



**RED**  
**ALC-CHINA**  
Red Académica de América Latina  
y el Caribe sobre China

# **SOBREVIVENCIA Y COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA MEXICANA DEL JUGUETE ANTE LA IMPORTACIÓN PROCEDENTE DE CHINA (1996-2016)**

---

**4to. Seminario Internacional 2018  
29 de mayo de 2018**



**Dra. Katia Magdalena Lozano Uvario**

**E-mail: [klozano@csh.udg.mx](mailto:klozano@csh.udg.mx)**

**Mtro. Luis Alfredo Real Bravo**

**Email: [luis.real.lcp@gmail.com](mailto:luis.real.lcp@gmail.com)**

# Introducción



México se encuentra entre los tres productores más grandes de juguetes a nivel mundial y se ubica en el ranking mundial de los mejores 15 exportadores.



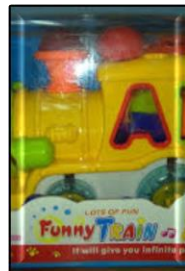
65% de juguetes comercializados en México son de importación



8 de cada 10 juguetes y bicicletas que se venden en México son producidos en China.



China: se caracteriza por tener una mano de obra muy barata, y ha ido ganando una buena reputación en la calidad de sus productos.



México fabrica juguetes con un amplio número de partes y componentes importados principalmente de Asia, recibiendo específicamente de China para 2017

# Objetivo

Analizar la evolución de la industria mexicana del juguete con énfasis en el sistema productivo de Jalisco, de 1999 a 2017, a partir de la identificación de los procesos de innovación que les permiten sobrevivir y competir ante la importación de juguetes y sus partes provenientes de China.

- Considerar la desaparición de la planta productiva que prefiere comprar y vender en vez de producir.
- Revisar las estrategias de innovación de las empresas manufactureras de juguetes que aún siguen vivas, sus ventajas competitivas, recursos y capacidades,
  - Los factores principales:
    - a) la participación de mano de obra calificada,
    - b) la inclusión de procesos de innovación de proceso y de productos diferenciados.
- Caso de análisis: la industria del juguete ubicada en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG), Jalisco.

# La producción de juguetes a nivel mundial, su localización y el dominio de China

- Desde 1995, el 70% de la producción mundial de juguetes se localiza en China, con 6 mil unidades de producción y más de 1.2 millones de trabajadores.
- La cadena de valor es dominada por empresas de origen norteamericano, europeo y japonés.

Tabla 1. Principales compañías de venta de juguetes tradicionales

Lugar	China	Unión Europea	Estados Unidos	Mundo
1	Guangdong Animation	Alpha Mattel Inc	Mattel Inc	Mattel Inc
2	Toyroyal Co Ltd	LEGO Group	Hasbro Inc	Hasbro Inc
3	Lepo Toys Ltd	Hasbro Inc	LEGO Group	LEGO Group
4	Mattel Inc	Private Label	Spin Master Ltd	Bandai Namco Group
5	Shanghai Yaoji Playing Cards	Simba-Dickie Group	Hallmark Cards Inc	Takara Tomy Co Ltd

Fuente: Euromonitor, citado en ECSIP (2013:36)



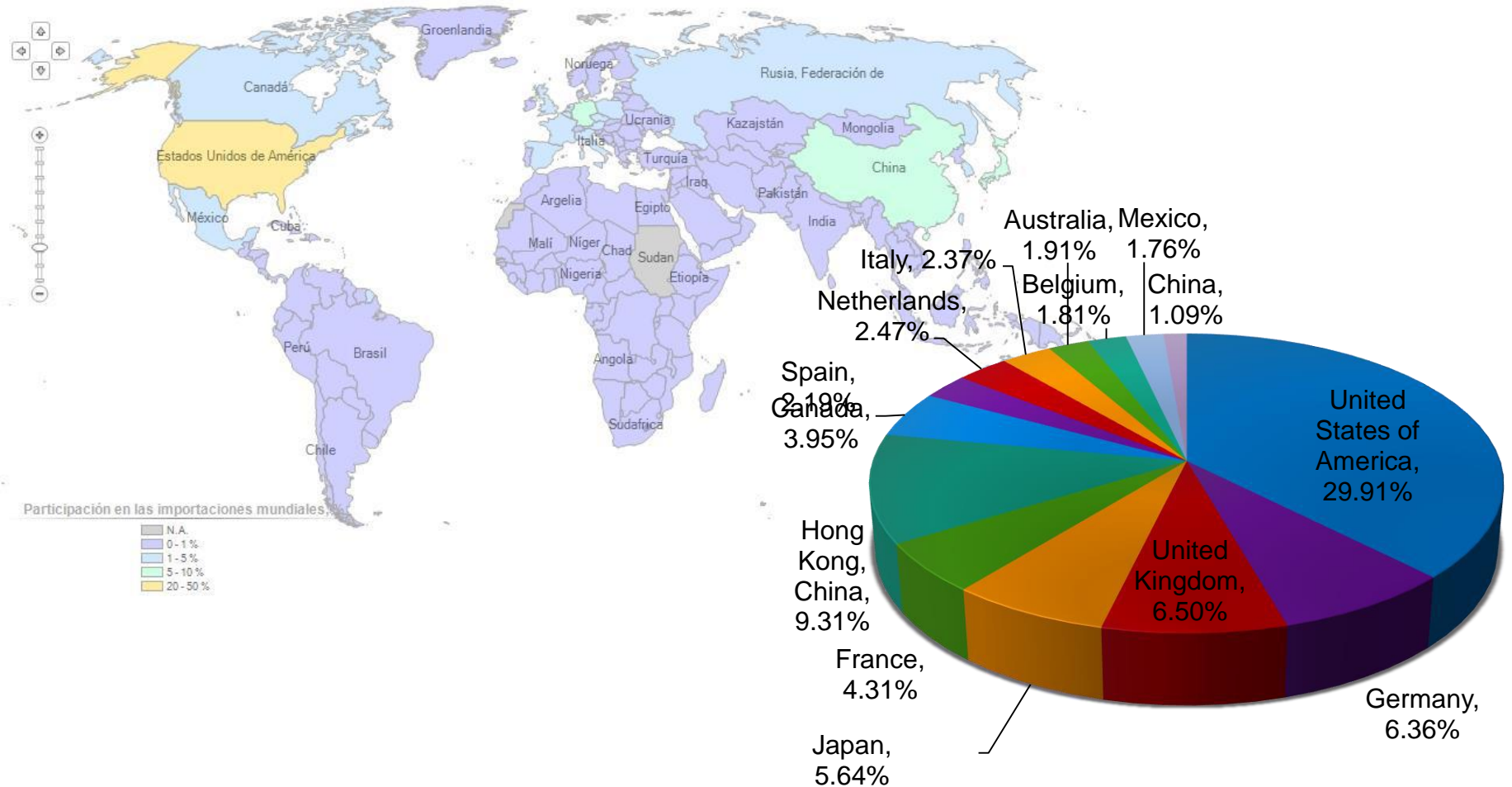




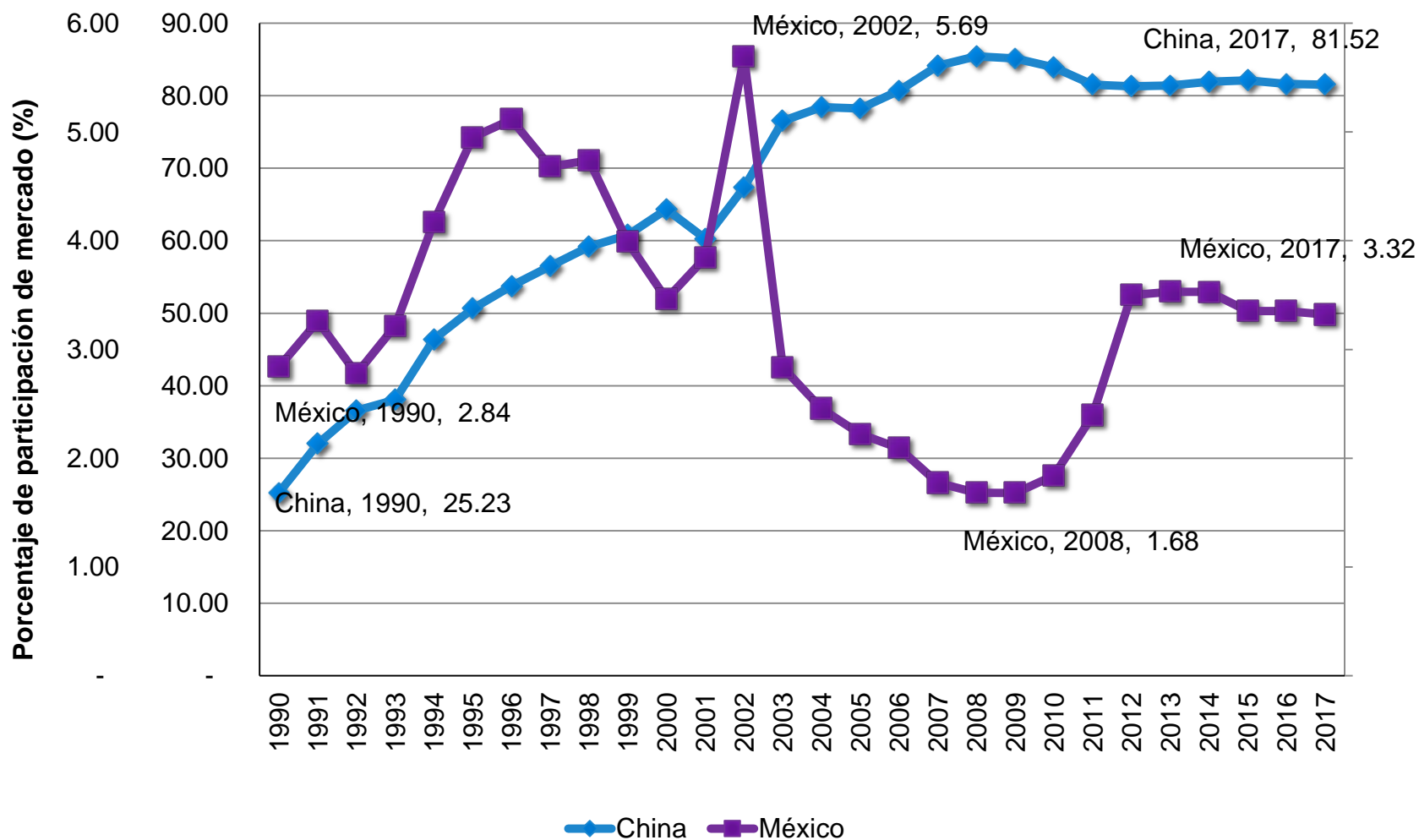
# Importaciones de productos juguetes (HS 95), a nivel mundial en el período 2001-2016.

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2017

Producto : 95 Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios

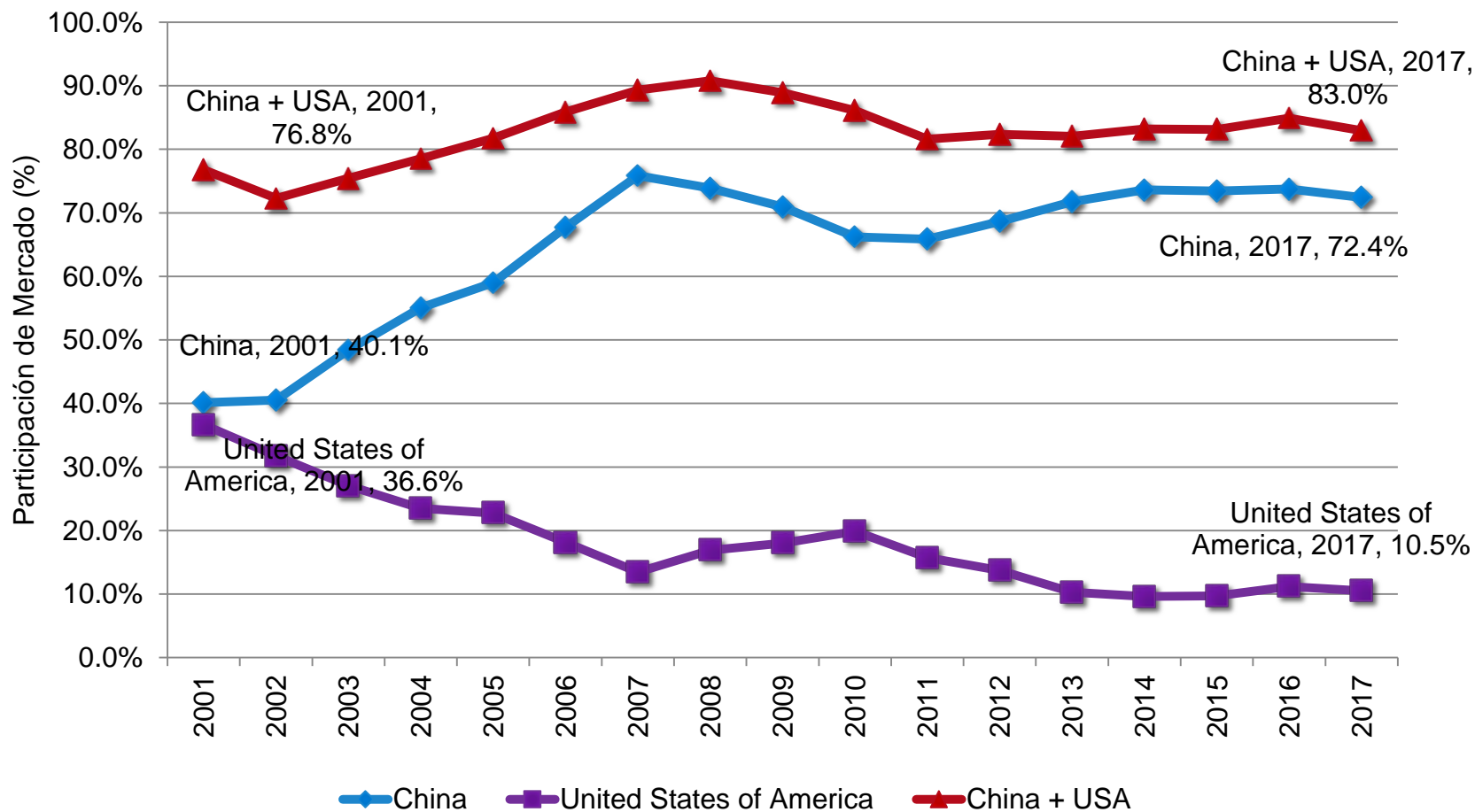


## Participación de mercado de China y México en las importaciones de Estados Unidos en los productos juguetes, juegos y artículos de deporte, partes y accesorios de estos (HS 95), 1990-2017



Fuente: elaboración propia a partir de Magic Plus, CEPAL (2018).

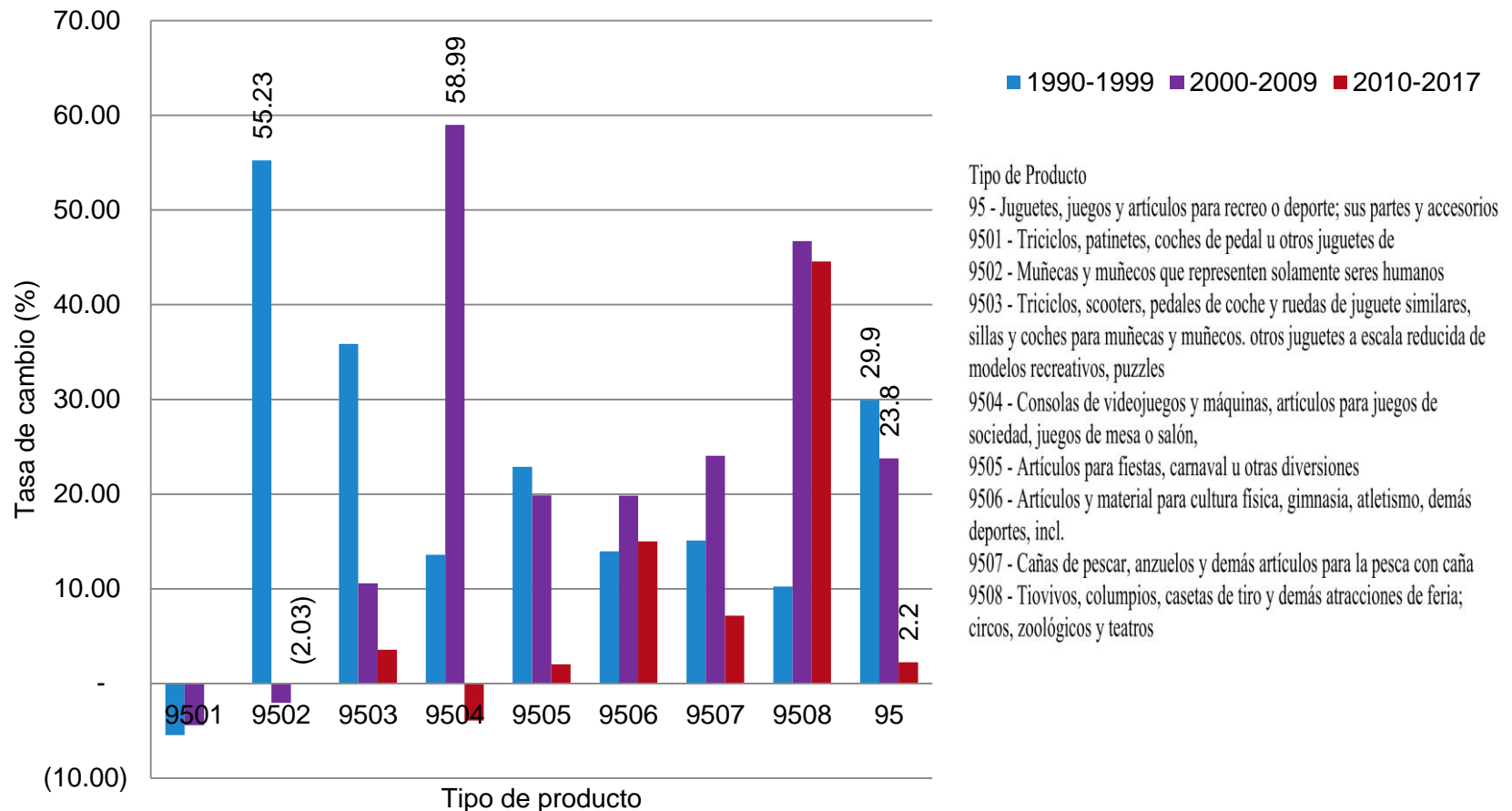
## Participación de mercado de China y Estados Unidos en las importaciones a México, en los productos Juguetes, juegos y artículos de deporte, partes y accesorios de estos (HS 95), 2001-2017



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Trade Map, ITC (2018).



# Tasa de crecimiento promedio anual de la importación de juguetes a México provenientes de China, según tipo de producto (HS 95)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Comtrade, UN (2018).

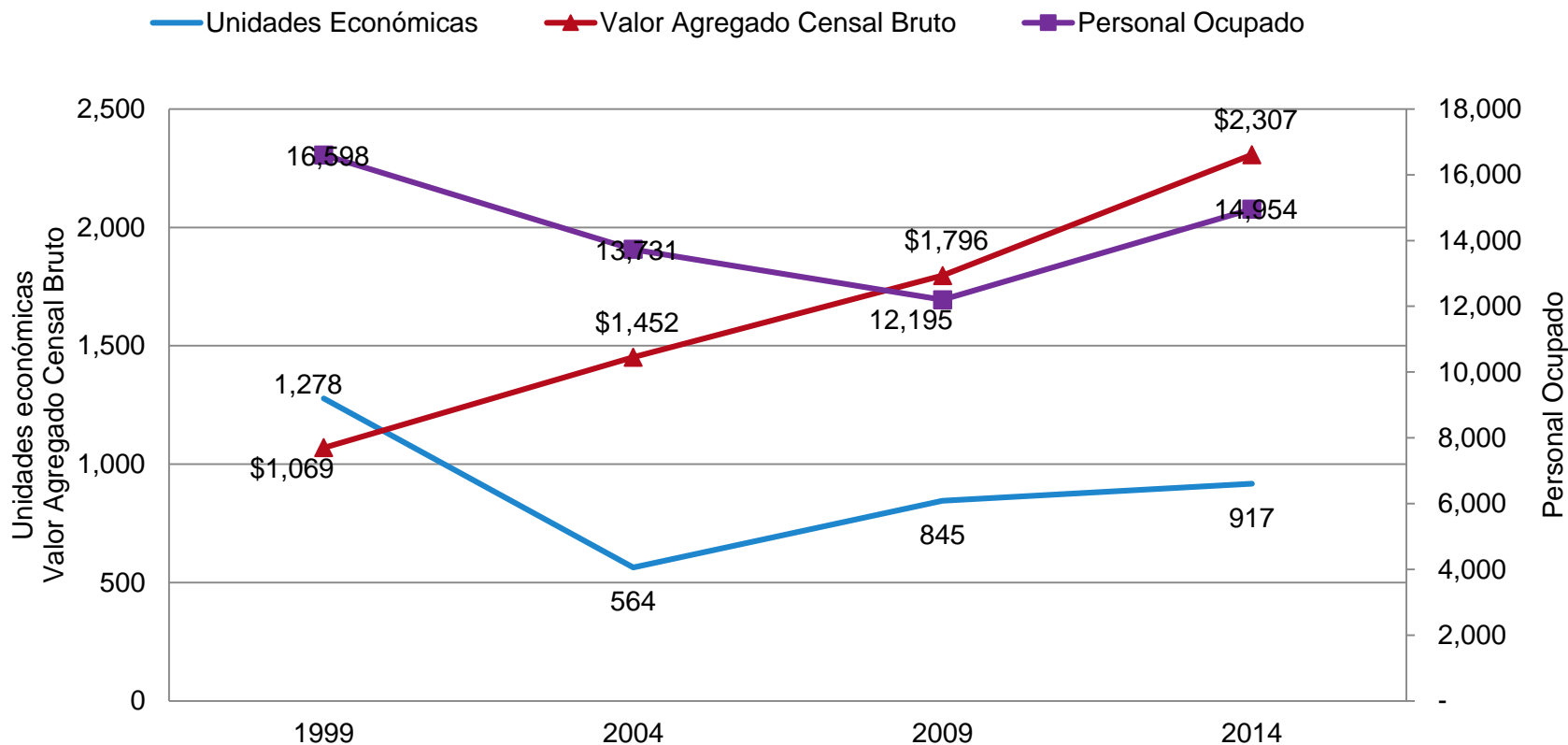
# Principales características económicas de la clase 33993 Fabricación de juguetes en México, 2014

Localización de la Industria del Juguete en México (Valor agregado)



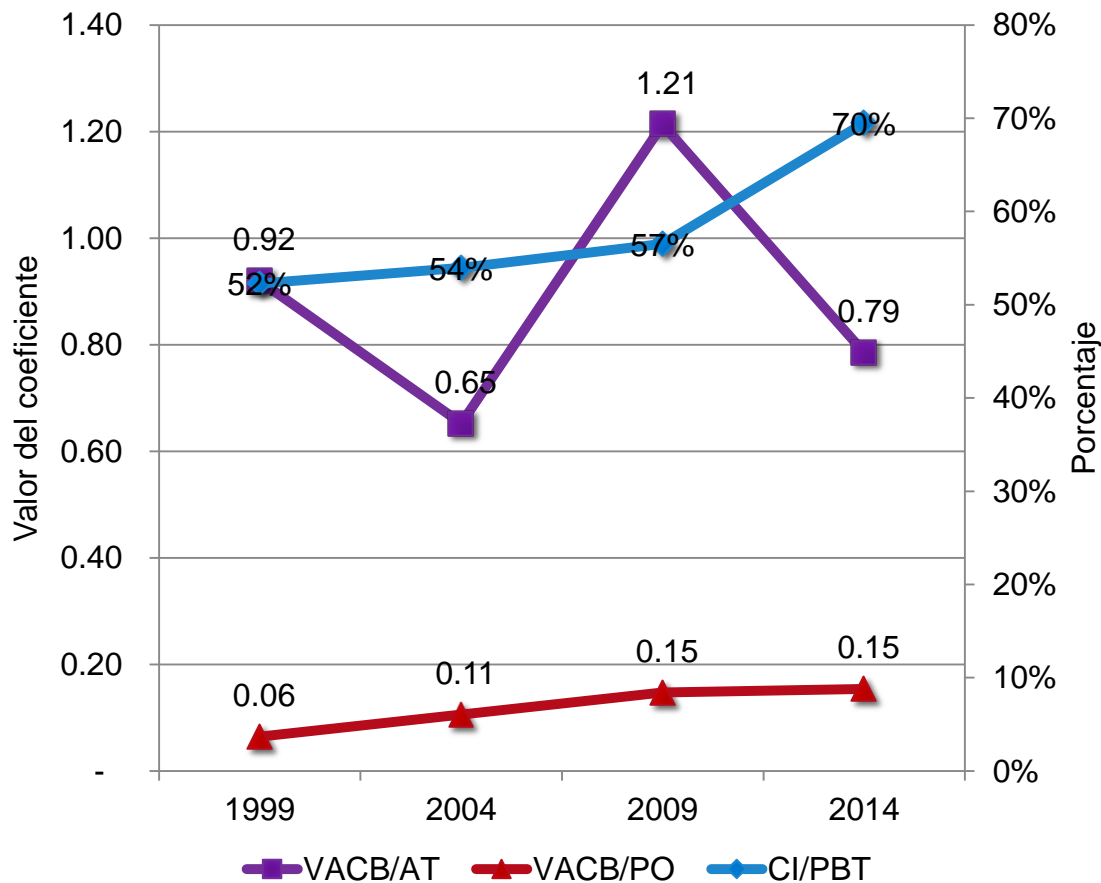
Entidad	Unidades Económicas		Personal Ocupado Total		Valor Agregado y Producto Bruto (millones de pesos)	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
<b>Total Nacional</b>	<b>917</b>	<b>100%</b>	<b>14,954</b>	<b>100%</b>	<b>\$2,307.00</b>	<b>100%</b>
Baja California	9	0.98%	3,696	24.72%	\$1,161.19	50.33%
Ciudad de México	110	12.00%	1,636	10.94%	\$107.62	4.67%
Guanajuato	24	2.62%	242	1.62%	\$108.71	4.71%
Jalisco	57	6.22%	1,029	6.88%	\$54.30	2.35%
México	212	23.12%	2,030	13.57%	\$172.03	7.46%
Michoacán	176	19.19%	346	2.31%	\$7.71	0.33%
Nuevo León	13	1.42%	4,750	31.76%	\$625.29	27.10%
Oaxaca	18	1.96%	29	0.19%	\$0.20	0.01%
Puebla	176	19.19%	385	2.57%	\$7.58	0.33%
Tlaxcala	17	1.85%	108	0.72%	\$10.15	0.44%

# Principales características económicas de la clase 33993 Fabricación de juguetes en México, 1999-2014



Fuente: elaboración propia a partir de información de los Censos Económicos, INEGI (2018).

# Coeficiente de Consumo Intermedio y de productividad de la clase 33993 Fabricación de juguetes en México, 1999-2014

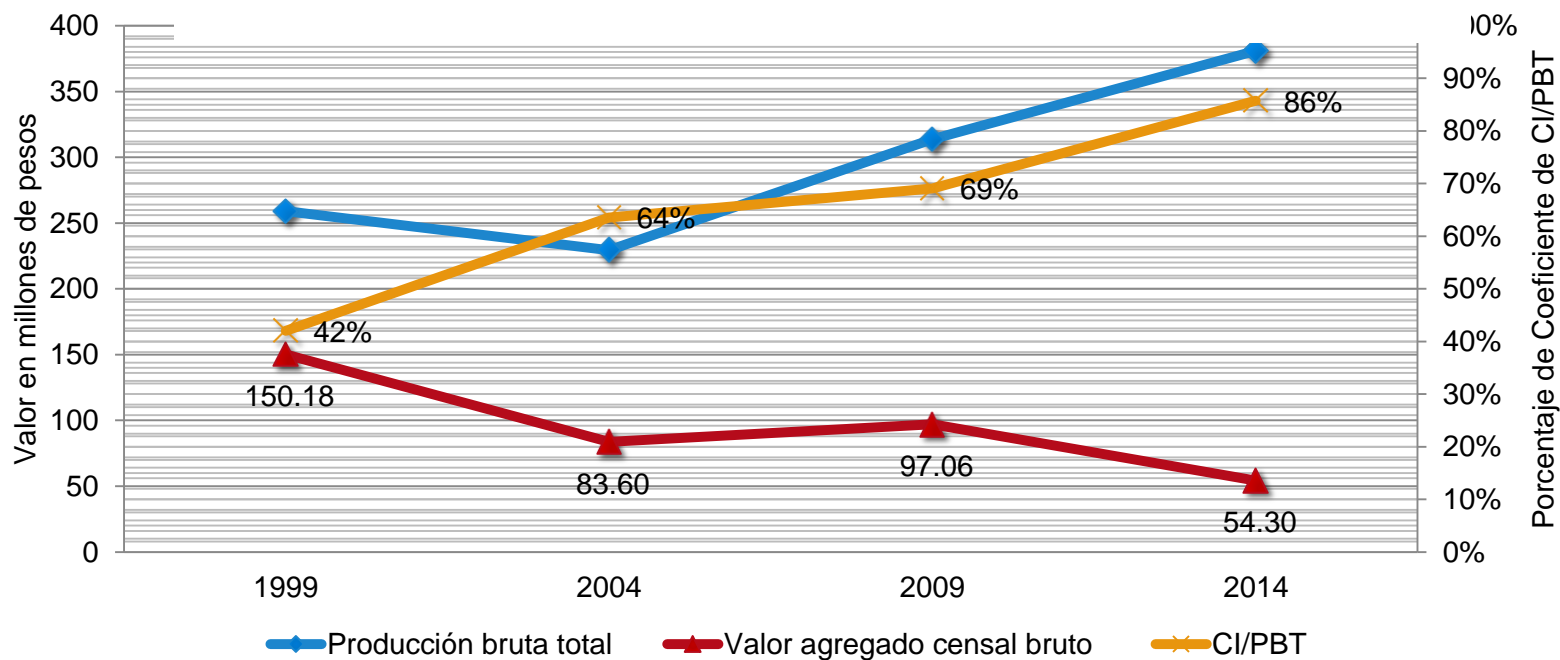


Fuente: elaboración propia a partir de información de los Censos Económicos, INEGI (2018).

# Producción, valor agregado y coeficiente de consumo intermedio de la clase 33993 Fabricación de juguetes en Jalisco, 1999-2014

Principales características económicas de la clase 33993 Fabricación de juguetes en Jalisco, 1999-2014.

Año Censal	Unidades económicas	Personal ocupado total	Total de remuneraciones	Producción bruta total	Consumo intermedio	Valor agregado censal bruto
			(millones de pesos)			
1999	112	1,249	\$41.67	\$259.02	\$108.85	\$150.18
2004	35	1,345	\$21.82	\$229.48	\$145.89	\$83.60
2009	43	999	\$28.82	\$313.67	\$216.61	\$97.06
2014	57	1,029	\$16.01	\$380.89	\$326.58	\$54.30



Fuente: elaboración propia a partir de información de los Censos Económicos, INEGI (2018).





# Empresas de la industria del juguete del AMG

## Características principales

-Principales productos hechos a base de plástico.

- 56% → micro empresas
- 39% → pequeñas
- 5.56%→medianas

### **Sobrevivientes**

- 39%→ antes de 1991
- 33%→entre 2001 y 2010

-44%→ demasiada afectación

-11% → poca afectación

**23% han reducido su tamaño (empleados, oferta y variedad de productos)**

Pequeña → micro empresa

### **Exportación**

- 33% → Estados Unidos
- 67% → América Latina

**83% sufrió decremento en ventas**

-50%→ entre el año 2000 a 2005

-33%→entre el año 2005 a 2013

### **Escolaridad**

-90% del personal → básica

# Principales problemas

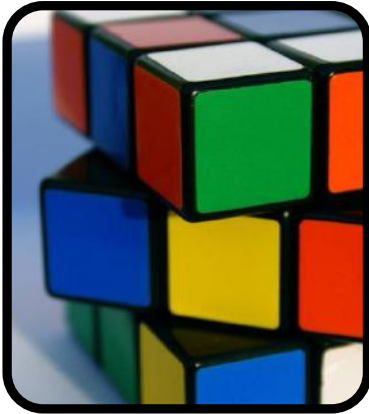


Altos costos de fabricación

Falta de recursos para invertir en innovación.

Empresas clandestinas funcionan como competencia directa.

## Estrategias de innovación



- Factores sobrevivencia: calidad producto (61%), innovación (33%).
- Calidad en producto → “durabilidad” y “unicidad”.
- Innovar → cuando existe \$ (44%), anual (39%), semestral (11%), trimestral (6%).
- 83% de innovaciones representa diseño original.
- 77% de empresas toma en cuenta al cliente (innovar).
- 12% de empresas contratan a un experto (innovar).

## Estrategias de capacitación



- 66% de empresas → capacitan con frecuencia (la mayoría anualmente).
- 76% de empresas → capacitan de manera interna.
- 71% de empresas → cuenta únicamente con 1 persona especializada en el proceso de fabricación. (Únicamente el 7% cuenta con más de 2 personas expertas en el proceso).



## Plásticos estrella SA de CV

- Estrategia diferenciación reciclaje materia prima (plástico). (-) costos (✓) precios.
- Innovación → mejora de productos existentes.
- Plástico nuevo → 15% utilización (muñecos o carritos pequeños)
- Plástico usado → 35% (ajustar materia prima nueva)
- Plástico reciclado → 50% (se tiene maquinaria especializada)

## Juguetes Guadalajara

- Plan de innovación: fabricación 3 a 4 juguetes por año.
- Enfrentan competencia desleal y prefieren crear nuevos productos.
- Diversificación de línea de producción (cunas, andaderas, carriolas, chupones, etc.)
- Maquinaria alta tecnología.
- Compra de partes complementarias.

### Casos estratégicos

## Roto Vinil S.A. de CV

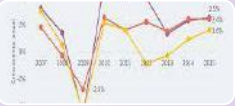
- Producción de más de 2,000 tipos de juguetes
- Compiten en costos.
- Diferenciación en juguetes.
- Proveedores de importantes cadenas de comercio (Wal-Mart, Soriana, Aurrera)

## Plastimetales SA de CV

- Ha sobrevivido en gran parte → futbolito artesanal.
- Cambio de giro → fabricación de productos de plástico (orientados al segmento infantil (bañeras, carriolas, andaderas, etc.)



# Conclusiones



La industria del juguete es una muestra de los procesos de desindustrialización y de las grandes dificultades para impulsar su trayectoria de crecimiento económico.



Las ventas de juguetes se han recuperado y aumentan en los últimos años, debido al dinamismo y control de las empresas de capital extranjero situadas en México (Hasbro, Mattel y LEGO).



La cercanía con USA sigue siendo un factor importante para acceder a dicho mercado, de ahí el crecimiento de los montos de importación asiática.



Los fabricantes mexicanos mantienen una tendencia a la extinción y tienen grandes dificultades para financiarse, innovar y revertir el impacto negativo del comercio exterior.



La industria adiciona escaso valor agregado, privilegia la compra de partes sobre la fabricación: el CI fue 69.5% sobre la producción final para 2014. En el largo plazo se observará su reconversión integral hacia la comercialización.



Los nichos de diferenciación son aprovechados por quienes promueven estrategias de innovación en materiales o en productos.



Para sobrevivir se incorporan en actividades complementarias en la industria del plástico.



El reto mayor, no es solo económico, sino también social y cultural, pues advierte la necesidad de construir una demanda de productos cuya orientación no sea definida en el exterior, sino en los valores identitarios nacionales.



**RED**  
**ALC-CHINA**  
Red Académica de América Latina  
y el Caribe sobre China

# **SOBREVIVENCIA Y COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA MEXICANA DEL JUGUETE ANTE LA IMPORTACIÓN PROCEDENTE DE CHINA (1996-2016)**

---

4to. Seminario Internacional 2018  
29 de mayo de 2018



**Dra. Katia Magdalena Lozano Uvario**

E-mail: [klozano@csh.udg.mx](mailto:klozano@csh.udg.mx)

**Mtro. Luis Alfredo Real Bravo**

Email: [luis.real.lcp@gmail.com](mailto:luis.real.lcp@gmail.com)