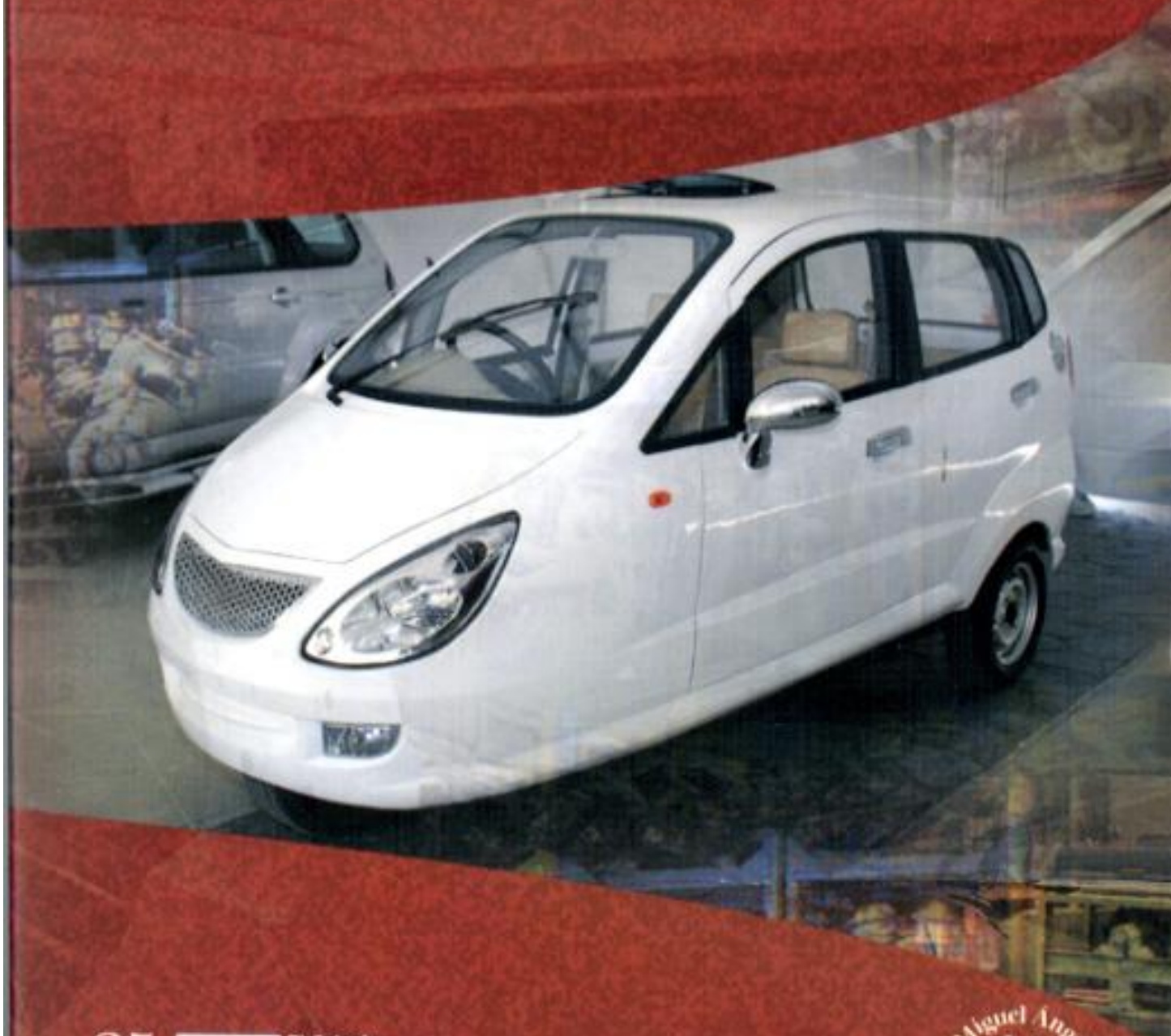


Maquiladoras fronterizas

Evolución y heterogeneidad en los sectores
electrónico y automotriz

Jorge Carrillo
María del Rosio Barajas
coordinadores



25
años



El Colegio
de la Frontera
Norte

Miguel Ángel
Porrua

Maquiladoras **f**ronterizas

Evolución y heterogeneidad en los sectores
electrónico y automotriz

Jorge Carrillo
María del Rosio Barajas
coordinadores

HD Maquiladoras fronterizas : evolución y heterogeneidad
9734 en los sectores electrónico y automotriz / Jorge Carrillo y
.M43 María del Rosio Barajas (coordinadores) – 1a ed. – Tijuana,
M36 Baja California : El Colegio de la Frontera Norte; México
2007 D.F.: Miguel Ángel Porrúa, 2007.
p. ; cm.

ISBN El Colef: 978-968-7947-53-2
ISBN MAP: 978-970-701-957-7

1. Industria ensambladora transnacional – Norte de México.
2. Industria electrónica – Norte de México. 3. Industria automotriz – Norte de México. I. Carrillo Viveros, Jorge. II. Barajas, María del Rosio. III. Colegio de la Frontera Norte (Tijuana, Baja California).

Esta investigación, arbitrada por pares académicos,
se privilegia con el aval de la institución coeditora.

Proyecto Conacyt 35497

Primera edición, septiembre del año 2007

© 2007

EL COLEGIO DE LA FRONTERA NORTE
ISBN 978-968-7947-53-2
www.colef.mx

© 2007

Por características tipográficas y de diseño editorial
MIGUEL ÁNGEL PORRÚA, librero-editor
ISBN 978-970-701-957-7

Derechos reservados conforme a la ley

Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de lo así previsto por la Ley Federal del Derecho de Autor y en su caso, por los tratados internacionales aplicables.

IMPRESO EN MÉXICO



PRINTED IN MEXICO

www.maporrúa.com.mx

Amargura 4, San Ángel, Álvaro Obregón, 01000 México, D.F.

Agradecimientos

Los diferentes autores agradecen el apoyo brindado por el Consejo Nacional de la Industria Maquiladora (CNIME), a la Asociación de la Industria Maquiladora de Tijuana y Mexicali y, muy en particular, a los gerentes de las empresas maquiladoras que nos abrieron sus puertas para realizar las entrevistas. Asimismo, agradecemos el gran apoyo brindado por la oficina de Canacindra y por la Dirección Regional de El Colef, ambas en Ciudad Juárez. Sin todos estos apoyos no hubiera sido posible la realización de la presente encuesta ni los resultados alcanzados en este libro. Finalmente, deseamos agradecer el apoyo financiero brindado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) para la realización del proyecto 35957-s, y a nuestra institución, El Colegio de la Frontera Norte, de la misma manera se agradecen los comentarios de los dictaminadores externos anónimos.

Introducción

En el marco del proyecto de investigación “Aprendizaje Tecnológico y Escalamiento Industrial: Perspectivas para la Formación de Capacidades de Innovación en la Maquiladora de México” (núm. 35947) financiado por el Conacyt, El Colegio de la Frontera Norte realizó una encuesta con gerentes de empresas maquiladoras ubicadas en las ciudades fronterizas de Tijuana y Mexicali, en Baja California, y en Ciudad Juárez, Chihuahua, durante el año 2002. La aplicación de un cuestionario a plantas industriales del sector electrónico y de autopartes arrojó resultados de gran importancia para el conocimiento de los segmentos más dinámicos de la industria maquiladora en México. Una extensión del anterior trabajo fue el proyecto “Aprendizaje Industrial y Actores Locales. Las maquiladoras frente a la competencia” (núm. 42608). En este sentido, el propósito de este libro es presentar algunos de los principales resultados derivados de la encuesta, los cuales describen cerca de 300 plantas en distintos ámbitos como producción, tecnología, información tecnológica, innovación, recursos humanos, vinculación con el sector educativo, y opiniones sobre las instituciones de apoyo. A través del análisis de estas dimensiones pretendemos llegar a una mejor y más adecuada comprensión de la ya compleja industria maquiladora.

Como se señaló en el párrafo anterior, los resultados de la presente encuesta se circunscriben a un proyecto de

investigación más amplio –de tipo interinstitucional– cuyo objetivo central es el de analizar los procesos de aprendizaje y escalamiento (*upgrading*) tecnológico y organizacional de las empresas maquiladoras ubicadas en ciudades fronterizas, bajo la perspectiva analítica de la formación de capacidades y el desarrollo de *clusters* industriales. Se examinan las formas en que la interacción entre empresas contribuye al aprendizaje y cómo éste se distribuye en los distintos nodos de la cadena productiva. El análisis incluye la descripción y relaciones de la matriz institucional que soporta la creación y transformación de los *clusters*. Los objetivos de este proyecto interinstitucional tuvieron como antecedente diferentes resultados de investigación (Alonso, Carrillo y Contreras, 2002 y 1994; Carrillo y Hualde, 2000; Hualde, 2000; Barajas, 2000; Lara-Rivero, 2000; Casalet, 2000; Dutrénit, 2000a y 2000b; Alonso, Contreras y Keney, 1996, entre muchos otros) en particular el trabajo sobre la transición industrial, las capacidades evolutivas y las generaciones de maquiladoras y muy especialmente la tercera generación de empresas (Alonso y Carrillo, 1996a y 1996b; Carrillo y Hualde, 1996), la cual sirvió de pilar en el diseño y desarrollo de este estudio.

El proyecto interinstitucional fue llevado a cabo por tres grupos de investigadores y estudiantes de posgrado pertenecientes a tres instituciones: El Colegio de la Frontera Norte, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.¹ Se utilizan diversas metodologías: estudios de caso de firmas, entrevistas con funcionarios de instituciones públicas y privadas, y la encuesta dirigida a gerentes de plantas maquiladoras. Además, se combinan diferentes unidades y

niveles de análisis para estudiar un fenómeno complejo en el cual interactúan diferentes sectores, tipos de empresas, instituciones, actores, y localidades insertas en regiones que tienen crecientemente un carácter binacional o transfronterizo. En este sentido, la estrategia de investigación distingue cuatro unidades fundamentales de análisis: 1. la firma, 2. la planta, 3. los *clusters* y 4. las instituciones.

En este libro se presenta fundamentalmente resultados derivados de la Encuesta a Plantas Maquiladoras.² El objetivo particular al que responde esta metodología es el de describir y analizar el proceso de escalamiento industrial en dos sectores: a) la electrónica de consumo y b) las autopartes localizadas en las ciudades fronterizas de Tijuana, Mexicali y Ciudad Juárez. Los resultados están dirigidos a analizar principalmente las plantas en forma conjunta y, en menor medida, los *clusters*. Otras publicaciones que están por difundirse (consúltese la página web del proyecto: www.maquiladoras.info) arrojan resultados complementarios derivados de otras metodologías, en particular los libros coordinados por Dutrénit (2005), Lara (2005) y Villavicencio (2005).

Las preguntas que formula el protocolo de investigación interinstitucional en el ámbito de las empresas maquiladoras, y que la encuesta brinda resultados para su respuesta, son las siguientes:

a) ¿Cómo se ha modificado la relevancia económica de las empresas y su estructura ante las nuevas condiciones de competitividad que enfrenta la maquiladora?, ¿los factores que impulsaron por dos décadas a ciertas maquiladoras a evolucionar hacia procesos de innovación, continuarán ejercitando su efecto en el futuro, tomando

¹Consúltese al final del libro el Anexo. Participantes en la encuesta.

²La encuesta lleva el mismo título que el proyecto de investigación.

en cuenta la nueva situación de competitividad?, ¿cómo estimular la formación de capacidades tecnológicas ya adquiridas por las plantas maquiladoras en este nuevo contexto competitivo?

b) ¿La heterogeneidad tecnológica y organizacional que ha prevalecido en la maquiladora implica la formación de diferentes capacidades dentro de las empresas?, ¿qué diferencias existen entre las formas de adquirir/construir capacidades tecnológicas en diferentes segmentos de empresas a lo largo de la cadena de valor?

c) ¿El soporte institucional local está impactando los diferentes segmentos de empresas maquiladoras?, ¿esto ha impactado en la evaluación del desempeño de las instituciones públicas y privadas?

Por tanto, la pregunta original del estudio, ¿las empresas y sus redes están capacitadas para elevar la competitividad?, no sólo fue atinada, sino que actualmente su respuesta es estratégica si se quiere poder enfrentar las nuevas condiciones de competitividad. En este sentido, los resultados del proyecto que presentamos en siete capítulos que conforman este libro buscan conocer si las empresas han logrado generar capacidades de innovación y mantener un proceso de aprendizaje tecnológico que les permita transitar por una senda de escalamiento industrial o, en otras palabras, cuáles son los alcances y las limitaciones de este proceso de escalamiento industrial en la Industria Maquiladora de Exportación (IME).

Una pregunta obligada en un estudio sobre maquiladoras es, si era realmente necesario hacer otra encuesta ya que existe demasiada información y literatura al respecto. La respuesta, sin embargo, fue afirmativa debido al amplio desconocimiento de las capacidades evolutivas del sector —como veremos enseguida—, especialmente por la heteroge-

neidad estructural³ en la mayoría de sus variables (Carrillo, 1993), y por la falta de un instrumento que midiera y/o detectara la evolución de dichas capacidades. Y porque aún después de casi 40 años de operación sigue prevaleciendo, por un lado, un fuerte estereotipo sobre las maquiladoras, en particular sobre lo que se ha denominado en la literatura “maquiladoras de primera generación” (Carrillo y Hualde, 1996; Alonso y Carrillo, 1996a y 1996b). Y, por otro lado, una visión dicotómica que busca resaltar sus rasgos positivos y negativos, sus potencialidades o limitaciones, y que en este sentido poco ayuda a conocer las trayectorias de firmas, sectores, regiones e instituciones, en las cuales evidentemente coexisten características y procesos de escalamiento (*upgrading*) pero también de desescalamiento (*downgrading*).⁴ Una segunda pregunta obligada fue la pertinencia de realizar una encuesta con plantas maquiladoras para analizar trayectorias de firma y lógicas de redes de empresas, cuando de antemano sabemos que las encuestas están limitadas para comprender los procesos de cambio. La respuesta en este caso es que, si bien es necesario realizar estudios de caso para conocer y determinar las capacidades evolutivas y las trayectorias de escalamiento industrial (estudios que fueron realizados en el marco del proyecto interinstitucional),⁵ se requiere información precisa y generalizable de las empresas en un momento dado

³Entendiendo por heterogeneidad estructural cuando existen diversos patrones y no uno solo. Estadísticamente significa que es mayor a uno el coeficiente de variación derivado de la división entre media y desviación estándar.

⁴Trabajos recientes analizan las maquiladoras con esta perspectiva dual que integra rasgos positivos y negativos. Véanse Kopinak y Guzmán García (2004); Carrillo y Schatán (2004).

⁵Véanse Urióstegui (2002) para el caso de Philips; Hualde y Lara (2003) para el caso de Philips-Cenaltex; Arias y Dutrénit (2003), Carrillo y Lara (2003a y 2003b) y Lara y Carrillo (2003) para el caso de Delphi; Lara, Trujano y García Garnica (2003) para el caso de Lear y Hualde, Barajas y Gomis (2002) para el caso de Samsung, entre otros estudios de caso.

que permita comparar en este caso experiencias en localidades y sectores productivos distintos, así como contar con un “techo de conocimiento a donde arribar”. Además el cúmulo de información que se genera en una encuesta permite dimensionar y contextualizar los resultados de los estudios de caso. Finalmente, la tradicional discusión de la casuística de los resultados de un estudio de caso y de su falta de generalización, puede ser complementada con la metodología de la encuesta.

La mayoría de los capítulos de este libro presentan resultados de la encuesta arriba mencionada. Durante los meses de abril y junio de 2002 se aplicó la encuesta a casi 300 establecimientos maquiladores, lo que representó una cobertura, para este año, de 30 por ciento de las plantas de la electrónica que operaban en el país y de 39 por ciento de las plantas de autopartes. De acuerdo con las entidades seleccionadas previamente, la encuesta representó 13 por ciento de las plantas localizadas en Baja California (en las ciudades de Tijuana y Mexicali), y 25 por ciento de las plantas ubicadas en Ciudad Juárez, Chihuahua. Sin embargo, para los sectores productivos y las ciudades seleccionadas esta muestra alcanzó una representatividad de alrededor de 80 por ciento de las plantas. No se trata de una muestra probabilística ya que la metodología buscó realizar un censo de establecimientos. Debido a la severa crisis económica que enfrentó el sector maquilador, muchas de las plantas que se contemplaba incorporar al censo ya habían abandonado el país, otras se encontraban en procesos de reestructuración y otras rechazaron contestar el cuestionario.

El cuestionario fue aplicado directamente a gerentes de las empresas (principalmente de planta y de producción, pero también hubo casos de gerentes de recursos humanos, de relaciones industriales, entre otros), donde al menos un

directivo, en cada caso, nos proporcionó valiosa información cualitativa y cuantitativa para complementarla con datos económicos agregados, así como para profundizar sobre la dinámica de los segmentos más dinámicos de la industria maquiladora en México.

Los resultados de la presente encuesta, como se constata a lo largo del libro, permiten describir, caracterizar y evaluar el estado de las capacidades sociotécnicas de las plantas maquiladoras y el desarrollo de actividades y departamentos de investigación y desarrollo, así como la participación de las empresas en procesos de innovación y mejora de productos y procesos. De igual manera se muestran diversos indicadores sobre el proceso de escalamiento industrial. A lo largo del libro se presentan muy diversos resultados, los cuales permiten demostrar la existencia de un sector moderno, que ha logrado avanzar en el proceso de escalamiento industrial, pero también una maquila heterogénea en su interior, ya que coexisten diferentes niveles de empresas o, en otros términos, distintos tipos de maquiladoras.

Es importante resaltar algunas de las características de la encuesta. En primer lugar, implicó un enorme esfuerzo organizacional, humano y financiero. No sólo se trata de una encuesta cara,⁶ sino que en esta tarea participaron muchas personas e instituciones. Más de 50 personas estuvieron involucradas en la encuesta; tan sólo en el diseño del cuestionario participaron 14 investigadores de diferentes instituciones. Resalta en particular el apoyo recibido de las asociaciones de maquiladoras y del Consejo Nacional de la Industria Maquiladora, quienes a través de cartas y reuniones avalaron el proyecto y facilitaron el proceso. En segundo lugar, se trata de una encuesta representativa es-

⁶El costo del operativo fue de 50,000 dólares.

tadísticamente de los sectores y ciudades seleccionadas, ya que como se mencionó anteriormente abarcó a cerca del 80 por ciento de los establecimientos. En tercer lugar, se contó con un marco muestral único con variables clave, el cual se verificó en trabajo de campo. En cuarto lugar, se contó con un equipo de personas altamente calificadas para aplicar el cuestionario.⁷ Y en quinto lugar, se trató de una encuesta “cara a cara” con una duración en promedio de dos horas, en donde se visitó en más de una ocasión a cada establecimiento, y se tuvo verificación aleatoria posterior. Entre las fortalezas de la encuesta se encuentra el gran volumen de variables recabadas (más de 400), la representatividad estadística, la pertinencia de la problemática estudiada,⁸ y la originalidad, ya que por primera vez se cuenta con información estadística de muchas de las variables incluidas en el cuestionario. Una característica singular de esta encuesta es que fue realizada en medio de la crisis industrial derivada de la desaceleración en la economía de Estados Unidos. Desde octubre de 2000 y hasta inicios de 2004, las variables de empleo y de establecimientos de maquiladoras empezaron a ser negativas. Contrario al tremendo crecimiento experimentado en la década anterior, particularmente después de la firma del TLCAN, se observó una reducción sustantiva de la actividad maquiladora. La en-

⁷Como estudiantes de la maestría en desarrollo regional, personal encuestador calificado en Tijuana y Mexicali y encuestadores profesionales del propio INEGI en Juárez. Se contrató una empresa que organizó el trabajo de campo en Baja California.

⁸Los temas de competitividad, innovación, y capacidades de las empresas (tecnológicas, organizacionales y humanas) son asuntos prioritarios tanto para las empresas maquiladoras como para los hacedores de políticas. Actualmente existe un *boom* de asociacionismo de actores institucionales (públicos y privados), en las ciudades de Baja California y Chihuahua, que buscan fortalecer la competitividad regional a través del desarrollo de *clusters* y de la formación de estrategias, instrumentos de mediano y largo plazo.

cuesta fue realizada en 2002 y en ese sentido las respuestas de los gerentes estuvieron inmersas en medio de una severa crisis y de pocas expectativas de crecimiento.

La utilidad de la encuesta se expresa claramente en la productividad alcanzada. Se publicó un libro de resultados estadísticos (Carrillo y Gomis, 2003) el cual se ha difundido ampliamente en forma impresa y electrónica.⁹ Se publicaron muy diversos artículos, capítulos en libros y presentaciones en seminarios. La encuesta permitió la realización de cinco tesis de maestría y una de doctorado, todas ellas de El Colegio de la Frontera Norte. Actualmente, la base de datos se encuentra disponible en instituciones académicas de México y de Estados Unidos y se están realizando con ella nuevas tesis y publicaciones.

La encuesta tiene, sin embargo, limitaciones importantes que hay que señalar. Primero, mayores dificultades para conseguir las entrevistas debido al contexto de la crisis. Segundo, que se limita únicamente a dos sectores dinámicos y a tres ciudades, en ese sentido no puede generalizarse al resto de las ciudades y sectores. Tercero, que el enfoque y las preguntas de investigación se orientan hacia el escalamiento y aprendizaje, y dejan de lado en ese sentido otros temas fundamentales con perspectivas diferentes. Y cuarto, como toda encuesta única, representa tan sólo una “fotografía” y se requiere contar con la “película” para comprender el dinamismo del sector.

Este libro contiene siete capítulos. En el primero Carrillo y Gomis se preguntaron si la maquiladora ha evolucionado y si podrá continuar su evolución tomando en cuenta el nuevo contexto de fuerte competitividad que enfrentan las

⁹El libro *La maquiladora en datos*, se puede adquirir gratuitamente en formato electrónico (Contacto: carrillo@colef.mx).

empresas. A partir de una formulación conceptual y de cierta evidencia empírica discuten, por un lado, el concepto de escalamiento industrial principalmente y el de aprendizaje en las firmas y en los *clusters*, en menor medida. Y por otro lado, se expusieron los factores asociados al nuevo contexto de competitividad de las maquiladoras en México. En el capítulo 2 Almaraz analiza la relevancia económica de las maquiladoras tanto en el nivel nacional, como para los sectores electrónicos y de autopartes, así como de sus proveedores, y para lo cual utiliza una perspectiva de tipo histórica. Carrillo y Hualde presentan en el capítulo 3 los cambios principales en la industria electrónica, particularmente en la producción de televisores. Analizan el paso de la televisión análoga a la digital, y discuten los principales cambios que se prevé se generarán en esta industria. En el capítulo 4 Barajas, Rodríguez y Almaraz analizan la complejidad productiva y organizacional en las plantas maquiladoras y su relación con la formación de capacidades tecnológicas y organizacionales, recurriendo a un enfoque de niveles tecnoproductivos. Por su parte Gomis y Carrillo en el capítulo 5 analizan el tema de la información tecnológica en las maquiladoras, y de cómo son incorporadas en las plantas. El mercado de trabajo y el aprendizaje en las maquiladoras es analizado por Hualde en el capítulo 6. Se pregunta si la nueva reestructuración productiva implicará cambios sustantivos en la estructura ocupacional y en los puestos de trabajo. Finalmente, en el capítulo 7 Barajas y Rodríguez reconstruyen la matriz institucional en las ciudades de Tijuana y Mexicali, así como en San Diego. Asimismo, las autoras buscan determinar la percepción de los entrevistados en las plantas maquiladoras sobre los apoyos y accesos a programas de los organismos públicos y privados.

Jorge Carrillo y Redi Gomis

¿La maquila evoluciona?, ¿podrá evolucionar en el contexto?

Introducción

¿La maquila evoluciona? Esta es una pregunta de gran relevancia ya que, por un lado, existe una opinión generalizada en ciertos círculos de que la maquila simplemente ya no es competitiva en México y, por otro lado, que las limitantes estructurales de un modelo de industrialización "tipo maquilador" no permiten que evolucione dicho sistema. Estas apreciaciones se fundamentan tanto en la severa crisis de la actividad maquiladora desde finales del año 2000 y hasta principios del 2004, como en las limitaciones tradicionales de dicha industria, a saber, la escasa vinculación con la planta productiva nacional y el empleo mayoritario de operadores de baja calificación con bajos salarios relativos. Si bien estas realidades, tanto cíclicas como estructurales, son un hecho demostrable, también es cierto que las empresas maquiladoras continúan operando en México y que han sido definidas como un sector prioritario por el actual gobierno federal, y por las políticas industriales regionales.

Sin menospreciar las limitaciones de la industria maquiladora, también es necesario reconocer una realidad muy distinta: la evolución del sector. Las empresas realizan procesos cada vez más complejos, productiva y tecnológicamente hablando; aumentan el número de productos

<i>Agradecimientos</i>	5
<i>Introducción</i>	
JORGE CARRILLO Y MARÍA DEL ROSIO BARAJAS	7
Capítulo 1	
<i>¿La maquila evoluciona?, ¿podrá evolucionar en el contexto?</i>	
JORGE CARRILLO Y REDI GOMIS	17
Introducción	17
El escalamiento industrial	21
El nuevo contexto de operación de las maquiladoras	37
Metodología. Investigación guía y encuesta	41
Capítulo 2	
<i>La relevancia económica y el perfil de las maquiladoras electrónicas y de autopartes en tres ciudades del norte de México (1990-2003)</i>	
ARACELI ALMARAZ	51
Introducción	51
Comportamiento de los principales indicadores de la IME desde la década de los noventa	59
Factores de competitividad y perfil de establecimientos electrónicos y de autopartes en un contexto de crisis	81
Consideraciones finales	99

Capítulo 3

Presente y futuro de la manufactura de televisores en la frontera norte de México: de la tecnología análoga a la digital

JORGE CARRILLO Y ALFREDO HUALDE	105
Introducción	105
La importancia de la televisión convencional en México	105
La producción de televisores digitales en México	133
Conclusiones	143

Capítulo 4

Complejidad tecnoproductiva y su relación con la formación de capacidades tecnológicas y organizacionales en la industria maquiladora de exportación

MARÍA DEL ROSIO BARAJAS, CARMEN RODRÍGUEZ Y ARACELI ALMARAZ	147
Introducción	147
Fundamentos teóricos sobre la relación entre capacidad productiva, capacidades tecnológicas y organizacionales y cambio técnico	149
La construcción de los niveles de complejidad tecnoproductivos para estudiar a la IME	158
Análisis de la complejidad tecnoproductiva en la IME y su relación con las dimensiones que explican su heterogeneidad	163
Consideraciones finales	197

Capítulo 5

La información tecnológica en las plantas maquiladoras: escalamiento, innovación

REDI GOMIS Y JORGE CARRILLO	203
Introducción	203
Las tecnologías de la información y las empresas	204

¿Escalamiento en tecnologías de la información en las plantas maquiladoras del norte de México?

de México?	206
Inversiones en recursos computacionales	207
Enterprise Resource Planning	210
Las tecnologías de la información en el funcionamiento de las plantas maquiladoras del norte de México	214
Índice de uso de las tecnologías de la información	215
Variables del funcionamiento de las plantas	216
A manera de conclusión	223

Capítulo 6

¿Quién aprende en las maquiladoras? Mercados de trabajo y aprendizaje en la frontera norte de México

ALFREDO HUALDE ALFARO	225
Introducción	225
El marco contextual: la economía y el mercado de trabajo en México	230
Los mercados de trabajo locales	233
La estructura del empleo en la industria maquiladora	236
Conclusiones	259

Capítulo 7

Los actores en el entramado institucional transfronterizo y su relación con la red regional de aprendizaje y el escalamiento en la IME

MARÍA DEL ROSIO BARAJAS Y CARMEN RODRÍGUEZ	263
Introducción	263
¿Podemos precisar los límites del entorno institucional que se genera con la participación de capitales transnacionales?	265
Métodos de análisis	270
Las redes del entramado institucional	272

La empresa y su marco institucional.	287
Conclusiones.	321
<i>Bibliografía</i>	325
<i>Sobre los coordinadores</i>	361
<i>Anexo</i>	365
Participantes en la encuesta.	365
Participantes en el proyecto interinstitucional	367

Maquiladoras fronterizas. Evolución y heterogeneidad en los sectores electrónico y automotriz, se terminó de imprimir en la ciudad de México durante el mes de septiembre del año 2007. La edición, en papel de 75 gramos, estuvo al cuidado de la oficina litotipográfica de la casa editora.

