba de esto, el crecimiento de ventas de juguetes en el período de 2010- 2011 fue de 5.4% contra el crecimiento del período de 2006-2011 fue de 45.5%, mientras que el crecimiento de ventas de videojuegos en el período de 2010-2011 fue de 9.2% y en el periodo de 2006-2011 fue de 118.7%.

Derivado de lo anterior, se puede concluir que los videojuegos están desplazando el consumo de juegos y juguetes, ya que su crecimiento se muestra a tasas decrecientes, efecto causado por la disminución en la población y el cambio de las preferencias de los consumidores.

Lo anterior, aunado al hecho que, al no contar los videojuegos con arancel de importación alguno en México, esto facilita su entrada al país, resultando en crecimientos considerables en sus ventas cada año.

En este sentido, una eliminación de los aranceles para los juguetes, no tendría un efecto negativo, dado que los ingresos que la industria obtiene por venta de juguetes de importación a disminuido como consecuencia del efecto sustitución por los videojuegos y derivados y por lo tanto, hacer que el producto importado sea más barato no afectaría el mercado local, ya que en este caso aumentaría la oferta, y podría generar cambio en las preferencias de los consumidores ante un cambio significativo en precios ocasionado por la eliminación de cuotas arancelarias.

CONCLUSIONES

Derivado del análisis anterior, se concluye de manera general la situación de la industria mexicana del juguete y los impactos que tendría una reducción del IGI sobre las diferentes variables del mercado nacional.

En relación con lo anterior, derivado del cálculo del consumo nacional aparente podemos observar en la Tabla III que el 98.8% de consumo de juguetes en México se compone de juguetes de importación, mientras que únicamente el 1.2% de los juguetes consumidos en México es de producción nacional.

Adicionalmente, podemos observar que el 99.0% de la producción nacional de juguetes se destina al mercado de exportación, mientras que el 1.0% está destinada al consumo nacional.

En este sentido, el aumento en el valor de las ventas de juguetes se explicaría en primer lugar por un aumento en los precios de los juguetes, y no por un aumento del consumo de juguetes en el mercado mexicano. Y en segundo lugar por ajustes cíclicos de la economía mexicana como inflación y recuperación económica de una crisis mundial reciente.

Por lo tanto, podemos observar que el aumento de los impuestos de importación de juguetes y la crisis económica mundial y sus efectos macroeconómicos, son las principales causas para el aumento de los precios de los juguetes.

En este sentido, podemos atribuir el contraste entre la tendencia a la alza en el valor de las ventas de juguetes y la tendencia a la baja en el valor de importación de juguetes, a que los precios de los juguetes han incrementado considerablemente y por lo tanto el mercado de juguetes se ha contraído, y como consecuencia se venden menos juguetes a un mayor precio.

Podemos concluir que los juguetes son bienes elásticos y, por lo tanto, confirma que ante una disminución en el precio de los mismos, la demanda de juguetes aumentaría generando un mayor flujo comercial. Esto se traduce en un crecimiento de la utilidad de los consumidores y, por consiguiente, en mayores ganancias para los comercializadores y productores de juguetes. Además, podemos concluir, dado que la demanda de juguetes es elástica, que los oferentes de juguetes tendrían incentivos económicos para disminuir sus precios para generar mayores ganancias y beneficiar al mismo tiempo a los consumidores de juguetes.

De acuerdo con los resultados obtenidos de Consumo Nacional Aparente, consideramos que un aumento del IGI a la importación de juguetes traería como consecuencia una disminución considerable de las importaciones de juguetes. En este sentido, se podría generar un

problema de desabasto dado que de acuerdo con los datos del INEGI el porcentaje de planta utilizada para la industria manufacturera de juguetes en promedio de 2007 a 2012 fue de 66%, y por lo tanto, ante una disminución de las importaciones, la producción de juguetes a nivel nacional no podría satisfacer la demanda interna debido a la capacidad de producción de juguetes limitada.

Además es importante resaltar que debido a que los juguetes mexicanos tienen diferentes características a los juguetes de importación, ya que se trata principalmente de juguetes tradicionales mexicanos, éstos no serían sustitutos directos de los juguetes de importación, por lo tanto se generaría un desabasto de juguetes en el mercado nacional.

En este sentido, concluimos que en caso contrario, donde se disminuyan o eliminen los aranceles, tendrá como consecuencia un exceso de demanda generado por un aumento en la cantidad demandada (vía disminución de precios), el cual será cubierto por las importaciones y no afectará a los productos nacionales, dado que:

- a) Su producción es destinada en un 99.0% a la exportación.
- b) Su capacidad de producción no podría satisfacer la demanda de juguetes por parte de los consumidores locales.

Una reducción de costos generalizada en el mercado de juguetes en México, como lo es una disminución del IGI, traería una disminución generalizada en el precio de todos los oferentes de juguetes del mercado, ya que ninguna empresa tendría incentivos para mantener el precio previo a la disminución de aranceles puesto que existe el riesgo de pérdida de mercado. Lo anterior, claramente se ve reflejado en el beneficio de los consumidores ya que tienen acceso a los mismos productos a un precio inferior.

El resultado del ISR por pagar estimado para la industria juguetera para 2012 fue de \$1,118,831,729 pesos. Este monto representó el 0.15% con respecto al total de ISR recaudado durante 2012 y el 0.07% con respecto al total de ingresos tributarios del Gobierno Federal.

Como se señaló anteriormente, la curva de demanda de juguetes es elástica y, por lo tanto, una disminución en precios traería como consecuencia un aumento significativo en la cantidad demandada de juguetes. En este sentido, se puede inferir que en caso de eliminarse los aranceles por importación de juguetes, el incremento en el monto recaudado por ISR pagado por las empresas de la industria juguetera y el IVA recaudado por importaciones y por venta al público, sería mayor a la disminución del monto recaudado por concepto de IGI aplicable a las partidas arancelaria bajo análisis.

Los factores que debemos atribuir como principales actores que impactan negativamente la competitividad de la industria nacional del juguete son externalidades de tipo cualitativas

como la necesidad de una desgravación arancelaria, la falta de alianzas comerciales con China y el bajo aprovechamiento de la cercanía con los Estados Unidos, así como factores de tipo cuantitativos como insumos caros (plástico) para la producción de juguetes.

Concluyendo, consideramos que una disminución del IGI no traería consecuencias negativas a la competitividad de la industria nacional del juguete, dado que el 99.0% de la producción de juguetes en México se destina al mercado extranjero y por el contrario mejoraría la competitividad nacional.

Derivado de lo anterior, podemos concluir que considerando la tendencia de los consumidores de juguetes hacia el mercado formal como consecuencia de una convergencia en precios entre el mercado ilegal y legal y debido a una política comercial que facilita la importación de juguetes, concluimos que una disminución en el IGI tendría un efecto positivo en el combate contra el mercado ilegal y permitiría el crecimiento del mercado legal.

Por otra parte, y como quedó demostrado, los principales factores sociales que afectan en el mercado de juguetes en México son edad y madurez, demografía y factores de mercado. Por lo anterior, es claro que las preferencias de los consumidores están cambiando y van dirigidas hacia venta de videojuegos derivados del efecto sustitución de juguetes por videojuegos.

Derivado de lo anterior, se puede concluir que los videojuegos están desplazando el consumo de juegos y juguetes, ya que su crecimiento se muestra a tasas decrecientes, efecto causado por la disminución en la población y el cambio de las preferencias de los consumidores.

En este sentido, una eliminación de los aranceles para los juguetes, no tendría un efecto negativo, dado que los ingresos que la industria obtiene por venta de juguetes de importación a disminuido como consecuencia del efecto sustitución por los videojuegos y derivados y por lo tanto, hacer que el producto importado sea más barato no afectaría el mercado local, ya que en este caso aumentaría la oferta, y podría generar cambio en las preferencias de los consumidores ante un cambio significativo en precios ocasionado por la eliminación de cuotas arancelarias.

Finalmente podemos concluir, que la petición de exentar a los juguetes del IGI sería benéfica para productores, oferentes y consumidores. Los productores no se verían afectados negativamente dado que la producción de juguetes mexicanos es destinada al mercado extranjero, los oferentes les permitiría obtener mayores ganancias a través de la disminución de los precios y los consumidores se verían beneficiados ya que podrían adquirir juguetes de buena calidad y a un menor precio, lo que reflejaría un aumento del beneficio del consumidor mexicano.

BIBLIOGRAFÍA

- Notas Sectoriales; El mercado del juguete en México; Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México, D.F. (ICEX); Junio 2009; <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,,00.bin?doc=4252932>
- *Toys and Games in Mexico*, Junio 2012; Euromonitor International; <http://www.euromonitor.com/>
- Juguete en México 2009; Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX). Julio 2009.
- Glosa elaborada por el Servicio de Administración Tributaria y proporcionada a la AMIJU.
- Censo de Población y Vivienda 2010; Instituto Nacional de Estadística y Geografía; <http://www.inegi.org.mx/>; Junio 2011.
- Alejandro Werner y Fernando Aportela Rodríguez. La Reforma al Impuesto al Valor Agregado de 1995: Efecto Inflacionario, Incidencia y Elasticidades Relativas. Banco de México. Documento General de Investigación No.2002-01. Enero, 2002.
- Alfred Marshall (1890): Principios de economía
- Mochon, Beker; Economía principios y aplicaciones (segunda edición), Editorial: Mc. Graw Hill, Chile 1997.: Capítulo II-La oferta, la demanda y el mercado: aplicaciones (en sitio web de Eduard Alonso-Paulí)
- Dolores Tirado Bennasar (2008): La Demanda, la Oferta y El Mercado. Aplicaciones.
- Neva Goodwin, Julie A. Nelson, Frank Ackerman, Thomas Weisskopf: Microeconomics in Context M.E. Sharpe, New York, 2009
- Alfred Marshall (1890): Principios de economía
- B Guerrien La "ley de la demanda" en "La Microeconomía"
- José Antonio Pastor Fernández y Lorenzo Chinchillas Mira. Evolución y Perspectivas de la Industria Fabricante de juguetes en España. Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEJF), 2009.
- Un Enfoque Actual Micro-economía Intermedia; Hal R. Varian; 7a Edición; 2006.
- Índice de Competitividad Internacional 2011: Más allá de los BRICS. Instituto Mexicano para la Competitividad ("IMCO"), 2012.
- Nota publicada en el periódico Milenio, el día lunes 27 de mayo de 2013.
- Wassily Leontief, "Exportaciones, Importaciones, Producción Nacional y Ocupación", *El Trimestre Económico*, 1947.
- Heredia Solorzano, Enrique Alejandro. *Fin de las cuotas compensatorias impuestas a los juguetes de origen chino, ganadores, perdedores y la imposición de la medida de transición*. Tesina, ITAM, 2009.
- Marshall L. Fisher y Visahl Gaur. *In-Store Experiments to Determine the Impact of Prices on Sales*. Diciembre 2003.
- México ante la crisis que cambio el mundo, 2009. Instituto Mexicano para la Competitividad ("IMCO"). Junio 2011.
- Secretaría de Economía, "Sexto Informe de Labores", a agosto de 2012.

- Nota publicada por el periódico El Siglo de Torreón el día 2 de abril de 2013.
- INEGI (www.inegi.org.mx), "Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares", ENIC 2012.