



# UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE



## ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
CLAVE: 8793-30

### ***“CREACION DE UNA MICROEMPRESA RURAL DE EXPORTACION EN LA COMUNIDAD DE TROJES BLANCAS, MUNICIPIO DE OCAMPO, GUANAJUATO”***

## TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LICENCIADO EN RELACIONES  
INTERNACIONALES**

PRESENTA:

**FABIO HELDER CONTRERAS RUIZ**

**ASESOR : LIC. GRACIELA JIMÉNEZ LARIOS**

CELAYA, GTO.

NOVIEMBRE DE 2006



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**A MIS PADRES**

**EJEMPLO PERMANENTE DE VIRTUDES**

**A MI ESPOSA**

**MI FORTALEZA Y AMOR SIN LÍMITE**

**A MIS HIJOS**

**ESPERANZA Y RAZÓN DE MI VIDA**

# INDICE

## INTRODUCCIÓN

### CAPITULO I

#### **BREVE INTRODUCCIÓN A LA DINÁMICA NACIONAL Y SU RELACION CON EL ENTORNO INTERNACIONAL** 1

1.1	Integración de México a los Procesos Económicos Internacionales 1988-2000.	1
1.1.1	Integración regional.	3
1.1.1.1	México y el bloque norteamericano - relación con Estados Unidos Y Canadá.	4
1.1.1.1.1	Motivaciones Mexicanas hacia el libre comercio.	10
1.1.1.1.2	Afectación sectorial mexicana con el Tratado de Libre Comercio.	11
1.1.1.1.3	Características de la relación económica de Canadá con Estados Unidos y México.	11
1.1.1.2	México, Latinoamérica y la Cuenca del Pacífico.	13
1.1.1.2.1	México y Latinoamérica.	15
1.1.1.3	México y la Organización Mundial de Comercio.	16
1.2	Áreas Estratégicas De Desarrollo Infraestructural.	18
1.2.1	Situación actual y perspectiva de cambio del sector agrícola.	18
1.2.2	Sector industrial.	21
1.2.3	Sector educativo.	23
1.2.4	Sector científico y tecnológico.	24
1.3	Proceso de Desarticulación Corporativa del Estado Mexicano.	25
1.3.1	Proyecto del nuevo modelo de Estado.	25
1.3.2	Características de la relación Estado – trabajador.	26
1.4	Proceso de participación de la sociedad mexicana en la modernidad.	27
1.4.1	Participación en el desarrollo democrático.	27
1.4.2	Justicia social y modernización.	28

### CAPITULO II

#### **ANÁLISIS DEL FENÓMENO MIGRATORIO** 29

2.1	Razones de la Migración.	29
-----	--------------------------	----

2.2	Barreras a la Migración.	30
2.3	Ventajas y Desventajas de la Migración.	30
2.4	Migración en los Estados Unidos de América.	31
2.4.1	Evolución migratoria hacia los Estados Unidos.	32
2.5	Migración Mexicana hacia los Estados Unidos.	34
2.5.1	Factores que contribuyen a la migración mexicana.	36
2.5.2	Actividad económica de los emigrantes mexicanos.	37
2.5.3	Características sociográficas de la migración mexicana hacia los Estados Unidos.	38
2.5.4	Envío de remesas.	41
2.6	Problemática actual de la migración en Guanajuato.	42
2.6.1	Tendencia de la migración en Guanajuato.	43
2.7	Fenómeno migratorio en Ocampo, Guanajuato.	44
2.7.1	Relación entre la situación geográfica y migración en el municipio.	44
2.7.1.1	Características del proceso migratorio en la localidad.	45
2.7.1.2	Lugares - destino de los emigrantes locales.	46
2.7.1.3	Destinos – relevo de los emigrantes locales.	47
2.7.1.4	Medios de transporte utilizados por los emigrantes de Ocampo, Guanajuato.	48
2.7.1.5	Desarrollo del sistema migratorio	49
2.7.1.6	Proceso migratorio en la comunidad de Trojes Blancas	50

### **CAPITULO III**

#### **SITUACIÓN DE LA MICROEMPRESA EN MÉXICO** 52

3.1	Concepto de empresa.	52
3.2	Elementos que forman una empresa.	52
3.3	Empresa y su ubicación económico – administrativa.	53
3.4	Ubicación administrativa.	54
3.5	Concepto de microempresa.	55
3.5.1	Definiciones de organismos gubernamentales.	57
3.5.2	Conceptualización final de microempresa.	59
3.6	Importancia económica de la microempresa en México.	60
3.7	Perspectivas de desarrollo de la microempresa.	63

**CAPITULO IV**  
**ANALISIS GEO-ESPACIAL Y SOCIO-DEMOGRÁFICO DE LA** 69  
**COMUNIDAD DE TROJES BLANCAS, MUNICIPIO DE OCAMPO**  
**GUANAJUATO**

4.1	Situación geográfica, climática y de recursos naturales de la comunidad de Trojes Blancas.	69
4.1.1	Ubicación geográfica.	69
4.1.2	Clima durante el año.	69
4.1.3	Tipo y uso del suelo.	69
4.1.4	Hidrografía.	70
4.1.5	Flora y fauna.	70
4.1.6	Fisiografía.	71
4.1.7	Recursos naturales.	71
4.2	Actividades Económicas Principales.	71
4.2.1	Sector Primario.	72
4.2.1.1	Agricultura.	72
4.2.1.2	Ganadería.	73
4.2.2	Sector Secundario.	73
4.2.3	Sector Terciario.	74
4.2.3.1	Comercio.	74
4.2.3.2	Turismo.	74
4.2.3.3	Comunicaciones y transportes.	74
4.3	Sociedad.	75
4.3.1	Estadísticas de población.	75
4.3.2	Distribución de la población económicamente activa.	75
4.3.2.1	Ingreso per cápita.	76
4.4	Cultura.	76
4.4.1	Costumbres y tradiciones principales.	77
4.4.1.1	Tradiciones religiosas de la comunidad.	78
4.5	Escolaridad.	79
4.6	Participación Política.	80

**CAPITULO V**  
**ANTECEDENTES DE INTEGRACIÓN EMPRESARIAL DE LA** 81  
**COMUNIDAD DE TROJES BLANCAS**

5.1	Constitución de la Cooperativa de Producción “Ilusión”.	81
5.2	Descripción del producto.	82
5.3	Desarrollo del proceso de producción.	82
5.3.1	Materiales.	82
5.3.2	Proceso de fabricación.	83
5.3.3	Mercado.	84

**CAPITULO VI** 85  
**PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE**  
**EXPORTACIÓN**

6.1	Naturaleza del proyecto.	85
6.2	Descripción de la empresa.	85
6.2.1	Tamaño y ubicación de la empresa – proyecto.	85
6.2.2	Misión Empresarial.	86
6.2.2.1	Misión de la empresa-proyecto.	86
6.2.3	Visión Empresarial.	86
6.2.3.1	Visión de la empresa - proyecto.	87
6.2.4	Objetivos Empresariales.	87
6.2.4.1	Objetivos de la empresa-proyecto.	88
6.2.5	Justificación de la empresa.	88
6.2.6	Ventajas Competitivas Empresariales.	89
6.2.6.1	Ventajas competitivas de la empresa – proyecto.	89
6.2.7	Distingos Competitivos.	89
6.2.7.1	Distingos competitivos de la empresa- proyecto.	90
6.2.8	Productos de la Empresa-Proyecto	90
6.2.9	Nombre de la Empresa-Proyecto	90
6.2.10	Apoyos a la empresa.	91
6.3	Producción.	92
6.3.1	Objetivos del área de producción.	92
6.3.2	Especificaciones del producto.	92

6.3.3	Descripción del proceso de producción.	93
6.3.4	Diagrama de flujo del proceso de producción.	94
6.3.5	Requerimientos tecnológicos del área de producción.	96
6.3.6	Equipo necesario para el proceso de producción.	96
6.3.7	Instalaciones necesarias para el proceso de producción.	97
6.3.8	Materia prima requerida en el proceso de producción.	97
6.3.8.1	Identificación de proveedores.	98
6.3.9	Política de compras.	99
6.3.10	Capacidad instalada.	99
6.3.11	Manejo de inventarios.	100
6.3.11.1	Cálculo del punto de reorden.	100
6.3.12	Diseño y distribución de planta y oficina	101
6.3.13	Mano de obra requerida.	102
6.3.14	Procedimiento de control de calidad en producción.	102
6.3.15	Programa Preoperativo de producción.	103
6.4	Organización de la Microempresa.	104
6.4.1	Sistema de organización.	106
6.4.2	Objetivos del Área de Organización.	106
6.4.3	Estructura Organizacional.	107
6.4.3.1	Área Directiva	107
6.4.3.2	Área de Producción.	108
6.4.3.3	Área de contabilidad y finanzas.	108
6.4.3.4	Área de mercadotecnia.	109
6.4.3.5	Recursos humanos.	109
6.4.4	Dinámica Organizacional.	109
6.4.5	Organigrama de la empresa.	110
6.4.5.1	Funciones específicas por puesto.	110
6.4.5.2	Política de perfiles, captación y desarrollo del personal.	116
6.4.5.2.1	Perfil del personal.	116
6.4.5.2.2	Captación del personal.	117
6.4.5.2.3	Desarrollo del personal.	119
6.4.5.2.4	Administración de sueldos y salarios.	120
6.4.5.2.5	Evaluación de desempeño.	121
6.4.5.2.6	Relaciones de trabajo.	122
6.5	Marco Legal de la Organización.	122
6.5.1	Constitución legal.	123
6.5.2	Obligaciones laborales.	123

6.5.3	Requisitos hacendarios.	124
6.5.4	Requisitos del Instituto Mexicano del Seguro Social.	124
6.5.5	Requisitos del Sistema de Ahorro para el Retiro.	124
6.5.6	Requisitos municipales.	124
6.6	Contabilidad y finanzas.	125
6.6.1	Fundamentación jurídica.	125
6.6.2	Objetivos generales del área contable.	126
6.6.3	Sistema contable de la empresa.	126
6.6.3.1	Capital social inicial.	128
6.6.3.2	Flujo de efectivo.	128
6.6.3.3	Costos y gastos.	128
6.6.3.4	Entradas.	129
6.6.3.5	Salidas.	129
6.6.4	Proyección de flujo de efectivo.	130
6.6.4.1	Proyección de flujo de efectivo a seis meses.	131
6.6.5	Estados financieros proyectados.	131
6.6.5.1	Estado de resultados.	132
6.6.5.2	Balance general.	132
6.6.6	Indicadores Financieros.	133
6.6.6.1	Interpretación de las razones financieras.	135
6.6.6.2	Supuestos utilizados en las proyecciones financieras.	135
6.6.7	Sistema de financiamiento.	136
6.6.8	Conclusiones de operatividad del proyecto.	136

## **CAPITULO VII**

### **PLAN DE MERCADOTECNIA DE EXPORTACIÓN** 138

7.1	Análisis de la Industria Artesanal.	138
7.1.1	Comercialización de las artesanías.	139
7.1.2	Integración sectorial.	139
7.1.3	Personal ocupado por ramas de actividad artesanal.	140
7.1.4	Evolución de las exportaciones nacionales.	141
7.1.5	Análisis de la industria en el ámbito estatal.	142
7.2	Objetivos del Plan de Mercadotecnia de Exportación.	144
7.2.1	Objetivos a corto plazo.	145
7.2.2	Objetivos a mediano plazo.	145

7.2.3	Objetivos a largo plazo.	145
7.3	Especificaciones del mercado de exportación del producto.	146
7.3.1	Concepto de mercado.	146
7.3.2	Mercado meta.	146
7.3.2.1	Mercado meta de la empresa-proyecto.	146
7.3.2.1.1	Mercado a corto plazo.	147
7.3.2.1.2	Mercado a mediano y largo plazo.	148
7.3.3	Mercado de artículos de decoración y regalo específicos para el producto elaborado.	149
7.3.3.1	Mercados potenciales por bloque geográfico y selección del mercado internacional con mayor viabilidad comercial.	149
7.3.3.2	Ventajas y desventajas comerciales de los mercados seleccionados por bloque geográfico.	150
7.3.3.3	Ponderación de factores de mercado potencial.	151
7.3.3.4	Selección del mercado meta.	153
7.3.3.5	Análisis del mercado seleccionado.	154
7.3.3.5.1	Perfil socioeconómico y político del país seleccionado.	154
7.3.3.5.2	Descripción del sector de industria del regalo en el mercado seleccionado.	156
7.3.3.5.3	Perfil de los consumidores y tiendas de regalo en el mercado seleccionado.	159
7.3.3.5.4	Tendencias comerciales.	159
7.3.3.5.5	Segmento de mercado viable.	160
7.3.3.5.6	Canales de distribución.	160
7.4	Factores del Proceso de Exportación del Producto.	161
7.4.1	Diseño.	161
7.4.2	Embalaje.	162
7.4.3	Medio de transporte.	162
7.4.4	Condiciones de pago.	162
7.4.5	Cotización.	163
7.4.6	Normas o estándares de calidad.	164
7.4.7	Proceso de control de calidad.	164
7.4.8	Regulaciones arancelarias y no arancelarias.	165
7.4.8.1	Regulaciones arancelarias que le competen a nuestro producto.	166
7.4.8.2	Regulaciones no arancelarias que le competen a nuestro producto.	167
7.5	Promoción de nuestros productos.	168

CONCLUSIONES

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA

## INTRODUCCIÓN

El paisaje económico de nuestro país ha sido en las últimas décadas incierto y muy difícil, el desarrollo se ve obstaculizado por políticas burocráticas, personal ineficiente y una gran lentitud del gobierno en todos sus niveles, esto aunado a una gran despreocupación de los problemas sociales ha provocado que un inmenso número de compatriotas estén obligados a emigrar a otros países para sobrevivir.

El caso de las comunidades del norte del estado de Guanajuato es muy grave, la poca seriedad de las autoridades por proponer mejoras sustanciales a las condiciones de vida de las familias ha provocado que la agricultura ya no sea una actividad que haga posible un nivel de vida digno. La única opción de estos grupos sociales es volver los ojos a los Estados Unidos, pues ni las ciudades con gran crecimiento industrial ofrecen alguna oportunidad de obtener empleo.

El trabajo que elaboramos trata sobre esta problemática, en un inicio era nuestra intención hablar sólo de la constitución de una empresa rural de exportación en una forma autónoma, es decir, fuera del contexto social-gubernamental, pero la visión estaba incompleta, debíamos analizar toda la estructura en la que se inserta el proyecto para tratar de hacer una especificidad del mismo, al mismo tiempo se trataron de analizar las condiciones macroeconómicas y políticas en las que se ubica la comunidad.

El diseño de nuestro trabajo es deductivo; nos propusimos analizar el medio lo más ampliamente posible para aterrizar en la constitución de una empresa y su vinculación con el comercio exterior. Parecería que no tiene ninguna conexión el análisis de las condiciones macroeconómicas de México con la venta de velas artesanales en una comunidad, sin embargo, nosotros estamos seguros de que sí lo hay, pues necesariamente para hablar de las condiciones en las que se integra

la empresa obligadamente tenemos que analizar, al menos desde la disciplina de nuestros estudios, cómo la globalidad afecta a las microempresas.

El primer capítulo lo dedicamos a analizar la integración de México a los procesos económicos internacionales comenzando en 1988, cuando la política mexicana se orientó a la consolidación de un esquema neoliberal de organización, este capítulo analiza la integración regional de nuestro País con Norteamérica, Latinoamérica y el Pacífico; la finalidad de análisis no es exhaustiva pero si tiene una orientación holística. Por otra parte analizamos los sectores que a nuestro juicio son los más relevantes en cuanto a sus transformaciones e importancia dentro de la estructura social mexicana. El haber analizado los aspectos que consideramos más importantes del desarrollo de nuestro País, la problemática sectorial, nos da la oportunidad de plantear con más objetividad el mismo.

En el segundo capítulo hacemos un pequeño estudio sobre el fenómeno migratorio, sus razones, sus ventajas y desventajas, la migración hacia Norteamérica y los factores de la migración mexicana, la composición social de los emigrantes, la importancia de las remesas. Asimismo analizamos la migración local, esto es, la del Estado de Guanajuato, la del municipio y la de la localidad para poder crear un marco de referencia.

En el tercer capítulo analizamos la situación de la microempresa en México, comenzando con la definición de microempresa por las Instituciones más cercanas a la misma, a continuación analizamos a la empresa en su ubicación administrativa, posteriormente estudiamos la importancia de la microempresa en México así como sus perspectivas.

En el cuarto capítulo realizamos el análisis de los rasgos físicos, económicos y sociales de la Comunidad de Trojes Blancas en el municipio de Ocampo Guanajuato, ello con el fin de ofrecer un marco de referencia adecuado sobre las

dimensiones y características de este lugar, así como reafirmar la perspectiva de contribución al desarrollo social de la microempresa.

En el quinto capítulo analizamos los antecedentes de integración empresarial en la Comunidad de estudio, pues era necesario conocer sobre las posibilidades de éxito de un proyecto empresarial, se sabe que cuando ya se ha tenido algún tipo de relación con la creación de un ente económico es más fácil considerar la creación de otro, o bien podemos encontrar resistencias al mismo.

El sexto capítulo está dedicado a analizar todas las variables que una empresa debe de tener; enfocamos nuestra atención a los requerimientos reales como establecer sus dimensiones, sus metas, sus objetivos, su sistema de producción, la manera de considerar el proceso contable, su estructura organizacional, su constitución legal, sus instalaciones probables, entre otros aspectos, todo con el fin de acercarnos lo mas fielmente a la presentación de un proyecto real a instalarse en un corto plazo.

En el séptimo capítulo realizamos un plan de mercadotecnia de exportación, pues era necesario el culminar con el análisis de la finalidad de la empresa- proyecto, que era precisamente el proceso de exportación, cabe señalar que este procedimiento se lograría con éxito hasta el largo plazo, sin embargo, lo incluimos para extender las perspectivas de esta microempresa rural.

El proyecto que planteamos a continuación se ubica dentro de un macro espectro, producto de una serie de interrelaciones económicas y sociales que describimos anteriormente, toca entonces edificar un proyecto que si bien es muy pequeño pensamos que puede ser la oportunidad de cambiar la realidad actual de la comunidad en la que se ubica con un bosquejo general pero lo mas apegado posible a lo que una microempresa viable debe contener.

# CAPITULO I

## BREVE INTRODUCCIÓN A LA DINÁMICA NACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL ENTORNO INTERNACIONAL

### **1.1 Integración de México a los Procesos Económicos Internacionales 1988-2000.**

México es un actor internacional de suma relevancia, por ello, al preocuparnos por la relación que existe entre él y su entorno, debemos estudiar los factores y elementos que inciden en este último, con el fin de observar los que podrían obstaculizar o disminuir la importancia de su acción y desarrollo que incide claramente en la política económica y en la configuración de objetivos de desarrollo empresarial ; entre ellos encontramos los correspondientes al contexto político, el nivel educativo, el estado real de la economía y la infraestructura de instituciones financieras.

Nuestro país, en especial desde hace poco menos de una década ha tratado de modificar la estructura de subdesarrollo que opaca su presencia en lo internacional, para tal efecto ha llevado a cabo las siguientes acciones:

- A) Adoptar e implementar políticas macroeconómicas de estabilización.
- B) Introducir y salvaguardar los derechos de propiedad iniciando reformas como la liberalización de precios y del comercio.
- C) Implementar procesos de privatización gradual en varios de los sectores considerados como estratégicos como el área de las comunicaciones, industria eléctrica, servicios financieros, puertos, etc.
- D) Creación de cadenas productivas, comercialización en industrias y otras áreas de la economía.
- E) Promover en todos los órdenes de gobierno y de la sociedad el desarrollo democrático.
- F) Adoptar políticas de protección social a los sectores sociales marginales.

En el sexenio comprendido entre el año 2000 y 2006 la modernización económica ha adquirido una importancia relevante y se ha puesto en marcha, refiriéndonos estrictamente a ese marco, un modelo económico y político que busca:

1. Un acceso más abierto y seguro a las inversiones extranjeras.
2. Continuar atrayendo a los inversionistas extranjeros para ayudar a reconstruir y reestructurar la industria nacional.
3. Mantener un programa de estabilización económica para poder controlar la inflación sin dejar de generar nuevos empleos, elevar el ingreso nacional para poder continuar solicitando nuevos préstamos a bancos comerciales y a las Instituciones internacionales.
4. Mantener y ampliar su programa de privatización para reducir gastos del presupuesto y para evitar potenciales disputas en el área de subsidios e impuestos compensatorios.<sup>1</sup>

El objeto de las acciones anteriores radica en incrementar nuestra ventaja competitiva con la que podamos controlar las fases completas del proceso de producción desde un posible diseño y comercialización de un producto, hasta el diseño y la fabricación de la maquinaria que elabore dichos productos. Estamos ciertos de que estos son sólo algunos de los lineamientos estratégicos con los que el país estará en condiciones (al menos teóricamente) de salir de su estancamiento. El cambio se da en forma importante en el aspecto comercial y lo es porque con base en ello se puede adquirir el conocimiento y los bienes necesarios para la transformación, de ahí la importancia de que el modelo económico busque crear el desarrollo de la industria endógena, es decir, aquella que abarca las actividades que abastecen al mercado interno y que no tiene grandes requerimientos de importaciones y consolidar la dinámica del comercio exterior.

---

<sup>1</sup> Bueno Gerardo, Las Opciones de Negociación Comercial de México, El Colegio de México, México, 1992, p111

Este modelo se basa en dos argumentos:

1. En la necesidad de financiar importaciones y servir la deuda a través de mayores exportaciones.
2. En la obligación de generar cerca de un millón de nuevos empleos al año, a la vez que aplicando una industrialización “especial” de México que conduciría una reasignación de recursos para pasar de actividades de uso intensivo de capital a actividades intensivas en uso de mano de obra.

En opinión de varios autores lo que se presenta ya es la necesidad de una apertura adicional y conocer las capacidades reales que posee para competir en el exterior, asimilar la influencia extranjera para competir mercados y desarrollos tecnológicos, lo que posibilitará la precisión y la anticipación estratégica.

### **1.1.1 Integración regional**

Dentro de las múltiples posibilidades de desarrollo global se encuentra la integración Regional que supone un contacto económico de varios países que pueden ser vecinos directos (México – Estados Unidos) o pueden pertenecer a un área relativamente cercana (México – Japón) por lo demás los acuerdos bilaterales o trilaterales que puedan suscitarse pueden beneficiar en gran medida a sus economías; para México existen varias posibilidades dentro de este contexto.

La dinámica de conformación de bloques económicos en cada uno de los continentes ha sido una constante que se presenta desde hace ya varias décadas; sin embargo, en el continente americano la necesidad de conformar una organización que facilite el intercambio comercial comienza a finales de los años setenta cuando los primeros contactos diplomáticos entre dos economías de nivel industrializado tienen lugar. Canadá y los Estados Unidos, después de ríspidas negociaciones provocadas por un ambiente político nacional y movilizaciones

sindicales en ambos países, firman finalmente un acuerdo comercial en la década pasada para complementar sus economías y poder hacer frente a fenómenos de recesión en ambos. El acuerdo permitía que tanto Estados Unidos como Canadá se beneficiaran de disminuciones en tarifas arancelarias, desgravación o eliminación de cuotas que protegían a los sectores de mayor ineficiencia estructural, la complementación de procesos de producción que conllevaran a la estructuración de cadenas productivas, la desregulación de trámites, permisos y requerimientos y la diversificación y ampliación de la inversión foránea, entre otras cuestiones. La firma de un acuerdo de libre comercio entre ambos países con una cultura política y de negociación familiar se logró no sin antes haber presentado cierta resistencia de algunos sectores sociales, sin embargo, la estructura social de ambas naciones, así como su desarrollo histórico y cultural permitieron que la visión globalizada germinara<sup>2</sup>.

### **1.1.1.1 México y el bloque norteamericano - relación con Estados Unidos Y Canadá**

Cuando hablamos especialmente de la relación entre nuestro país y los Estados Unidos tenemos que recordar no una historia de trayectoria pacífica, sino una relación en la que ha predominado el conflicto como el presentado por los territorios de Texas, Nuevo México y la Alta California, conflictos fronterizos como el cambio de curso del río Colorado y el territorio de la Mesilla, la afectación salina de ese mismo río a tierras de Sonora, la incursión de tropas norteamericanas en la expedición punitiva, el complot en la embajada de ese país en el nuestro que termina en la decena trágica y el asesinato de Francisco I. Madero y José María Pino Juárez; entre otros conflictos, sin embargo es materia de este estudio no la descripción del desarrollo político y los conflictos antes mencionados y otros del ámbito diplomático, nos interesa específicamente la relación económica entre

---

<sup>2</sup>Montoya,Alejandro “La agenda del Tratado” en Revista Nexos,Año III,Numero 165,México,1995,p.53

ambos países que se ha caracterizado por la Interdependencia y la inequidad estructural, esto es, el desarrollo de un “esqueleto” fuerte bien diseñado y dinámico de la economía norteamericana y la debilidad crónica de la estructura económica mexicana. Hasta antes de 1945, la autarquía norteamericana permea el intercambio económico y los contactos comerciales entre nuestro país y Estados Unidos son limitados, sin embargo durante la Segunda Conflagración Mundial (1938 – 1945), ambos países comienzan a estructurar una relación bilateral donde se busca la producción agrícola y la mano de obra barata.

Cuando termina la Segunda Guerra Mundial Estados Unidos y México prosiguieron una serie de acciones para consolidar un intercambio comercial bilateral en la posguerra que se manejó dentro del contexto de la política económica norteamericana de la llamada “nación más favorecida”; la existencia de este pacto facilitó el intercambio comercial pues cada gobierno concedió a los productos del otro el mismo trato arancelario que daba a los productos similares introducidos a su mercado por terceros países miembros del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio .

Otro periodo significativo se presenta durante la década de los 70's donde el enfoque de la dependencia y las “técnicas de subdesarrollo” constituyeron la forma predominante de entender la relación bilateral. Al entrar la década de los 80's el ámbito de la interdependencia surge como el factor predominante y empieza paulatinamente a suprimir la intolerancia nacionalista estadounidense y el vicio de la dependencia absoluta por parte de países como el nuestro. En el momento de negociar juntos una estructura económica, tanto nuestro país como Estados Unidos saben que todas sus proposiciones se agregan a los procesos actuales del mundo, esto es, que cada resolución que se tome tendrá efectos más allá de las fronteras comunes.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Vega Canovas, Gustavo, Las Relaciones de México y Estados Unidos: Evolución Reciente y Perspectivas , El Colegio de México, México, 1992,p.179

Estados Unidos y México no reaccionan sólo a los cambios internos, sino también a las transformaciones que se han dado en Europa dentro de un marco integracionista, así como el desarrollo de las economías del continente asiático .

Entre nuestro país y Estados Unidos existe un acercamiento cada vez mayor en la manera en que ambas ven al mundo, lo que es condicionado por el nuevo orden internacional en formación, que en forma importante promueve la estructuración económica conjunta y que se manifiestan en el acercamiento comercial.

Los motivos que obligan al acercamiento comercial entre nuestro país y Estados Unidos pueden dividirse en motivos generales y los originados por cada nación en particular, entre los primeros encontramos:

- 1) Creciente bilateralismo en la política comercial estadounidense durante los años 80 y 90, el interés que ha despertado entre los socios comerciales más importantes de Estados Unidos y la forma en que este interés ha estimulado a un gran número de ellos a buscar acuerdos de libre comercio con dicho país.
- 2) México se ha hecho consciente de que existen beneficios económicos en cuanto a la creciente competitividad del mercado internacional.
- 3) Reconocimiento de los beneficios que asegura un acceso mejor y garantizado, a su mercado de exportación más grande.
- 4) El Acuerdo Comercial con Estados Unidos y Canadá es una extensión lógica, política y económica de la ya extensa magnitud del comercio bilateral de la inversión y de la cooperación bilateral.<sup>4</sup>

Los beneficios de la liberalización comercial y en especial de un tratado comercial estricto, derivan de la mejoría de varios efectos dinámicos que tienen por origen la necesidad de competitividad a nivel internacional y de la menor

---

<sup>4</sup> Bennett Timothy, Lecciones para México del Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y los Estados Unidos, El Colegio de México, México,1992,p242

distracción de energías en la búsqueda de creación de monopolios. La creación de un Acuerdo de Libre comercio garantiza un tratamiento más equilibrado por parte de los países firmantes. La resolución de cuestiones técnicas proporciona un marco de referencia más estable y ordenado para la planificación y la inversión del sector privado. Los beneficios potenciales son mercados más amplios para ambos países y sus productos, lo que significa que cada país conoce y trata en forma real la economía del otro. Existen además opiniones que confirman los alcances del acuerdo:

“... Los países socios en un área de libre comercio no pierden la autonomía de decisión en materia de política migratoria o de regulación del flujo de capital de los otros países miembros y mantienen una absoluta autonomía de decisión para regular el comercio de terceros países. Todo lo que el área de libre comercio garantiza en el supuesto más ambicioso es que los bienes y servicios de cada país miembro penetren a los mercados de los otros miembros, libres de restricciones arancelarias y no arancelarias.”<sup>5</sup>

Además es importante el aclarar que una mayor integración promueve la creación de comercio aún para el país más débil pues éste ofrece productos a más bajo precio. Uno de los factores que favorece en forma importante la reunión económica es la diferenciación productiva; al respecto, Ronald Wonacott opina que “... cuanto mayores son las diferencias en las dotaciones de los recursos y de los precios tales como los salarios, mayores resultan las ganancias procedentes de la liberalización del comercio.”<sup>6</sup>

Para México el ofrecer mano de obra barata significa una de las opciones más viables del intercambio, lo que conlleva un cierto beneficio ya que la producción de objetos es mayor y por consiguiente su comercio, con lo que se

---

<sup>5</sup> Vega Canovas Gustavo, Op.cit, p.34

<sup>6</sup> Wonacott Ronald, Canadá Ante Las Negociaciones Sobre El Libre Comercio Y Estados Unidos, Mc Graw – Hill, México, 1992, p.67

incrementa la competencia del empleo; el riesgo, sin embargo, consiste en que no se consiga incrementar el estándar de vida de los trabajadores; paradójicamente cuando suben los salarios comienza a perder competitividad este tipo de economías esfumándose su ventaja competitiva, por ello es necesario que la economía basada en salarios bajos se regule constantemente dentro de una serie de limitaciones legales muy estrictas.

Paralelamente los Estados Unidos poseen una serie de intereses que buscan confirmar con la estructura del Acuerdo Comercial vigente pues el panorama para la economía estadounidense depende de su nivel de consumo, lo que es directamente proporcional al nivel de inversión, por tanto si su consumo interno disminuye por un decrecimiento del nivel de vida poblacional obligado por la recesión económica su nivel de nueva inversión y de su consiguiente estabilidad macroeconómica disminuirá en el mismo porcentaje y viceversa, para Estados Unidos de América el haber firmado un Acuerdo con México significa por una parte originar el que su economía no se estanque promoviendo un acceso a un mercado mayor, además, muchas industrias estadounidenses serían menos competitivas si no contaran con fuentes externas de producción para su proceso económico.

Por otra parte existen otros requerimientos económicos internacionales para Estados Unidos, algunos de los cuales son:

- 1) La creciente fortaleza de la capacidad de comercio de otros países industrializados.
- 2) Fortalecimiento estructural de países asiáticos como exportadores de rápido desarrollo.
- 3) Creciente dependencia de condiciones productivas competitivas.

Por ello grandes empresas transnacionales apoyan el que los Estados Unidos y México hayan firmado un acuerdo comercial que posibilite el acceso

seguro y económico tanto de suministros como de mano de obra con este mecanismo el primero influye en forma muy importante para modificar aspectos como los subsidios, manejo de apoyos financieros, préstamos preferenciales entre otros<sup>7</sup>.

El concepto de los subsidios es uno de los renglones de mayor preocupación para México ya que en Estados Unidos de América se sigue subsidiando la producción agropecuaria que hace que sea una de las medidas más perniciosas que distorsionan el comercio internacional; desde 1985 existe un entendimiento sobre subsidios e impuestos compensatorios, mediante el cual el gobierno de México se comprometió a no establecer prácticas de precios que constituyan un subsidio a la exportación en el sector de energía o de productos petroquímicos, a no proporcionar subsidios a la preexportación y exportación con préstamos de plazos de dos años o menos a través de programas de financiamiento preferencial, lo que demuestra la importancia que tiene para el norteamericano el mantener a las empresas mexicanas sin un aliciente que no sea el de competitividad, esperamos que los Estados Unidos de América realmente hagan su parte, es decir, dejar a las fuerzas del libre mercado su producción agropecuaria.

Con respecto a otro tema importante como la inversión, el pacto Estados Unidos -México significa lograr ciertas garantías a largo plazo con respecto a los requerimientos de entrada y permanencia de la inversión directa estadounidense en México, se busca que los inversionistas de Estados Unidos gocen de un tratamiento preferencial, así como el abandono de medidas restrictivas a las inversiones relacionadas con el comercio, mayor protección a la propiedad intelectual de sus empresas, mutilación de los procedimientos de revisión para los inversionistas extranjeros entre otras cuestiones.

---

<sup>7</sup> Ibid.

### **1.1.1.1.1 Motivaciones Mexicanas hacia el libre comercio.**

Existen para México importantes motivaciones para consolidar el flujo comercial con Estados Unidos y con Canadá, los primeros se refieren estrictamente a la relación comercial con Estados Unidos:

“ ... La enorme expansión del comercio bilateral ha tenido efectos importantes, en 1986 México fue el cuarto socio comercial de Estados Unidos, durante el boom petrolero llegó a ocupar el tercer lugar, pero en 1986 el petróleo bajó y descendió a un quinto lugar en 1989, el volumen total del comercio bilateral ascendió a 55000 millones de dólares”<sup>8</sup>

Otro análisis importante dicta que de no habernos integrado plenamente y en términos ventajosos a un bloque geoeconómico, hubiésemos quedado marginados y destinados a comerciar sólo con Latinoamérica, con países africanos o del suroeste de Asia que no se hayan integrado los cuales no poseen el nivel económico requerido por nuestro país para su desarrollo; además el acuerdo comercial es una ayuda muy importante para garantizar la estabilidad y la extensión de las reformas económicas emprendidas por el gobierno actual y por consiguiente fortalece la competitividad de la economía nacional y su capacidad para participar de manera activa en el multilateralismo. El objetivo de los economistas y directores de la política mexicana es el de promover la inversión extranjera para ayudar a financiar el crecimiento y la reestructuración de la economía mexicana. En todo ello la serie de políticas que en el comercio se implanten pueden asegurar la duración de las medidas más importantes y consolidar la estructura y concesiones negociadas en el comercio, todo ello con el fin último de incluir en nuestra economía a la competencia internacional.

---

<sup>8</sup> Vega, Canovas Gustavo, Op. Cit. 113

### **1.1.1.1.2 Afectación sectorial mexicana con el Tratado de Libre Comercio**

En términos generales los sectores secundarios y de servicios son afectados por la interacción con Estados Unidos puesto que en el sector industrial el valor agregado nacional es inferior, el sector de servicios por su parte ve incrementada la participación extranjera que desplaza relativamente fácil a la nacional, pero quizás el rubro donde México pueda competir con mayor amplitud sea en lo relativo a la mano de obra, la cual se caracteriza por ser barata por tanto, mientras se incorporen nuevas tecnologías que permitan aprovechar las economías de escala, reduzca costos unitarios y aumenten la competitividad se seguirá aprovechando por parte de México, el costo inferior de mano de obra a un cierto mediano plazo.

### **1.1.1.1.3 Características de la relación económica de Canadá con Estados Unidos y México**

La relación comercial de México con el Canadá tiene que estudiarse necesariamente bajo las bases del acuerdo entre este último país con Estados Unidos. En primer lugar tanto Canadá como Estados Unidos han podido crear una relación de comercio en virtud de que ambos tienen un desarrollo análogo, tanto en sus instituciones económicas y políticas y a su manera de encontrar una solución a sus problemas comunes además de concebir políticas similares en lo económico, Canadá así como Estados Unidos, cuenta con índices muy elevados de productividad, lo que puede abrirles camino en mercados internacionales si negocian conjuntamente.

Un aspecto de importancia para nuestro país es el cúmulo de experiencias que el Acuerdo de libre comercio ha traído para el Canadá, con base en la experiencia Canadiense México podría llegar a obtener, a largo plazo:

a) Una reducción de barreras arancelarias y no arancelarias a las exportaciones mexicanas:

- Un acceso seguro y estable al mercado estadounidense que facilite la reestructuración eficiente de la industria.
- Ampliación de mercados.
- Aumento de eficiencia y calidad.
- Aumento del sector de empleos y paralelamente un crecimiento económico.

En cuanto a la relación México – Canadá encontramos que han manejado ciertos parámetros similares con respecto a su estado económico.

“... Ambos países tuvieron mayores términos comerciales durante los años setenta debido al aumento de los precios del petróleo y con tasas bajas de interés real en los mercados de capital mundiales, los costos de los déficit del presupuesto interno y en la balanza de cuenta corriente parecían ser bajos para los dos países, el colapso en los precios de bienes de consumo y las altas tasas de interés real de los 80 dieron por resultado una contracción aguda de ambas economías.”<sup>9</sup>

Una diferencia importante en cuanto a tratamientos comerciales Canadá – Estados Unidos y Estados Unidos – México es que los industriales canadienses tenían temor a ser absorbidos competitivamente por la empresa de Estados Unidos, mientras que en las negociaciones de nuestro país con Estados Unidos los industriales de este último país buscaron incrementar su competitividad, basada en la mano de obra mexicana; Los industriales mexicanos, por su parte buscaron beneficiarse de la accesibilidad a los bienes de capital norteamericano para su reconversión industrial.

---

<sup>9</sup> Smith Murray, G., El TLCAN, búsqueda de intereses multilaterales comunes y exploración de opciones en la región de América del Norte, El Colegio de México , México,1992, p.71

En forma general, el enlace Comercial – Productivo entre México y Estados Unidos beneficia a México en cuanto al acceso de la tecnología y aun dinamismo en el proceso de producción que se manifiesta en un incremento de la producción, sin embargo, tecnologías de punta (electrónica, biotecnología y servicios) ven sumamente restringida su participación afectando industrias que están al inicio del ciclo de nuevos productos, es decir que a México le corresponden en gran medida el implantar industrias de menor impacto económico. Se señala también con insistencia que a México han “emigrado” industrias altamente contaminantes por la poca rigidez en cuanto a normas de control y defensa del medio ambiente. Es también notorio que México puede competir con sus posibles socios en algunos sectores, podría ser competitivo en precios pero no lo es todavía por la poca calidad de sus productos. En cuanto al impulso necesario para consolidar una estructura binacional productiva de estimable fortaleza se admiten que son difíciles por la diferencia infraestructural e incluso cultural, pero que si anteponen a las diferencias los proyectos comunes, el bloque comercial de América del Norte podrá superar la competencia europea y asiática .<sup>10</sup>

### **1.1.1.2 México, Latinoamérica y la Cuenca del Pacífico**

Desde hace unas cinco décadas los países asiáticos de la Cuenca del Pacífico experimentan un crecimiento muy importante. En un principio tal éxito se sustenta principalmente en el bajo costo de la mano de obra. Sin embargo hoy la ventaja económica del suroeste de Asia está basada crecientemente en la competitividad y la innovación de sus manufacturas que poseen cada vez mayores niveles de valor agregado. En la década de los sesenta, los textiles representaban casi una tercera parte de todas las exportaciones de Japón mientras que hacia 1985 representaban únicamente el 5% en ese año Japón rebasa por vez primera a Alemania Occidental y se convirtió en el segundo exportador mundial de productos de alta tecnología.

---

<sup>10</sup> Ibid.

En comparación, durante la década de los sesenta y setenta con la excepción de Inglaterra, Estados Unidos sufrió índices más bajos de crecimiento que los registrados por los principales países industriales. Japón creció alrededor de un 8% el promedio de Norteamérica, entre 1980 y 1985 Japón expandió su excedente comercial casi diez veces – más de 80 mil millones de dólares – resultando en un superávit mayor con respecto al norteamericano de más de 50 mil millones de dólares. Japón por ese mismo proceso se convirtió en el país industrializado más rico del mundo y Estados Unidos tuvo con mayor frecuencia déficit comerciales en campos como el del acero, textiles, automotriz, microelectrónica, computación y servicios financieros que gradualmente pasaron a dominio japonés. La creciente influencia japonesa en Estados Unidos hizo posible sin embargo que la economía norteamericana respondiera y consolidara un crecimiento sostenido que se observa principalmente en la creación de una importante infraestructura industrial en el suroeste de Estados Unidos.

Para nuestro país este fenómeno tiene gran importancia ya que los productores de Estados Unidos apoyados por capital japonés iniciaron la implantación de una franja industrial muy importante que hace que el norte de nuestro país empiece a crecer económicamente en virtud de la creación de empresas maquiladoras que han registrado un aumento de más de 100% en los últimos años. Hacia finales de 1988 había 1582 empresas de esa índole en México generando alrededor de 500 mil empleos anuales; por otra parte el contacto que ha tenido tradicionalmente México con Asia, se ha visto incrementado, países como Corea, China o Taiwán han fortalecido su presencia en nuestro país, quizás como una estrategia de penetración comercial hacia el mercado norteamericano. Estrechar los lazos económicos con esa región impulsando la inversión extranjera directa puede ser una estrategia que beneficie a México en el largo plazo, ya que podría instrumentar su estrategia de crecimiento con base en el fomento de las exportaciones y así diversificar sus mercados y combatir los descensos cíclicos de la economía de Estados Unidos.

Por otra parte Estados Unidos y Canadá forman parte del Sistema de Cooperación Económica de Asia del Pacífico y es muy posible, al estar integrados comercialmente, proseguir el apoyo para la participación del país en ese proceso y aprender en forma directa de la industrialización de aquellos países.

#### **1.1.1.2.1. México y Latinoamérica**

La perspectiva de los países latinoamericanos en cuanto a comercio exterior se orienta hacia su unificación ,sin embargo, los gobiernos de los países del área tienen varios obstáculos a enfrentar, como son por ejemplo, el uso invariable de la retórica política y la rigidez ideológica que muchas veces obstaculizan el diálogo fructífero y necesario para el acuerdo comercial.

Es muy importante destacar que las economías de Latinoamérica no presentan de ninguna manera el desarrollo y organización que poseen países asiáticos, europeos o Estados Unidos y esto se debe a múltiples elementos, sobresaliendo en especial el referente a la deuda externa, de la cual en su servicio se eroga una cantidad muy importante de recursos, por ello mientras las políticas de pagar íntegros los intereses de la deuda predominen y no se produzcan reducciones no se puede proveer un incremento de las exportaciones a los países industrializados, por lo demás lo endeble de los sistemas productivos de Latinoamérica hace muy difícil que ésta pueda competir en términos similares con otras economías, sin embargo, en la medida que tenga buen éxito la estrategia general de exportación y no se presenten factores especialmente negativos, México podrá implementar sus exportaciones a América Latina, con o sin esquema de integración.

Un ejemplo de un verdadero impulso regional latinoamericano lo ha dado México al signar el Acuerdo de Complementariedad comercial con varios países (Chile, Colombia y Venezuela, entre otros) en los cuales se maneja un porcentaje importante de transacciones comerciales, esto representa un paso muy importante

en cuanto a dejar atrás los marcos ideológicos para insertarse en la realidad y haber roto la hipótesis de que con la negociación de México con Estados Unidos y Canadá sobre un tratado del mismo tipo, se cerró definitivamente el diálogo con Latinoamérica.<sup>11</sup> Creemos que, aún cuando la situación de Latinoamérica sigue siendo precaria en cuanto a lo económico se refiere y explosivo en cuanto a lo social; es totalmente positivo el que la región se impulse por medio de un diálogo y verdadera cooperación para poder ampliar provechosamente sus perspectivas de desarrollo.

### **1.1.1.3 México y la Organización Mundial de Comercio**

En varias ocasiones se ha hablado acerca de los beneficios del regionalismo o del multilateralismo, así como los posibles alcances que en el tiempo de organización pudieran tener ambos. Algunas opiniones afirman que el regionalismo pasa por un momento importante y que los acuerdos (como el del Libre Comercio) optimizan esfuerzos económicos y disminuyen la pérdida de tiempo y esfuerzo originados por las actividades defensivas del comercio internacional, además entre grupos pequeños de países, el equilibrio de los beneficios económicos y el ajuste de los costos es más predecible y controlable y los problemas técnicos con respecto a la armonización de cuestiones no arancelarias son más manejables que en el contexto internacional, un país que tiene un acuerdo bilateral puede combinar fácilmente sus políticas y adecuarlas a un contexto multilateral además de ser una “válvula de seguridad” en caso de que las negociaciones de un foro como la Organización Mundial de Comercio fallen. Sin embargo, aún y cuando el aspecto regional comercial paulatinamente ha adquirido mayor importancia es necesario observar que el multilateralismo permanece en gran parte apoyado por razón del acceso a mercados mucho más grandes de los cuales la diversificación es una razón de peso

---

<sup>11</sup> Morici Peter, Regionalismo en el Sistema Internacional de México ,El Colegio de México,México,1992,p71

para competir; agregado a lo anterior podemos afirmar que un sistema multilateral protege en mayor medida a los países débiles, puesto que al promover sus intereses exclusivamente en negociaciones de tipo bilateral con países más poderosos, lo hacen de un modo riesgoso pues hay un gran peligro de que pierdan mucho más de lo que ganan porque son países con una capacidad muy limitada para enfrentar situaciones de mercado adversas, por ello es necesario al menos se trate de conservar un sistema multilateral no discriminatorio y efectivo.

La Organización Mundial de Comercio se debe tomar como un aliado efectivo para México en sus relaciones comerciales con su vecino del norte, en lugar de tratar individualmente con su socio comercial más fuerte, México se ha visto reforzado por otros socios de esa organización que persiguen un acceso más abierto y seguro al mercado norteamericano así como al europeo y asiático.<sup>12</sup>

México llega a estos foros de negociación internacional con fortalezas tales como: una política cambiaria realista, menores cargas por transferencia de recursos al exterior, sin un extenso marco regulatorio que impide el comercio, con una legislación de inversión extranjera que alienta su flujo al interior y con una legislación sobre propiedad intelectual que regula y protege realmente los flujos de tecnología.

Nuestro país sostiene la necesidad de restablecer el cumplimiento de las normas del comercio internacional, a la vez que propugna el establecimiento de mecanismos de reciprocidad internacional, defendiendo el hecho de que los sistemas multilaterales de comercio contribuyan al desarrollo económico de las naciones y encauza las tendencias regionales a una mayor globalidad. Como puede verse, estos principios buscan formar una imagen de negociador serio tanto en los acuerdos de una organización multilateral como en negociaciones bilaterales erradicando la concepción errónea de país no industrializado que

---

<sup>12</sup> Piore Michael J., Los Estándares Sociales en México y las Características Empresariales de Estados Unidos, 2ª ed., Ediciones Contemporáneas, México, 1998, p.179.

pretende seguir conservando beneficios económicos con tratamientos comerciales preferenciales, por otra parte, el mismo organismo multilateral obliga a formular políticas que constriñan la capacidad de los gobiernos para influir en el comportamiento de los mercados internos e internacionales, además de impulsar el desarrollo con base en la armonización productiva y de políticas económicas.

## **1.2 Áreas Estratégicas De Desarrollo Infraestructural**

México se encuentra en una etapa donde de su integración a los procesos económicos modernos dependerá gran parte su futuro, de ahí que sea evidente que una reestructuración profunda de todo su sistema productivo sea impostergable. No es concebible el paso de un estado de subdesarrollo a otro de industrialización sin un cambio adecuado de los elementos infraestructurales.

### **1.2.1 Situación actual y perspectiva de cambio del sector agrícola**

Hasta hace pocos años el sistema agrario mexicano, conformado por una estructura de ejido, comunidad y pequeña propiedad había sido defendida fervientemente (en especial el primero) por el Estado, argumentando que era el sistema correcto para producir en México y que su permanencia significaba la permanencia y vigencia de la revolución social mexicana, la continua repartición de tierras y la reforma agraria extensiva eran sus características.

Algunos sexenios presidenciales impulsaron en forma importante la producción agrícola y fomentaron el que los campesinos pudiesen tener un mejor nivel de vida. Sin embargo la situación del campo en general es precaria dando por resultado que los ingresos de este sector sean tres veces menores que los del resto de la economía; la mayoría de los productores, ejidatarios o pequeños propietarios poseen tierras laborables de menos de cinco hectáreas a lo que se

agrega la serie de restricciones a la capacidad de organización y libre asociación dando por resultado la falta de incentivos, retraso tecnológico y baja productividad.

El campo mexicano requiere, según la visión gubernamental, nuevos enfoques de apoyos financieros y desarrollos técnicos que le proporcionen un nuevo marco que se convierta en fuente de bienestar; en la actualidad el sistema agrícola promueve la incertidumbre, desalienta la inversión e intensifica el ciclo de pobreza en el campo.<sup>13</sup>

El marco productivo del campo mexicano está determinado por factores geográficos climáticos, hidráulicos y culturales más que por el factor de tenencia de la tierra, a lo que además debe agregarse la situación de los productores, aquellos que producen sólo para el auto consumo y aquellos que pueden vender parte de su producción; de cada uno de los factores planteados tendrá que originarse una verdadera adecuación del aspecto agrario.

La perspectiva de cambio en lo agrario puede plantearse en varios objetivos:

- a) Dar certidumbre jurídica al campo – lo que se refiere específicamente a dar fin al reparto agrario, puesto que las reservas territoriales del país están casi agotadas por lo que prometer tierra a un campesino sin tener los medios produciría incertidumbre inhibiendo la inversión y por tanto la productividad.
- b) Capitalizar el campo en lo que se refiere a atracción de inversiones que se demanden creando un marco de seguridad y de asociación.
- c) Proteger la vida ejidal y comunal y fortalecerla lo que consistirá en desarrollar un marco protectorio a aquellos grupos sociales históricos como los comuneros y ejidatarios.

Además de lo anterior, existen prioridades de gobierno que consisten en:

---

<sup>13</sup> “Reestructuración Productiva del Campo” Milenio Diario 6 de abril de 2002, página 32.

1. Ampliación de la infraestructura de tierras en los ejidos y pequeñas propiedades.
2. Apoyo crediticio para la adquisición de insumos
3. Mejoramiento de los sistemas de comercialización.
4. Erradicación de las formas burocráticas que propician la corrupción, por lo que se requieren de un sistema de supervisión estricta creada por los mismos campesinos.
5. Elaborar una ley reglamentaria que fije el número de socios y la superficie máxima a la pequeña propiedad.
6. Reglamentar la protección de los derechos a los trabajadores del campo.
7. Subsidiar la prima del seguro al ejidatario.

Lo anterior, según la proyección gubernamental, redundará en un fortalecimiento gradual del sistema agrícola que induzca a la autosuficiencia y la soberanía alimentaria, produciendo los alimentos básicos que la población necesita e importando alimento pagándolo con exportaciones agropecuarias, todo en un mismo esquema.

En contraparte, si no se da una reglamentación adecuada para frenar el posible surgimiento de latifundios fomentado por las sociedades mercantiles la agricultura será controlada por las organizaciones transnacionales que a la vez manipulan la tercera parte de la producción mundial de alimentos, consecuentemente no tardará en ser visibles sus abusos, ni en darse las respuestas campesinas ante estas medidas agrarias que les traerían más miseria.

De no prever de manera correcta los mecanismos para incorporar al sector agrícola un sistema globalizado, los daños serían no sólo para la agricultura, sino para gran parte de la sociedad. Si se dejan de lado la asistencia técnica, el crédito, la comercialización y el tema de los subsidios (que en los países del norte son muy elevados) se podría mandar a la quiebra a un sector social de mas de 5

millones de campesinos, es por ello que la reglamentación estricta del sistema y la regulación de los mecanismos del mercado en forma coherente será la difícil perspectiva de nuestro campo.

### **1.2.2 Sector industrial**

Respecto al sector industrial y a su modernización podemos observar que aún y cuando la incorporación de este sector a la economía desarrollada ha sido muy eficiente, existen aún elementos que impiden su desarrollo óptimo, destaca por una parte la característica productiva en relación con Estados Unidos y que se manifiesta en el hecho de que en un contacto tradicional entre ambas, nuestro país abastece bienes primarios y manufacturas sencillas a cambio de bienes de capital e insumos complejos de la producción.

La capacidad industrial de México caracterizada por ser constituida en índice importante por empresas pequeñas y medianas se ve limitada y a la vez impulsada por este mismo fenómeno, limitada en cuanto a volúmenes de producción, así como estándares de calidad requeridos en forma internacional además que su producción es sensible en cuanto a suministro de materias primas; por otra parte es impulsada pues una empresa pequeña o mediana puede adaptarse con mayor facilidad a la introducción de tecnología y variaciones de oferta y demanda del mercado internacional.

En Estados Unidos el avance en productividad se logró incrementando la escala de operación hacia plantas cada vez más grandes pero en muchos casos condujo a complejos industriales difíciles de operar, de alto riesgo y que en una circunstancia de reducción de demanda o de problemas operativos, resultaban antieconómicos. Así se inició a mediados de la 80 una tendencia hacia la reducción de escala a cambio de la flexibilidad y eficiencia en el servicio, México por tanto, se inserta en una estructura intermedia en su base industrial por lo que es más fácil su incorporación a los procesos mundiales. Paradójicamente uno de

los mayores obstáculos de la empresa moderna es el continuo ascenso en los costos de producción y de investigación para competir en sus áreas específicas lo cual ha provocado que grandes empresas se fusionen. Pero esto no es supuesto al desarrollo mexicano si logra crear la infraestructura necesaria en la producción y si su acceso a un mercado como el estadounidense no posee elevadas barreras. Con base en ello la legislación a la protección industrial debe modificarse excluyendo definitivamente la posición indefensa del industrial mexicano que sólo lo hacía depender de tecnólogos extranjeros lo que impedía darse plena cuenta de la realidad internacional.

En cierta parte la infraestructura comunicativa podrá influir en lo dicho anteriormente al agilizar el contacto con los mercados mundiales, es por ello que el gobierno mexicano ha implementado programas de co-inversión con la iniciativa privada para construir carreteras, se han dado facilidades para la concretización de proyectos de telecomunicaciones y en ferrocarriles, se permitirá a las firmas privadas la construcción de sus propias construcciones especiales de carga y utilizar sus propios trabajadores e inversiones con un monto superior a los 250 millones de dólares. En puertos, el sector privado invertirá mil millones de dólares en la construcción de 11 de ellos. El sistema financiero también ha sido objeto de adecuaciones que se manifiestan en un proceso de desregulación interna, una gradual pero intensa apertura y una creciente internacionalización, todo ello combinado con la reorganización de los agentes y circuitos financieros. La apertura externa se ha dado a través de la inversión la participación de inversionistas extranjeros en los instrumentos de mercado, el acceso limitado a la propiedad de los grupos financieros y mayor penetración de la banca nacional y del extranjero.

En forma prioritaria el sector financiero de México tiene que experimentar una revolución tecnológica para enfrentar al Tratado de Libre Comercio, pues tiene cuando menos ocho años de atraso respecto a Estados Unidos y Canadá, además en México los costos de operación son muy altos lo que viene a redundar en un

débil apoyo a la industria y en general a los sectores productivos. Las industrias tienen que obtener recursos por métodos tradicionales como el accionario – que en ocasiones obligan a ser más lentos los procesos de crecimiento de las mismas.

### **1.2.3 Sector educativo**

El sector educativo es otro de los aspectos de la realidad nacional que más necesita adecuarse debido a la poca relación que existe entre la educación y los agentes productivos y por otro lado el desfase entre la educación de países desarrollados y la nuestra; si no hay una base de fuerza de trabajo educada, capacitada en todos los niveles que induzca y prepare a la flexibilidad y capacidad de adaptación de trabajo colectivo el País no se podrá incorporar plenamente al desarrollo.

Lo anterior adhiere necesariamente la productividad con la educación y no solamente con la capacitación, lo que puede entenderse como el que una orientación correcta, según algunos, es el de educar desde pequeños a los individuos y hacerlos conscientes de su importancia como trabajadores, lo que podría desvirtuar la educación social y la importancia del individuo en sí mismo. Sin embargo, es patente que las instituciones académicas tienen que dejar atrás vicios ideológicos de políticas burocráticas que sólo hacen que las universidades sean centros de egresados que sólo tienen oportunidad de realizarse en el plano profesional con empleos de segunda o tercera categoría en el plano nacional.<sup>14</sup>

La apertura hacia el exterior obliga a un cambio de mentalidad que se referirá específicamente a la reunión de la empresa y de la escuela. La manera en que el marco educativo sea relevante y en constante desarrollo tendrá necesariamente que incluir los procesos democráticos y de incorporación a la modernidad mundial.

---

<sup>14</sup> Montoya, Alejandro, Op.Cit. p 55

### **1.2.4 Sector científico y tecnológico**

El sector científico - tecnológico posee una importancia relevante dentro de todo el desarrollo mexicano. Hasta hoy el financiamiento más importante de las actividades científicas y tecnológicas proviene del Estado; las grandes firmas privadas internacionales que operan en México invierten en desarrollo científico y técnico en sus países de origen, sin mostrar ningún compromiso serio por impulsar a los países que los reciben. Esto puede ser explicado porque la apertura de la economía conduce a una reducción importante en el influjo de la tecnología de producto que podía obtener beneficios, otorgando licencias o transfiriendo know-how al empresario mexicano a cambio de una regalía; ahora ante la globalización y creación de bloques regionales el industrial extranjero encuentra mucho más atractivo obtener beneficios de mercado mexicano simplemente exportando hacia él o invirtiendo directamente sin necesidad de otorgar una licencia a terceros. Por lo demás en ningún país en donde las firmas internacionales tienen filiales se les exige una participación importante en el financiamiento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico.

Los países en vías de incorporación a la economía mundial obtienen tecnología y conocimientos cargados de condiciones financieras, económicas, laborales y políticas desventajosas lo que obliga a México a implementar una estructura de formulación científico - tecnológica.

## **1.3 Proceso De Desarticulación Corporativa Del Estado Mexicano**

### **1.3.1 Proyecto del nuevo modelo de Estado**

México ha entrado en una etapa de su modernización que involucra definitivamente a toda la estructura nacional, una de las más importantes transformaciones radica en la destrucción del antiguo Estado Mexicano y la conformación de uno nuevo que sea similar al contexto internacional dejando atrás definitivamente al Estado que controlaba gran parte de los procesos de intercambio social bajo el pretexto de que cuidaba la unidad de decisiones.

El Estado mexicano anterior a los años 80 había generado además un estado burocrático obstaculizante que regía su función no con base en servicio de su comunidad sino obligando a la sociedad civil a adaptarse a él y con ello restando una función importante al buen desarrollo del proceso relación estado – sociedad.

Corresponde al gobierno no el obstaculizarla sino influir en ella convirtiéndose en su agente al tratar de garantizar los recursos necesarios compatible con los valores y metas sociales y además de una justa distribución del ingreso impidiendo las fluctuaciones excesivas de la economía y por sobre ello la forma en que una orden de gobierno se conforma éstas deben tomarse al nivel más bajo posible en que puedan ser efectivas.

Es importante hacer notar que el cambio del papel internacional del gobierno obliga a que éste se someta a los lineamientos de la Ley y hacia el reconocimiento pleno de la persona como objeto de su función, ya que, es imprescindible unir el desarrollo capitalista con el proceso democrático impulsado por la Sociedad Civil, en este punto encontramos el ámbito de privatización que argumenta un proceso destinado a identificar las áreas económicas que deben ser controladas y organizadas por la sociedad a fin de incrementar la eficiencia pero

también el desarrollo de la sociedad, para México este proceso no carece de importancia ya que sin él la sociedad civil no podría desarrollarse con un Estado que integraban en sí el poder económico y el poder social de reproducción de ideas.

La fuerza del modelo nuevo de México en lo estatal ha consistido en advertir que el modelo económico del permanente déficit público originado de la deuda con el exterior entre otros factores se había terminado y en el hecho de que ha orientado la reforma en el estado hacia el estado. En forma definitiva habrá que olvidar la antigua conceptualización del Estado como fusión de la sociedad con la perspectiva futura basándola en el aislamiento y la no competitividad y habrá que incorporarlo a la democracia que tendrá una manifestación muy importante puesto que el poder presidencial estará muy limitado por la crítica social por la defensa democrática. Lo anterior hace posible que internacionalmente el modelo mexicano sea aceptado y sea un actor con muchas posibilidades de desarrollo, además en una perspectiva global el nuevo modelo mexicano se expresa en el hecho de ser en la teoría y en la práctica la primera visión crítica del Estado atrasado que aspiraba a lo absoluto.

### **1.3.2 Características de la relación Estado – trabajador**

La relación estado – trabajador en la nueva estructura económica proyectada para México será de una competencia definitiva, puesto que la reestructuración de los espacios donde el trabajador por medio del sindicato pueda influir será gradualmente regidos por una legislación menos protectora de los derechos obreros, por tanto el diálogo será la forma idónea de concretar planes conjuntos de acción que no lastimen la estabilidad en lo social y donde el trabajador sea sujeto de derechos que lo protejan realmente, por otra parte el diálogo interno en la empresa con los representantes obreros dará un matiz distinto a la forma de organización empresarial, por medio de ello, los trabajadores tienen una voz real y eficiente en cuanto a la solución de sus problemas y

atención a sus necesidades. El Estado tendrá un elemento cada vez más receptivo de los cambios sociales y en definitiva obtendrá una verdadera significación.

## **1.4 Proceso de participación de la sociedad mexicana en la modernidad**

### **1.4.1 Participación en el desarrollo democrático**

El cambio profundo que se requiere para transformar al país necesita estar basado y dirigido desde la base social ya que el estado en su nueva función internacional debe regir la fuerza de la misma hacia derroteros comunes reales y verdaderos y no simplemente estructurar y ordenar la sociedad en forma de políticas desde arriba. La democracia en sí es una meta a seguir desde el momento en que se necesita para legitimar todo el proceso rector del Estado pero no solamente de él sino el de todo el intercambio de una nación.

El fenómeno crítico debe incluir a cada miembro del país y con base en ello regir en gran parte sus actividades, por ello mismo la sociedad mexicana debe estructurar su realidad, en adelante con base en el diálogo sin que esto signifique apresurarse el mismo lo que podría provocar el cierre de éste. Tal fenómeno representa una apertura hacia el interior del país y fuera de él y la conformación del derecho y la crítica como directores del cambio, previendo por sí mismo la responsabilidad y el compromiso de cada uno de nosotros para hacer frente a la competencia externa y la cada vez más compleja red de las relaciones internacionales, lo que resultará en un concepto de la democracia que se manifiesta en que no representa el fin de la historia, sino el permanente debate entre el derecho que es y el derecho que debe ser.

### **1.4.2 Justicia social y modernización**

La incorporación a un sistema global económico plantea interrogantes en especial el saber que pasa si la apertura continua del país afecta la estructura social y se manifiesta progresivamente en una inconformidad generalizada; algunos autores opinan que no existe conflicto alguno entre la eficiencia y el crecimiento, por un lado (que es lo que pone de relieve el gobierno de México) y por otro la práctica de la justicia social en especial la erradicación de la pobreza. La apertura por tanto es necesaria ya que es la mejor manera de superar la pobreza social es por medio de la creación de empleos con base en la eficiencia y la inversión. Se crean las bases para una mayor liberalización económica, la globalización por otra parte apoya la dicotomía de la distribución, esto es, que está formando un sector exportador altamente capitalizado y con salarios crecientes para la mano de obra mejor calificada, sector que ocupará los estratos de mayores ingresos, pero por otra parte está el sector no exportador sujeto al crecimiento del mercado interno con menor dinamismo en la generación de empleo y en el aumento de sus remuneraciones reales que ocuparía los estratos medios y bajos de la distribución.

Por lo anterior podemos esperar que si la firma de acuerdos comerciales consolida mecanismos de empleo que afecten a la mayor parte de la población la presión social de inestabilidad disminuirá en un factor importante, lo que no quiere decir que el empleo sea lo absoluto sino que será solo una forma primaria que da sustento a toda la gama de reestructuraciones necesarias para el cambio.

Por ahora, la situación en extrema pobreza que viven comunidades como la de nuestro estudio, orilla a las personas a buscar una oportunidad de sobrevivir, tal acción es en muchas ocasiones la emigración, tanto a nivel nacional como al extranjero. De ahí nuestro interés en elaborar un marco de referencia al respecto.

## **CAPITULO II**

### **ANÁLISIS DEL FENÓMENO MIGRATORIO.**

La migración es un proceso sociológico complejo que involucra una serie de perspectivas globales y de desarrollo humano, es decir, involucra la esperanza de las personas para mejorar su vida insertas en un espacio sistémico de muy amplios alcances; el movimiento migratorio involucra el traslado de las personas o grupos de ellas a través de una distancia significativa, constando ello de dos fenómenos implícitos pero distintos : la emigración y la inmigración .<sup>15</sup>

El desequilibrio económico entre regiones o países es el factor detonante de la migración, dándose esta en el sentido del excedente demográfico con relación a sus recursos a otras en pleno auge económico. La migración interna más usual en el País es el del traslado de personas de regiones agrícolas (que por lo general son las que poseen un desarrollo económico menor y registran tasas de natalidad más elevadas) a regiones industriales o urbanas, con alto nivel de desarrollo económico e índices de natalidad más reducidos, en el tipo de migración internacional, el contingente de emigrantes rurales cubre el espacio demográfico que la natalidad reducida produce en las regiones urbanas e incluso aquellas labores que los habitantes de esas zonas no desean ocupar.

#### **2.1 Razones de la Migración**

Para que una o varias personas tomen la decisión de ir a vivir a otro lugar se pueden conjugar varias razones entre las que se encuentran:

- a) Persecución racial o religiosa
- b) Falta de libertad política
- c) Situación económica desfavorable

---

<sup>15</sup> [www.webstersite.com/migrationanalysis/h2ed](http://www.webstersite.com/migrationanalysis/h2ed)

Sin embargo, la razón fundamental que subyace a la emigración siempre será económica, ésta a su vez se rige por la sobrepoblación, pues se crea un estado en el que los recursos naturales de una región se agotarán. La producción rural es la primera que sufre los estragos de una economía adversa, por ejemplo, durante el período de la revolución industrial un gran número de personas dejaron sus granjas para irse a las ciudades no importando que sus empleadores les pagaran poco o que trabajaran toda la semana.

Existe una consideración de suma importancia y es que la migración siempre implica un desplazamiento voluntario (aunque muchas veces obligado por las circunstancias) de la población, aspecto que diferencia completamente a la persona migrante del refugiado.

## **2.2 Barreras a la Migración**

Existen varios aspectos que intervienen en la disuasión del proceso migratorio; para una persona en lo individual, ser emigrante significa dejar su familia, conocidos, su hogar, para buscar otra oportunidad en un lugar nuevo y muchas veces poco conocido. El mismo proceso para un grupo de personas puede ser similar, pueden desconocer el idioma, las costumbres, pueden no encontrar trabajo, y de otras situaciones. La distancia también es una gran barrera, ya que no es lo mismo trasladarse de un lugar a otro dentro de un país que buscar una oportunidad en otro país los factores culturales son en ocasiones totalmente desconocidos.

## **2.3 Ventajas y Desventajas de la Migración**

Los convenientes o inconvenientes que los movimientos sociales de tipo migratorio suponen para las regiones o países que presentan una salida o llegada de contingentes humanos dependerán del grado de desequilibrio económico entre ellos, de la magnitud de ese desequilibrio, del tipo de migración admitida

(indiscriminada, selectiva, temporal o permitida, etc.) la composición social por sexo, estrato de proveniencia, estado civil, edad, principalmente.

Si el país que admite los emigrantes tiene una economía en desarrollo la cual requiere atender a la expansión productiva, la fuerza de trabajo “nueva” y capacitada le proporciona una ventaja, pues podrá beneficiarse de su actividad sin tener que sufragar los gastos en su instrucción o capacitación, por ello es usual que países que admiten emigrantes lo hagan actualmente con criterios de suma selectividad, pues el acceso de personas no capacitadas tienen un costo social muy elevado, sin embargo, aún y cuando solamente se admitiesen personas aptas para el trabajo de cualquier manera aparecen, problemas sociales, entre ellos, el aumento de la demanda de servicios públicos y una readecuación de diseño urbanístico para evitar lo más posible la aparición de suburbios marginales; asimismo, existe el problema de integración cultural y de posible rechazo de la sociedad receptora.<sup>16</sup>

## **2.4. Migración en los Estados Unidos de América**

Para nuestro estudio el conocer cual ha sido el desenvolvimiento de la migración en los Estados Unidos de América es importante , pues es precisamente este país a donde los originarios de Ocampo y específicamente la comunidad de Trojes emigran con mayor frecuencia.

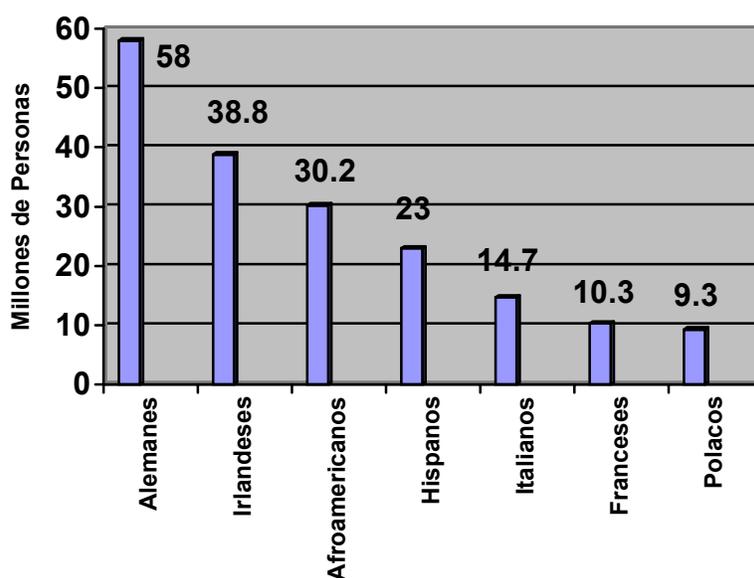
Los Estados Unidos son una nación de una gran diversidad étnica, producto en primer lugar de una tradición emigrante que viene desde sus orígenes como nación.

---

<sup>16</sup> Ibid

El Departamento Censal Estadounidense establece que una gran parte de los residentes legales y ciudadanos provienen de aproximadamente treinta raíces étnicas diferentes y que en total conforman el 47% del total de la población.<sup>17</sup>

En orden decreciente la población con alguna raíz étnica diferente a la anglosajona tiene la siguiente distribución:



### 2.4.1. Evolución migratoria hacia los Estados Unidos

Posterior a la primera migración europea originaria del incipiente estado norteamericano se encuentran los siguientes datos:

En la década de 1820 - 1830 se encontraban aproximadamente veinte mil personas de origen extranjero (aliens) que buscaban la residencia legal cada año. En la década de 1831 - 1841 se encontraban aproximadamente, en proceso de migración sesenta mil personas.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> [www.uslibrary.uunl/inmigrationrule/statistics](http://www.uslibrary.uunl/inmigrationrule/statistics)

<sup>18</sup> Ibid

En la década de 1851 - 1861 el número de personas que buscaban la residencia legal era de aproximadamente doscientos sesenta mil.<sup>19</sup>

Durante la guerra civil norteamericana el flujo de migración decreció significativamente, al punto en que en el año de 1864 el Presidente Norteamericano Abraham Lincoln pidió al Comisionado de Migración el realizar o tomar las acciones necesarias para "... cubrir las vacantes laborales que la guerra había dejado" y "poblar áreas que no contaban con un número significativo de habitantes en el territorio"<sup>20</sup>, situación ésta última parecida a la que vivió México al perder el territorio de la Alta California, Texas y Nuevo México en el último periodo del siglo XIX, y a la que a la inversa de los norteamericanos el gobierno central de nuestro país nunca se preocupó por brindar una atención necesaria y oportuna a ese territorio.

Entre los años de 1851 - 1917, llegó a Norteamérica una gran cantidad de personas de origen europeo, obligadas sobre todo por la inestabilidad político - social de la región, sin embargo, este flujo fue diferente al que presentaron las primeras décadas mencionadas anteriormente, ya que éstos últimos dejaron a sus familiares atrás y pretendían regresar a sus lugares de origen con un cierto ahorro; sin embargo, acciones administrativas discriminatorias promovidas por políticos corruptos les obligaron a tratar de obtener su residencia legal.

En los años posteriores a la Primera Guerra Mundial (1920 - 1924) se observa un flujo muy importante de inmigrantes, sobre todo europeos, que huían de las consecuencias de la guerra; cabe mencionar que la aceptación inicial norteamericana de los grandes flujos de migración se detuvo bruscamente en 1928, como antecedente de la grave crisis económica de 1929, por consecuencia, las personas que pretendían ingresar a los Estados Unidos tenían que ser sometidos a intimidantes interrogatorios para averiguar su procedencia y, basados

---

<sup>19</sup> Ibid

<sup>20</sup> Ibid.

en leyes que por medio de cuotas en proporción al número de habitantes que presentara una nacionalidad determinada, permitir o negar su entrada al país.

En 1965 se eliminó el sistema de cuotas por nacionalidad, quedando hasta la fecha el sistema de preferencias basadas en hemisferio de procedencia. Históricamente la migración mexicana no ha sido bien recibida en los Estados Unidos, sobre todo por cuestiones culturales y políticas, a excepción de períodos de crisis económica donde se ocupa a grandes núcleos de población migrante para sostener un proceso de producción con salarios sumamente bajos; un ejemplo de lo anterior fue la implementación del “Programa Bracero” que promovía la inmigración temporal, debido a la fuerza de trabajo requerida en la industria y el campo norteamericano durante la Segunda Guerra Mundial. Actualmente ,según algunos estudios del Colegio de la Frontera Norte, viven en la Unión Americana un promedio de cinco millones de personas de origen mexicano con residencia permanente o temporal y aproximadamente dos millones más con un status ilegal.<sup>21</sup>

## **2.5 Migración Mexicana Hacia los Estados Unidos**

El fenómeno migratorio en México es producto de una tradición histórica que tiene origen desde mediados del siglo XIX, cuando tuvo lugar el descubrimiento de una rica región en California que poseía oro, por tanto, un flujo muy importante de mineros del norte de nuestro país toman la iniciativa de viajar hacia territorio norteamericano. Posteriormente la inestabilidad política - social que nuestro país, en busca de la concretización de su independencia y autonomía, presentaba motivó continuamente a la emigración.

Durante los años de la Revolución Mexicana, principalmente entre 1911 - 1921 numerosos contingentes de nacionales buscan pasar la frontera ya sea para

---

<sup>21</sup> Harris,Steven; Mexican immigration in the USA; Colegio de la Frontera Norte, memorias del simposium”Encuentro sobre Migración México- Estados Unidos y Nuevas Leyes”, Monterrey, Nuevo León 2000,p55

huir de la guerra o para adquirir pertrechos militares - no olvidemos, a su vez, que Benito Juárez como Francisco I. Madero buscaron la seguridad de territorio extranjero como una forma de tomar fuerza ante el acoso de sus respectivos perseguidores, con la llegada de los gobiernos constitucionalistas el flujo de migración se hizo más pequeño y la motivación más importante no fue política sino económica.

Las dos guerras mundiales en las que participaron los Estados Unidos motivan a trabajadores mexicanos, principalmente rurales en la primera y con una integración rural - industrial en la segunda, el ingresar a laborar en aquel país bajo el amparo de leyes que impulsaban la contratación de trabajadores mexicanos.

Durante la década de los setenta "... la migración mexicana se caracterizó por tener un flujo circular compuesto, principalmente, por jóvenes y adultos de origen rural"<sup>22</sup> esto significaba que las personas no buscaban la residencia permanente en Estados Unidos, ya que su actividad principal era contratarse en granjas o plantaciones para labores culturales de los cultivos o de los frutales a la vez que, llegada la estación, dedicarse a la cosecha. Muchos de los trabajadores procedían de zonas rurales de nuestro país en un número poco numeroso de comunidades.

---

<sup>22</sup> Farent, Laurent, Coloquio Internacional Sobre Migración, en revista Coespo, Guanajuato, México, año VII, numero 2 1994. p.18

## **2.5.1 Factores que contribuyen a la migración mexicana**

Podemos destacar varios factores que coadyuvan al fenómeno migratorio, derivados tanto de la situación económica como de la imposibilidad de movilidad social:

- a) La insuficiente dinámica de la economía nacional para absorber el excedente de la fuerza de trabajo.
- b) La demanda de fuerza de trabajo mexicana en el sector agrícola, industrial y de servicios en E.U.
- c) El diferencial salarial entre ambas economías.
- d) La tradición migratoria hacia los Estados Unidos conformada a lo largo de todo ese siglo.
- e) La operación de complejas redes sociales y familiares que vinculan los lugares de origen y destino de la migración y facilita la experiencia de los mexicanos en E.U. lo que ha permitido que el movimiento migratorio alcance hoy en día plena madurez.

En el proceso migratorio participan alrededor de 100 mil personas, cifra que proviene del flujo de trabajadores temporales que está compuesto por un millón de personas que residen en México, pero trabajan o buscan trabajo en forma periódica en los Estados Unidos durante una época del año, lo que hay que destacar es el hecho de que estas personas dependen para su reproducción cotidiana e intergeneracional del trabajo que desempeñan en Norteamérica, aún cuando tengan su residencia en nuestro país.

De unos ocho millones de inmigrantes ilegales en los Estados Unidos, el 70% son mexicanos, los cuales básicamente están empleados en el sector agrícola del país, estos emigrantes ilegales no ven respetados sus derechos laborales y son acosados en infinidad de ocasiones por funcionarios de inmigración, situación que frecuentemente es trasladada hasta los hijos de inmigrantes.

## 2.5.2 Actividad económica de los emigrantes mexicanos.

En lo que toca a la actividad económica desarrollada por los mexicanos en Estados Unidos, se ha hecho constar en diversos medios de comunicación escritos o electrónicos de la existencia de un mercado laboral ideal para los norteamericanos pues la mano de obra barata y abundante de mexicanos a un costo relativamente bajo hace posible el sostenimiento de gran parte de la actividad productiva norteamericana, además es importante señalar que se trata de una oferta de mano de obra estable. Por la parte de la oferta se trata de empleos de tiempo completo esto es, más de siete horas diarias de trabajo durante cinco días a la semana, o mas -se han hecho estudios estadísticos que confirman que más del 90 por ciento del tiempo que permanecen en Estados Unidos los mexicanos están empleados-.<sup>23</sup>

En cuanto a los costos para la sociedad norteamericana, éstos son relativamente bajos pues aproximadamente, tres cuartas partes de los emigrantes temporales no tienen ninguna prestación laboral y sus ingresos son muy inferiores a los que tiene un norteamericano por la misma actividad. En promedio, apenas alcanzan los ochocientos dólares mensuales que, tomando en cuenta el tiempo ocupado, corresponde a un pago inferior a cinco dólares la hora. En lo que toca a lo que pudiéramos clasificar como tendencias recientes de las variables asociadas a la actividad económica de los mexicanos en Estados Unidos, lo que observamos es la creciente estabilidad laboral, los empleos se ubican en lo tradicional (actividades agrícolas y de construcción) y en otras actividades de servicios, como son los restaurantes, establecimientos comerciales, servicio doméstico etc.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Harris,Steven; Op.cit;p.60

<sup>24</sup> Ibid.

### **2.5.3 Características sociográficas de la migración mexicana hacia los Estados Unidos.**

En un estudio realizado en el año de 1994 <sup>25</sup> se llegó a las siguientes conclusiones:

- 1) Los hombres integran el flujo laboral más grande con un 98% del total de emigrantes.
- 2) Los mexicanos que intentan cruzar son jóvenes: 76 de cada 100 tienen entre 12 y 35 años de edad.
- 3) Alrededor de 70 de cada 100 no tienen instrucción formal o como máximo han terminado la primaria.
- 4) 65 de cada 100 cuentan con experiencia migratoria y el 73% viajan solos.
- 5) Alrededor del 50% de las personas emigrantes tienen la intención de trabajar o buscar trabajo en California o Texas.
- 6) Las variaciones en el flujo migratorio laboral también obedecen a los círculos agrícolas e industriales, tanto de las zonas de origen como destino.
- 7) Poco más de 55 de cada 100 emigrantes tienen origen en las zonas tradicionales de emigración de nuestro país -Guanajuato, Jalisco y Michoacán-<sup>26</sup>. Las diferencias más significativas se presentan entre los emigrantes residente en Estados Unidos y los que declaran como lugar de residencia habitual algún lugar en México.

En aquellos que residen habitualmente en Estados Unidos, hay una participación femenina mayor (de hasta seis puntos porcentuales), pertenecen a grupos de edad más avanzada y tienen una escolaridad notablemente mayor, ya

---

<sup>25</sup> Almanza, Miguel, Anotaciones sobre la migración mexicana, Revista Coespo ,México, año VII, número 2 1994.

p.p. 38-39

<sup>26</sup> Santibañez Jorge ,”Características Recientes de la Migración Mexicana a Estados Unidos”, el Colegio de la Frontera Norte, documento pdf en [www.colegiodelafronteranorte.gob.mx](http://www.colegiodelafronteranorte.gob.mx)

que más del 50 por ciento se encuentra en las de entre siete y nueve años y más de nueve años de educación, contra la concentración de los emigrantes que residen en México .En cuanto al lugar en el que cursaron su último año de estudios, en el caso de los residentes en México, prácticamente el 100 por ciento recibió su educación en escuelas publicas , mientras que los que viven en la Unión Americana, cursó su último año de estudios en ese país. Tomando en cuenta de que se trata de residentes en Estados Unidos , se confirma que el uso de servicios educativos por parte de las personas recién llegadas es mínimo, más aún si consideramos que se trata de población ocupada económicamente. En ambos tipos de migrantes (residentes habituales o inmigrantes temporales) se observa una participación femenina creciente, un incremento en la edad de los ya que, en general, la categoría de más de 35 años de edad aumenta su participación en la medida en que el tiempo pasa y, por último, existe un considerable incremento en el porcentaje de migrantes casados.

Actualmente, la geografía y composición laboral de la migración ha cambiado, pues los emigrantes proceden de un número muy importante de localidades e incluso de zonas urbanas (actualmente 6 de cada 10 proceden de ciudades de más de 10 mil habitantes) lo que a su vez modifica el campo laboral, ya que los de procedencia urbana se dedican a actividades industriales o de servicio<sup>27</sup>.

Un aspecto básico que caracteriza a gran parte de los desplazamientos migratorios de mexicanos a Estados Unidos es la circularidad de los mismos, entendida ésta como la dinámica de un proceso de movilización espacial que empieza con la salida de la residencia habitual con el propósito de buscar trabajo o de reunirse con familiares en Estados Unidos y termina cuando la residencia, en

---

<sup>27</sup> Ibid.

algún punto de esta circularidad migratoria, adquiere un carácter permanente.<sup>28</sup>  
Por ello, la circularidad migratoria implica:

- a) un patrón recurrente de desplazamientos que deja de ser individual para hacerse colectivo y entonces convertirse en flujo migratorio.
- b) una alternancia de estancias en ambos países y ,
- c) una estructura de interacciones socio –económicas entre el emigrante y quienes representan el destino de su migración.

Según una encuesta del Colegio de la Frontera Norte se presenta un flujo de 791 213 movimientos migratorios al año de procedencia mexicana, 76.04 por ciento de los individuos-año continúan en circularidad migratoria de alternancia de residencias y que el resto se establece en Estados Unidos.

En la actualidad otro de los aspectos que fortalecen la búsqueda de una residencia permanente en Estados Unidos es, quizás, el reforzamiento de los programas anti - inmigrante que ha puesto en marcha el gobierno estadounidense debido al gran número de personas indocumentadas que son captados por la patrulla fronteriza, el indocumentado prefiere permanecer en ese país por temor a no poder reingresar. este es un fenómeno con cierta singularidad, pues este hecho ,la permanencia definitiva no era la meta inicial del emigrante mexicano –tan sólo era trabajar y regresar con ciertos recursos económicos – pero ante la dificultad del reingreso, prefieren quedarse en ocasiones por varios años, así mismo los norteamericanos que buscaban el que la presión social de los emigrantes mexicanos en la estructura norteamericana desapareciera se convierte una paradoja , pues estos cada vez se insertan con mayor profundidad en la sociedad.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Ibid.

<sup>29</sup> Ibid.

## 2.5.4 Envío de remesas

El fenómeno migratorio, como ya lo hemos analizado con antelación, tiene numerosas aristas sociales y económicas sobre todo dentro de estas últimas, un tema imprescindible de analizar es el correspondiente a la remesas, pues estas representan un gran porcentaje de ingreso que el Estado recibe y que coadyuva a la estabilidad de los rubros macroeconómicos, además, el envío de remesas de los mexicanos a su lugar de origen, representa un buen indicador de los vínculos que los emigrantes mantienen con sus hogares o sus lugares de salida.

Una de las Instituciones publicas que se ha interesado en el estudio de este fenómeno es la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) ,esta realizó un estudio que abarco los años de entre 1989 y el año 2000, este arrojó datos por demás interesantes, por ejemplo que los residentes en México enviaron alrededor del 30 por ciento de sus ingresos, lo que condujo que en el año 2001 se registrara un máximo de 96,840.88 dólares con un crecimiento porcentual de mas de 43% respecto del año inmediato anterior,<sup>30</sup> aunque esta cifra podría ser modificada fácilmente, pues existe un mercado de remesas no reportado y que se compone de envíos con familiares o conocidos. (véase anexos I y II).

Por su parte, los residentes permanentes -en Estados Unidos, en virtud de haber cambiado su lugar de residencia habitual y en consecuencia, el lugar de sus obligaciones familiares- envían porcentajes que oscilan alrededor del 15 por ciento de sus ingresos, con montos similares por remesa a los residentes en México y alcanzando cifras comparables.

En una relación de un poco mas de tres dólares a uno, los envíos de los trabajadores mexicanos dejaron un poco mas de seis mil millones de dólares más

---

30

“Impacto de las Remesas Migrantes en el PIB mexicano”/ [www. Condusef.gob.mx](http://www.Condusef.gob.mx)

que los aportados por la balanza turística internacional, la cual tuvo un superávit de 2.699 millones de dólares durante el año 2000.

En constante aumento a partir de la última década, el ingreso de divisas por parte de los trabajadores migrantes superó 58 veces a los 150 millones de dólares registrados como nueva inversión extranjera en el mercado accionario del país, durante el año 2000.<sup>31</sup>

Una situación que es sumamente importante es que las divisas obtenidas por remesas ha compensado los continuos déficit que la economía mexicana ha registrado en la cuenta corriente de la balanza de pagos pues en el año 2001 se registraron tres déficit que en conjunto sumaron un egreso de 26.795 millones de dólares, de los cuales 9.729 millones correspondieron a la balanza comercial y mas de 17.559 millones a la de servicios factoriales y no factoriales . Esta salida de divisas en la cuenta corriente fue parcialmente compensada con un superávit de 9.338 millones de dólares registrados en el renglón de transferencias, en el cual poco más de 95 por ciento corresponde a las remesas enviadas por los trabajadores mexicanos en el exterior a sus familiares en el país<sup>32</sup>.

## **2.6 Problemática actual de la migración en Guanajuato.**

Tradicionalmente, el estado de Guanajuato se ha caracterizado por tener flujos migratorios al interior y exterior del territorio nacional, las ciudades industriales de nuestro País han sido uno de los puntos en los que los guanajuatenses han puesto sus miras, sin embargo la migración internacional , sobre todo en las zonas rurales del estado es muy importante, en el ultimo decenio la movilidad al exterior se ha intensificado, pues se ha encontrado que aproximadamente el 56% de los municipios registra una movilidad migratoria

---

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> López Espinoza Mario, “ Remesas De Mexicanos En El Exterior Y Su Vinculación Con El Desarrollo Económico, Social Y Cultural De Sus Comunidades De Origen”; documento Pdf en [www.inm.gob.mx](http://www.inm.gob.mx)

externa alta o muy alta, y el estado se ubica dentro del grupo de entidades donde los recursos económicos obtenidos por remesas es superior al obtenido por la participación financiera federal.

Dentro de las posibles razones del incremento progresivo de la migración guanajuatense ubicamos la política tanto económica como social de los sexenios contemporáneos sobre todo a partir de la implementación de políticas añadidas a un proceso de liberalización comercial y que han facilitado el que el sector rural se vea desprotegido ante el embate de economías extranjeras , por ejemplo, se eliminó un gran porcentaje de subsidios a la agricultura, se abrieron las fronteras a la importación indiscriminada de granos en los que Guanajuato era competitivo pero que ante la magnitud de las importaciones esta ventaja ha desaparecido, desaparecieron la banca de financiamiento rural del estado dejando a la banca privada este rubro, se ha estado promoviendo la concentración de tierras .este fenómeno de la desaparición de la economía agrícola ha ocasionado el crecimiento de la emigración permanente en la década pasada.

### **2.6.1Tendencia de la migración en Guanajuato**

El estudio del proceso migratorio, sus vertientes y magnitudes implica en gran medida el analizar el entorno inmediato de cualquier proyecto productivo, la cual es la razón fundamental de este trabajo, por tanto nos permitimos sintetizar algunas de las características del proceso de traslado social migratorio , entre las características se encuentran:

1. Se ha incrementado el numero de familias que se van a vivir permanentemente a los Estados Unidos
2. El proceso migratorio se conforma generalmente de población masculina aunque ha estado aumentando la proporción femenina en este proceso

debido principalmente al deseo de mejorar su nivel de vida y de salir de un esquema de subordinación de que han sido objeto y la emigración les da esa oportunidad, en el caso de las mujeres solteras , en cuanto a las mujeres casadas mucha veces se van al optar por la integración de la familia aunque sea en otro país .

3. Los jóvenes se han involucrado mas en el proceso migratorio debido al interés de los mismos de seguir a sus hermanos mayores y muchas veces, en forma desafortunada, son apoyados por los padres al esperar su propia manutención a cargo de los hijos.
4. Se observa que muchos de los jóvenes que emigran se han insertado a actividades relacionadas con la manufactura como la industria automotriz, las empacadoras o los servicios. Las mujeres se han concentrado en actividades ligadas a su genero en México, como el servicio domestico o al cuidado de los niños, sin embargo se están insertando en las actividades productivas.

## **2.7 Fenómeno migratorio en Ocampo, Guanajuato**

### **2.7.1 Relación entre la situación geográfica y migración en el municipio**

El municipio de Ocampo colinda con los estados de San Luis Potosí , Jalisco y Zacatecas ;se ubica en medio de un triángulo que forman las tres ciudades de León, Aguascalientes y San Luis Potosí (Véase anexo III).En cuanto definición sociodemográfica el municipio es fundamentalmente rural, pues solo la cabecera municipal rebasa los 5000 habitantes. La mayoría de los ocampenses viven en rancherías dispersos en la geografía municipal . El territorio es

básicamente un llano y este y la carretera que lo cruza son los lugares donde se concentran sus habitantes.<sup>33</sup>

El municipio está situado en una zona árida que no se circunscribe dentro de los principales polos de desarrollo del Estado de Guanajuato sean estos industriales o de agricultura de riego, tales lugares se limitan a la región baja. El municipio no cuenta con ninguna actividad industrial de importancia y las actividades de servicio como el comercio o funciones administrativas se concentran nuevamente en la cabecera.

La actividad agropecuaria de Ocampo es la que mayores personas emplea pero no es la que mas recursos genera, la poca productividad se deriva de la poca disposición de agua , la poca fertilidad dela tierra el nulo apoya gubernamental y a técnicas agrícolas ya obsoletas para la producción moderna.<sup>34</sup>

A pesar de que la zona se encuentra cerca de ciudades industriales Ocampo no ha desarrollado ninguna actividad industrial , antes bien el despoblamiento y la disminución de las actividades económicas locales se circunscriben a la cabecera municipal , lo anterior condiciona a la búsqueda de oportunidades fuera de la zona .

### **2.7.1.1 Características del proceso migratorio en la localidad.**

Por lo general en Ocampo la actividad migratoria interna, es decir a zonas industriales urbanas pertenecen originalmente al mismo proceso de buscar ingresos complementarios, esto le da un cariz diferente al de migración

---

<sup>33</sup> Anuario Estadístico Municipal ,INEGI,2000

<sup>34</sup> Canul Chi, Elman, Funcionario de la Delegación Municipal de la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Recursos Naturales y Pesca del Municipio de Ocampo, Gto.,México,2002

internacional urbana, ya que en el municipio no se busca una emigración definitiva, mientras que los migrantes del Distrito Federal o incluso de León, Gto., buscan permanecer definitivamente fuera del país.<sup>35</sup>

La migración de familias de Ocampo es un hecho relativamente reciente y se debe principalmente a la insuficiencia de ingresos de la agricultura que sumado al hecho del crecimiento poblacional natural y a las pocas posibilidades de ingreso, constituye un recurso de búsqueda de ingresos complementarios y, en algunos casos, de sobrevivencia.

El municipio ha sufrido una diversificación de las características migrantes a través del tiempo, al principio, en la década de los cincuenta y sesenta la migración estaba constituida por hombres adultos que se dedicaban a las labores agrícolas, posteriormente los jóvenes comenzaron a migrar siguiendo el esquema de sus padres y se fueron involucrando en actividades de servicio y en el sector de la construcción, ahora la población migrante es muy diversa.

### **2.7.1.2 Lugares - destino de los emigrantes locales**

La especificidad del proceso migratorio del municipio, conlleva a dilucidar las características propias del mismo, una de ellas se refiere a los objetivos que mueven a las personas a migrar: el destino migratorio, al respecto se presentan dos flujos migratorios por lugar de destino, uno nacional y otro hacia territorio estadounidense.

- a) Los lugares de destino nacionales para los migrantes ocampenses son la ciudad de León en donde se dedican a la construcción, comercio, calzado y subindustrias de la misma; la región de los Altos de Jalisco, donde las actividades principales son en granjas avícolas y San Luis Potosí donde se

---

35

Farent Laurent, Op.cit.p22

dedican a la construcción, comercio, calzado y subindustrias de la misma. Usualmente los trabajadores permanecen de seis meses a un año fuera de Ocampo, tiempo del cual regresan a visitar a sus familiares. Este tipo de migración seguramente aporta conocimientos y capacidades que permiten una más fácil organización familiar y social de la migración hacia los Estados Unidos.

- b) La migración hacia los Estados Unidos. El proceso migratorio laboral al vecino país del norte es un proceso reciente en Ocampo, sin embargo, logró en poco tiempo una importancia mucho más grande en el municipio que la migración hacia destinos nacionales. La aparición de un verdadero flujo comienza realmente en la década de los sesenta. A pesar de la implementación del programa “bracero” en 1942 como resultado de la economía de guerra estadounidense, Ocampo no presentó una movilidad migratoria debido, en primer lugar al poco conocimiento del programa por parte de las autoridades y la lejanía del municipio de los centros de contratación como Irapuato o Guadalajara. Sin embargo, el saber que existía la posibilidad de trabajo muy bien remunerado en actividades para ellos conocidas indujo al fortalecimiento de la “voluntad” de emigrar que se arraiga a mediados de los años sesenta.

El afianzamiento de la emigración local permite identificar los destinos más importantes en el extranjero. Existen ciudades como Dallas o Chicago, que pertenecen a un sistema base de movimiento migratorio con historia de más de dos décadas y que posibilitó la expansión de la inmigración. En la actualidad los estados de Wisconsin de la Costa Sureste gradualmente ven incrementados sus índices de inmigración, entre otras cuestiones, por el dinamismo económico de dichos lugares.

### **2.7.1.3 Destinos – relevo de los emigrantes locales**

Otra de las características de la migración de la localidad son los llamados destinos - relevo, poblaciones que reciben este nombre ya que permiten a los

emigrantes novatos adquirir experiencia; son lugares que permiten una difusión posterior pues ésta no se hace de manera directa desde Ocampo, es decir, no se elige de antemano un nuevo destino a menos que éste ya haya sido “probado” por otro migrante que entonces funda una nueva ruta.

Los destinos - relevo funcionan como centros o unidades de información de la comunidad en E.U. además que logran concentrar o aglutinar a los oriundos de Ocampo y facilitar la ayuda entre los mismos. Esta situación tiene dos factores:

- 1°. La expansión de los centros urbanos y regiones donde se circunscriben los mismos, desde el punto de vista económico.
- 2°. La capacidad de dominio del entorno que el emigrante tiene al permanecer por un lapso de tiempo considerable, lo que le permite buscar oportunidades de empleo mejor remuneradas en otra zona o incluso en distinta actividad.

Lo que llama la atención es que a pesar de proceder de una región netamente rural, los emigrantes ocampenses rara vez se dedican a actividades agrícolas, más bien, su campo de acción se centra en el sector de servicios e industrial, dirigiéndose además a ciudades con más de 200 mil habitantes.

#### **2.7.1.4 Medios de transporte utilizados por los emigrantes de Ocampo, Guanajuato**

Los emigrantes de Ocampo han utilizado varios tipos de transporte a lo largo de los años, al principio de los años setenta el medio utilizado era la vía terrestre, ya fuera autobús o ferrocarril, a partir de los años ochenta hasta los mediados de los noventa el transporte más utilizado era el avión. En 1995, como resultado de la crisis económica del año anterior, se observó un decrecimiento en la utilización de la vía aérea, reconcentrándose de nuevo en la vía terrestre.

Los emigrantes ocampenses poseen, a su vez, un medio de transporte local que se constituye de autobuses de 40 asientos, para transportarlos no solamente a los puntos fronterizos mexicanos, sino también a los destinos en Estados Unidos, como Chicago o Dallas, los autobuses salen del pueblo hacia Texas dos veces por semana y a Illinois hacen un viaje cada 7 días, además de representar un medio de transporte eficiente y rápido y más económico si hicieran el viaje por otro medio, por ello coexisten en el municipio tres compañías de traslado locales y dos mas cercanas en el municipio de San Felipe, este medio de transporte representa un lazo de unión entre los grupos sociales que conviven de uno y otro lado de la frontera, representando así un estímulo psicológico para permanecer allá, los dueños de los autobuses son personas con amplia experiencia migratoria y de prestigio en la comunidad por ese hecho.<sup>36</sup>

#### **2.7.1.5 Desarrollo del sistema migratorio**

Al principio, son las prácticas individuales y familiares las que permiten la migración gracias a la información de empleos y a la ayuda de parientes para asegurar el viaje. Después la familia cede el lugar a la comunidad al permitir a ésta aprovechar el conocimiento y las redes sociales que se tejen para permitir a los emigrantes el obtener empleo.

El proceso de migración de Ocampo generalmente es de tipo circular, donde intervienen varios aspectos como la emigración temporal, regresos vacacionales y definitivos, visitas especiales a sus familiares entre otros.

Es muy importante mencionar que existen flujos que aumentan los vínculos y la interdependencia entre Ocampo y los destinos migratorios en Estados Unidos, es común que se lleven alimentos tradicionales como tunas, quesos, nopales, etc. Y se importen, televisores, video casetera, bicicletas, ropa y calzado.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Banda Navarro Irma; encargada de la Oficina de Enlace de la SRE en el municipio, trienio 2000-2003

<sup>37</sup> Ibid.

Al referirnos al grado de madurez que presenta la migración en el municipio, podemos afirmar que se encuentra en plena madurez, y que se han establecido vínculos comunitarios al sobrepasar los ámbitos puramente familiares, las rutas están ya plenamente establecidas, se tienen contactos laborales con personas provenientes de la misma comunidad y se está realizando o conformando otro proceso: el traslado definitivo de la familia nuclear hacia territorio estadounidense.

#### **2.7.1.6 Proceso migratorio en la comunidad de Trojes Blancas**

Al encontrarse inserta la comunidad de Trojes dentro del principal flujo migratorio del municipio, no existe gran diferencia entorno a las condicionantes de emigración y sus procesos recurrentes respectivos. Sin embargo, cabe acotar algunas características propias:

Los emigrantes de Trojes son jóvenes del sexo masculino cuyas edades oscilan entre los quince y treinta años con una escolaridad promedio de segundo grado de secundaria, aunque actualmente (hablamos de tres a dos años a la fecha) existen jóvenes que, orillados por la precaria situación económica de sus familias tienen que buscar trabajo a una edad más temprana.<sup>38</sup>

Los destinos más usuales de los emigrantes hacia los Estados Unidos son Dallas, Texas; Chicago, Illinois, utilizando como se decía anteriormente, redes familiares previamente trazadas, aunque para llegar a territorio estadounidense algunos utilizan los “servicios” de coyotes o polleros. Las actividades más usuales en Estados Unidos son la carpintería y la construcción, así como el cuidado de jardines en casas y residencias. Su estancia es aproximadamente de nueve a diez meses, febrero es el mes de salida usualmente, las fiestas de la localidad en Trojes son motivos de retorno, aproximadamente noviembre o diciembre. El medio

---

<sup>38</sup> Aranda Armando, Secretario de Desarrollo Rural del Municipio, Trienio 2000-2003

de transporte utilizado es el autobús y en menor grado se utilizan los servicios de las camionetas.

Es importante destacar que la permanente evolución y afianzamiento de la emigración de jóvenes de la comunidad hacia los Estados Unidos ha provocado que Trojes disminuya su producción agrícola, situación que, en palabras de Director Municipal de Desarrollo Rural “obligará a las personas mayores (ancianos) y a las mujeres, a depender exclusivamente de la aportación que les hagan llegar sus esposos o hijos”.<sup>39</sup>

Es necesaria la creación de condiciones que permitan a los jóvenes desarrollarse dentro de su comunidad facilitándoles el acceso al trabajo, así como oportunidades de estudio. Si bien es cierto que la motivación principal de los emigrantes jóvenes es el obtener ingresos que les permitan el acceso a otro status de vida, en muchas ocasiones emigran sólo por imitar a los que han llegado a los Estados Unidos y retornan comentando vivencias que fascinan a los que todavía permanecen aquí, de aquí que el sistema educativo, el gobierno y los empresarios, puedan intervenir para revertir esta situación; creando, como ya se comentaba, estructuras de participación comunitaria.

Las mujeres, a nuestro juicio, pueden formar parte de un proyecto económico y social ambicioso, que genere respuestas a las inquietudes de los jóvenes y que, con su ejemplo, motive a aquellas personas que deseen emigrar a pensar, por un momento, en los beneficios que en forma personal y comunitaria genera el trabajar en el lugar donde residen.

---

<sup>39</sup> Ibid.

## CAPITULO III

### SITUACIÓN DE LA MICROEMPRESA EN MÉXICO

#### 3.1 Concepto de empresa

El vocablo tiene varias definiciones pertinentes al objeto de nuestro estudio:

- I. Casa o sociedad mercantil o industrial fundada para emprender o llevar a cabo construcciones, negocios o proyectos de importancia.
- II. Obra o diseño llevado a efecto, en especial cuando en él intervienen varias personas
- III. Entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativas y con la consiguiente responsabilidad<sup>40</sup>

Podemos deducir, en este momento, que la empresa es un tipo de organización social con orientación económica y un sentido de producción material o de prestación de servicios que la vuelven fundamental en la sociedad, sin embargo, a nuestro parecer todavía no queda claro el concepto, por tanto analizaremos, en primer lugar, los elementos que forman una empresa y posteriormente la ubicaremos en el aspecto económico - administrativo y sociológico.

#### 3.2 Elementos que forman una empresa

Se dividen en: Recursos Humanos; Bienes Tangibles o Materiales y Sistemas.

Los Recursos Humanos forman el elemento imprescindible dentro de una empresa, son los que ponen en funcionamiento el cúmulo de conocimientos,

---

<sup>40</sup> [www.webstersite.com/thesaurus](http://www.webstersite.com/thesaurus)

destrezas y capacidades que poseen para permitir a un ente de producción desarrollarse estos pueden ser: trabajadores administrativos, obreros o personas de actividad eminentemente manual, empleados o personas cuyo trabajo es eminentemente de servicio administrativo. Los supervisores y técnicos que trabajan para adecuar procesos, vigilan el cumplimiento de órdenes y planes y cuando es requerido, diseñan nuevos métodos o controles que hagan más eficiente la producción, los ejecutivos y directores que tienen el objetivo de fijar metas, elaborar presupuestos y programas, revisar resultados, readecuar o rediseñar a grandes rasgos los procedimientos de la empresa en el sentido de producción material o en el aspecto administrativo.<sup>41</sup>

Los bienes intangibles o materiales de la empresa son integrados por los edificios o lugares donde se llevan a cabo el proceso de producción, maquinaria y equipo necesarios para aprovechar y multiplicar la capacidad de trabajo humana. Forman parte también de estos bienes los que pueden ser transformados en un producto o servicio y satisfacer necesidades, además se incluyen a los combustibles; los productos terminados se consideran también forman parte de la empresa. Por último tenemos el capital del que dispone la empresa.

Sistemas. Que pueden ser de producción, de ventas, de finanzas, de organización y administración, esto es, relaciones, procedimientos y técnicas estables que permiten la coordinación de los bienes materiales con los recursos humanos o bienes intangibles, de tal manera que dicha relación sea fructífera al desenvolvimiento idóneo y desarrollo de la empresa.

### **3.3 Empresa y su ubicación económico – administrativa**

Una empresa posee una dimensión económica porque es una unidad de producción de servicios o bienes tangibles para satisfacer las necesidades de un

---

<sup>41</sup> Rosales Quintero, Amador, Teoría administrativa de la empresa, 2ª edición, Prentice Hall, México, 1998,p80

mercado. De esta manera, los componentes básicos de una empresa, como las personas, máquinas, capital, o sistemas tienen una meta en común que como ya mencionamos, es el de cubrir necesidades de la sociedad.

En la teoría se establece que para ser considerada empresa una unidad económica debe producir para un mercado, diferenciándola de otra que sólo produce elementos semitransformados para otra empresa; si se sigue con este curso de pensamiento esta última no debe ser considerada empresa. En un sentido muy estricto, podríamos deducir que una maquiladora no puede ser considerada empresa, sino más bien como un establecimiento de maquila, ya que su producción no es enviada directamente a la venta a público sino que es adquirida por otra empresa que termina su elaboración y la coloca en un mercado.

### **3.4 Ubicación administrativa**

La empresa es una célula de producción que se encarga de la producción de satisfactores para la sociedad, esa es su razón de ser, sin embargo la finalidad de la empresa no podrá llevarse a cabo sin una organización autónoma. La manera en que puede conseguirse esta última es por medio de la dirección de mando, que puede ser llevada a efecto por una persona o por varias. La unidad de decisión (sea personal o de grupo) debe coordinar las diversas actividades de la empresa para el logro del fin o los distintos fines de la misma.

El mando como elemento básico en la dirección empresarial tiene que estar sustentado jurídicamente, ya que la entidad de producción tiene un fin social, por tanto la legislación federal tendrá los elementos pertinentes para delimitar dentro de la empresa los alcances de éste, interiormente la carta de organización que posea una entidad dictará las facultades y responsabilidades de cada puesto lo que da legitimidad al mando.

### 3.5 Concepto de microempresa

Definir lo que es una microempresa requiere de un cierto procedimiento; en primer lugar hay que diferenciarla de un micronegocio, ya que este último está encaminado a la subsistencia, aquí hablamos de establecimientos que si bien son de capital privado y requieren cierta habilidad de administración como las tiendas de abarrotes, carnicerías, boutiques, etc., no son precisamente una empresa en el sentido en el que lo mencionamos líneas atrás, esto es, consideramos empresa a aquella entidad de producción, que posee un elemento humano, un elemento de posesión de bienes materiales y sistemas de producción o de administración, pero sobre todo, una orientación hacia el desarrollo de la empresa, a su consolidación dentro de su área, a la pretensión de ser líderes, en otras palabras una personalidad empresarial.

Ya establecidos en este concepto podemos decir que hay varios tipos de ópticas desde las cuales se distingue una empresa.

La óptica de producción.

La óptica financiera.

La óptica mercadológica.

En la primera (óptica de producción) se distinguen a las empresas artesanales, aquellas que trabajan en un empleo intensivo de mano de obra y aquellas que poseen un empleo intensivo de maquinaria.

Según la clasificación de la Secretaría de Economía, una empresa puede tener alguno de los tres giros siguientes:<sup>42</sup>

a) Industrial.- Es toda empresa de producción que ofrezca un producto final o semitransformado a un consumidor último o intermedio

---

<sup>42</sup> [www.se.gob.mx/pymes/objetosdl](http://www.se.gob.mx/pymes/objetosdl)

- b) Comercial.- Es toda empresa que se dedica a la compraventa de un producto determinado; es el intermediario entre una empresa que produce el artículo y el consumidor.
- c) Servicios.- Es toda empresa que ofrece apoyo, asesoría consejo a otra, es decir, ofrecen un producto intangible.

En la óptica financiera se tiene que, basados en su capital, poseen diferentes status, o bien se distinguen las empresas que cotizan en el mercado y otras que no lo hacen o empresas que son autónomas pero que están unidas a otras para formar corporaciones (cadenas productivas).

En la óptica mercadológica se distinguen tipos de empresas dependiendo del tamaño del mercado que domina o satisface, así tenemos a las empresas de mercado local, a las empresas que dominan una región determinada; aquellas que tienen presencia en el mercado nacional y aquellas que lo tienen en el mercado internacional.

Puede ser que se encuentre en una de las siguientes situaciones:

- a) Que domine su área y se expanda.
- b) Que se encuentre en competencia con otras empresas en cualquier tipo de mercado.
- d) Que esté presente en su mercado pero sólo en una pequeña magnitud.

En este sentido, quisiéramos establecer lo siguiente, a nuestro país se le ha hecho la observación de que si bien pretende internacionalizar su producción, la presencia empresarial debe ser evolutiva, es decir, que en opinión de algunos analistas extranjeros y aun nacionales, la empresa debe dominar primero, su mercado local, posteriormente su mercado regional y nacional y en última instancia, el mercado internacional, con la finalidad de consolidar realmente a una empresa y por ende, al sistema económico, como se dice coloquialmente "no

pretendamos correr, si aun no podemos caminar", puede ser que el objeto de este trabajo sea, desde este punto de vista, criticable - la creación de una micro empresa artesanal de exportación - sin embargo creemos que la constitución y trabajo de una empresa de este giro responde a una necesidad de mercado que no se encuentra en México o que está sumamente restringida, al mismo tiempo que en el internacional existe una gran aceptación de productos artesanales mexicanos y se cuenta con una infraestructura de exportación que debe ser aprovechada.

### **3.5.1 Definiciones de organismos gubernamentales**

Algunos organismos gubernamentales establecen parámetros definatorios de lo que es una microempresa, nos interesa tocar sólo dos de ellos.

En primer lugar la definición del INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) nos dice que una microempresa es aquella entidad que posee de 0 a 5 personas empleadas (esto en el sector de servicios y actividades mineras y comerciales) y de 0 a 15 personas en el sector de manufacturas. Esta definición nos es útil al momento de realizar un trabajo estadístico y de elaboración de encuestas o estudios de la misma índole, sin embargo engloba actividades que, como ya establecimos, no evocan un sentido empresarial, es decir, que no podemos hablar de empresa si clasificamos a una actividad de autoempleo (que generalmente está en el sector informal de la economía), en este sentido el INEGI habla estrictamente de establecimientos que cuentan con un número determinado de personal empleado y que se dedican a una actividad determinada (excluye parámetros financieros).

No hay que olvidar que las diversas economías, al contar con un grado de avance asimétrico, tienen diversos tipos de estructuras productivas en cuanto al número y tamaño de las empresas que los integran, por lo que en un momento dado las diversas formas de conceptualizar una empresa pueden variar, sin

embargo tales definiciones deben poseer elementos precisos que permitan establecer criterios ciertos. Por tanto no hay que perder de vista la intención empresarial que debe de tener un ente de producción, esto aunado con parámetros económicos que ciertamente pueden cambiar, pero establecer una distinción de actividades puramente de subsistencia y actividades empresariales.

En segundo lugar la Secretaria de Economía (SE) establece diversos criterios de estratificación de empresa en tres sectores básicos basados en la actividad preponderante.

<b>TRABAJADORES</b>	<b>INDUSTRIA</b>	<b>COMERCIO</b>	<b>SERVICIOS</b>
<b>Micro</b>	<b>Hasta 10</b>	<b>Hasta 10</b>	<b>Hasta 10</b>
<b>Pequeña</b>	<b>11 a 50</b>	<b>11 a 30</b>	<b>11 a 30</b>
<b>Mediana</b>	<b>51 a 250</b>	<b>31 a 100</b>	<b>31 a 100</b>
<b>Grande</b>	<b>251 y más</b>	<b>101 y más</b>	<b>101 y más</b>

Fuente: Secretaria de Economía; [www.se.gob.mx/estadística/empresa](http://www.se.gob.mx/estadística/empresa).

Véase además Anexo IV referente a la composición empresarial en México

Si analizamos un poco esta definición, nos damos cuenta que, al igual que la expresada por INEGI engloba actividades de subsistencia, ya que si hablamos de una actividad que requiere únicamente del dueño y un ayudante o empleado donde no hay un control administrativo, donde no existe un sistema de producción y donde no se cuenta con instalaciones propias, hablamos de un micronegocio; por ello las cifras dadas a conocer por las instituciones relacionadas con el rubro económico nos daban un aproximado del numero de empresas que iría cercano al 3.3 millones de unidades económicas, pero, si hacemos un ejercicio de

discriminación basada en parámetros mas realistas , restando a ese número el de las unidades económicas de uno y hasta dos personas la cifra se empequeñece significativamente ( Véase anexo V)

En nuestro País hay un gran número de empresas en el aparato económico, el número es similar al de Japón o al de Estados Unidos en sus respectivas economías si se toma el total registrado y aún considerando el numero de empresas si se elimina el rango de o a dos empleados , lo que puede considerarse positivo por su impacto económico y por supuesto, por su apoyo al combate al desempleo.(vease anexo VI)

### **3.5.2 Conceptualización final de microempresa**

Tomando en consideración los elementos antes mencionados tenemos que una microempresa es aquella unidad económica que se dedica a la producción de bienes a la prestación de servicios o a la comercialización que emplea en forma intensiva mano de obra, que generalmente no cotiza en el mercado financiero y que precisamente su capacidad económica la caracteriza, además su presencia en el mercado es pequeña y que el número de personas que laboran no debe rebasar los 30. Cabe hacer mención que, ciertamente, instituciones gubernamentales como el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) o la Secretaria de Economía (SE) han señalado una estratificación basada en el número de personal ocupado que comprende incluso a unidades económicas de una sola persona y se le considera empresa.

Nuestra posición está totalmente en desacuerdo con esta postura y creemos que el concepto de microempresa debe de adaptarse de tal modo que se le separe de los negocios con orientación de subsistencia, creemos que la óptica basada sólo en el dato de personal empleado, sin considerar su estado jurídico, su volumen de producción, su orientación al mercado, y su visión empresarial no nos llevará a una clasificación cierta y a un estudio más profundo de sus

potencialidades y debilidades, consideramos pertinente que se oficialice una clasificación empresarial donde se establezcan claramente lineamientos incluso de volumen de producción o ventas anuales que nos permitan diferenciarla de un micro negocio.

### **3.6 Importancia económica de la microempresa en México**

En los últimos cuatro años, las pequeñas y medianas empresas (PyMES) generaron 404 mil empleos formales , según datos de la Subsecretaria de la Pequeña y Mediana Empresa de la Secretaria de Economía <sup>43</sup>; en el 2006 el número de puestos de trabajo generado por este nivel de la industria llegará (según estimaciones de la Secretaria de Economía) a 120 mil inscritos en el Instituto Mexicano del Seguro Social.

El desarrollo de la industria micro, pequeña y mediana en los últimos años muestra que cuenta con importantes ventajas para enfrentar exitosamente el nuevo ambiente comercial debido a que sus procesos de operación son más flexibles, lo que les permite adaptarse mejor y más rápidamente a los nuevos desarrollos tecnológicos, cuentan con un mejor control en sus costos de producción y sus esquemas de organización son menos burocráticos.

Al analizar la composición microempresarial encontramos que la mayor concentración de las empresas se ubica en el sector comercio, con 52 por ciento del total (1.5 millones de establecimientos), seguido por el sector servicios, con 36 por ciento (1 millón de establecimientos), mientras que el sector industrial con 12 por ciento (360 mil establecimientos).

Si nos basamos en los sectores productivos antes descritos tenemos que las micro y pequeñas empresas participan en dos de los sectores fundamentales de la economía que son: las manufacturas y los servicios, que si sumamos el

---

<sup>43</sup> Ibid.

universo empresarial de estos sectores obtenemos que el 99% de los establecimientos pertenecen a estos dos estratos, mientras que si nos referimos al empleo, este tipo de empresas contribuyen con el 53% de los mismos.

En el sector de manufacturas, que es vital para el crecimiento de cualquier país, la microempresa posee el 78% de los establecimientos, siguiéndole la pequeña empresa con el 15.9% y la mediana con el 3%.

En cuanto al impacto en el empleo de las microempresas y como ya se a observado, en el sector de servicios el mayor empleador son las micro, pequeña y mediana empresa con el 85% del total de empleo, mientras que la gran empresa contribuyó con el 15%; en el subsector comercial las micro, pequeñas y medianas empresas representaban el 53% del empleo, la gran empresa aportó el 47% y si nos referimos al universo empresarial tenemos que la gran empresa contaba con el 2% de unidades económicas, mientras la micro, pequeña y mediana empresa tenía el 98%.

La tendencia al crecimiento originó que la mayor cantidad de empleos se lograran en el sector urbano y no en el rural, por ello es importante que la inversión se ubique en este último sector, de no hacerlo así, la emigración del campo a las ciudades y la creación de cinturones de marginación se harán mucho más visibles.

Si se supone que el crecimiento del país significa la réplica de las unidades productivas, tendremos entonces que las actividades típicamente urbanas deberían generar alrededor de entre 640 y 650 mil empleos al año. Sin embargo, en los últimos años los empleos que se han generado son cerca de 200 mil anuales lo que nos da un vacío de aproximadamente 440 mil empleos.

Si tomamos en cuenta lo anterior, entonces las perspectivas al empleo no son nada halagüeñas y nos indican que, presionada por una debilidad

infraestructural crónica que caracteriza nuestro país, sin una verdadera ayuda al sector empresarial, con un adelgazamiento de trámites burocráticos y una desregulación fiscal verdaderamente eficaz, la empresa no podrá crecer y no contribuirá a la creación de empleo -uno de los objetivos económicos más importantes de la misma-, los puestos de trabajo se crean, preferentemente en actividades, tales como el comercio y los servicios no financieros mientras que en el sector de las manufacturas se ha presentado un continuo desempleo.<sup>44</sup>

La inversión es considerada uno de los puntos nodales de la economía por la grave importancia que implica dentro del contexto de la creación de empleos y el desarrollo de la empresa. Los datos que se tienen al respecto muestran que a principios de los años ochenta se llegó a un máximo de más del 25% del producto interno bruto y se debió a una gran inversión pública, basada por cierto en una estrategia estatista de José López Portillo, por el contrario en los últimos años la inversión se fundamenta en el sector privado (en 1996 la inversión pública era aproximadamente del 3.5%, mientras que la privada fue del orden del 12%).<sup>45</sup>

El sector productivo que tradicionalmente contribuye al factor de crecimiento macroeconómico es el constituido por las manufacturas en todas sus variantes, sin embargo la gran empresa es la que contribuye en mayor medida a este logro.

---

<sup>44</sup> Ibid

<sup>45</sup> Corella, Norberto, "Legislación Mexicana y Desarrollo Microempresarial" Memorias del Simposium "Coparmex y la política económica actual" Agosto 2002, Monterrey Nuevo León, México 2003.

### 3.7 Perspectivas de desarrollo de la microempresa

La micro, pequeña y mediana empresa tienen definitivamente una gran importancia en nuestro país al generar, en forma global el 53% del empleo formal y conformar el 99% de los establecimientos del país, lo anterior se traduce en estabilidad social, generación de riqueza y de un proyecto de desarrollo a largo plazo, sin embargo es precisamente este sector donde se presentan problemas de importancia que pueden obstaculizar e incluso eliminar el crecimiento del subsector, entre ellos encontramos los siguientes:

- A) Falta de integración en cadenas productivas
- B) Exceso de regulaciones administrativas
- C) Existencia de un sistema fiscal que se aplica por igual a empresas grandes y a las pequeñas .
- D) No existe una política tributaria que verdaderamente exija al comercio, manufactura y servicio informal que se integre a su responsabilidad fiscal.
- E) Garantías de acceso al crédito bancario imposibles de cumplir para el micro y pequeño empresario, ya que prácticamente tendría que hipotecar su negocio para obtener un poco de liquidez.
- F) Deficiencias, que se manifiestan en otros rubros de nuestra sociedad, en la educación desde nivel básico hasta profesional al egresar personas que no cuentan con una formación para y por el trabajo.
- G) Deficiencias culturales en los empresarios actuales y potenciales.<sup>46</sup>

Pensamos que esta problemática necesita resolverse lo más pronto posible si es nuestra intención insertarnos en un mundo globalizado, y puede lograrse, si en primer lugar le tomamos atención a la educación, es decir que ésta deje de ser paternalista y que induzca a los alumnos a pensar crítica y creativamente, donde se enseñe a pensar por sí mismo y que se conduzca a su propia superación personal.

---

<sup>46</sup> Ibid.

En segundo lugar creemos que las autoridades deben diseñar un plan económico y político que tenga como objetivo primordial el cambio de mentalidad y que se ocupe del sector, esto porque actualmente se carece de un proyecto nacional realista, objetivo y que señale las deficiencias, pero que a su vez proponga soluciones viables, con la rapidez y al profundidad de cambio infraestructural y a largo plazo que sea necesaria, estamos plenamente convencidos que nuestro país no puede seguir viviendo en los planes sexenales.

Se necesita desarrollar una visión auténticamente solidaria de la actividad económica, que respetando y promoviendo el legítimo fin de ganancia, propicie el desarrollo armónico, multiplicador de la actividad productiva, fortalecido por la responsabilidad social y la ética de los empresarios. De esta manera llegaríamos a la integración económica.

Se debe promover el desarrollo de cadenas productivas, pues ésta opción facilitaría a las micro, pequeñas y medianas empresas como la que proponemos, ingresar a la modernidad; se necesitan crear empresas líderes que lleven a efecto el desarrollo social, además se necesita el acceso a recursos financieros de mucho menor costo y se presupueste un monto mayor de recursos financieros a la promoción e investigación de tecnología que las microempresas no pueden costear por si mismas.

Debe el gobierno, en materia tributaria, simplificar los procedimientos actuales para facilitar su comprensión y su aplicación, haciendo posible que la empresa dedique el empleo de sus recursos a una forma más eficiente adecuando el tratamiento fiscal a las empresas según su tamaño. También es necesario articular de alguna manera las empresas pequeñas con las grandes para permitir la transferencia tecnológica y el acceso a créditos de mayor competitividad.

El sector de la micro, pequeña y mediana empresas contribuye con el 96% del total de entidades empresariales, que utiliza una parte significativa de la mano de obra empleada y que contribuye al fortalecimiento de los datos macroeconómicos en sumatoria de todos los sectores económicos en los que ésta contribuye. Sin embargo el sector se enfrenta a una grave problemática que se origina en el proceso de mundialización productiva; el proceso de transformación de una economía basada en el aspecto interno nacional a un desarrollo global y de apertura hacia el exterior trae consigo cambios de gran importancia a la economía, sin embargo, también resulta en una competencia desigual y agresiva entre nuestra industria (realmente endeble) y la empresa exterior, generalmente corporaciones u oligopolios con fuerza suficiente para desestabilizar una economía como la nuestra.

Aunado a la creciente presencia de compañías foráneas y sistemas desarrollados por ellas, otro elemento que condiciona la vida de la micro y pequeña empresa se constituye de las reiteradas crisis que debilitan la estructura económica y que resultan en un ambiente de incertidumbre; como una consecuencia cualitativa se observa que aumenta el número de empresas que se dedican a los servicios o al comercio, por considerarse sectores más seguros para la inversión, mientras que el sector de manufacturas se hace mucho más pequeño; al unísono, el cierre de empresas debido a la competencia provoca un significativo aumento en el desempleo por lo que, para muchas personas necesitadas de ingreso, el crear un micronegocio (muchas veces del sector informal) les soluciona una parte del problema; sin embargo, para la economía, el acrecentamiento de este sector conlleva más problemas que puntos positivos.

Una manera en que las microempresas pueden hacer frente a la situación de competencia internacional que se presenta hoy en día, es la de crear cadenas productivas que vinculen procesos de transformación, individuales para considerar una empresa de mayor dimensión; otra posible solución es el esquema propuesto por la Secretaría de Economía - el de las empresas integradoras- que no es otra

cosa más que reunir fuerzas y voluntades para crear una empresa que se especialice en la comercialización y en la producción, cabe señalar que a pesar de todos los esfuerzos de difusión de este tipo de industria el empresario mexicano muchas veces es renuente a participar por miedo a perder autoridad o autonomía en sus decisiones, además que el aspecto cooperativo, muchas veces minado por la educación formal, es muy débil; como posible opción que ya se lleva a cabo pero a la que le falta una verdadera difusión y consolidación encontramos, a su vez, la integración o articulación de las microempresas y sus productos con empresas grandes que pueden ser industrias o cadenas comerciales en un esquema de desarrollo de proveedores, lo que garantizaría un acceso directo a un mercado mucho más amplio, siempre y cuando se cumplan las expectativas de calidad, precio, entrega, garantía, que exigen estas empresas y que para la microempresa le significaría muchas veces una opción viable de transferencia tecnológica.

Las autoridades económicas de nuestro país así como los legisladores, deben cooperar con los empresarios mexicanos para formular acciones tendientes a la fortaleza tanto interna de la microempresa como al dinamismo económico que necesita el entorno nacional. La competencia externa nos puede hacer mucho daño si persistimos en una política de poca atención al aspecto del desarrollo empresarial, debemos promover la capacitación y el fortalecimiento de la cultura empresarial y desarrollar estrategias de largo plazo, empleando acciones de corto plazo.

El vincular a la empresa pequeña al entorno internacional basados en la exportación éste sería un punto positivo; si relacionamos a una microempresa con una cadena productiva de exportación también lo será, el punto más importante ahora es apoyar al sector más débil de la economía, que referido al sector industrial, son los micro y pequeños empresarios: apoyarlos con asesoría, capacitación, infraestructura propicia para la exportación, financiamiento a su

desarrollo. Todo lo anterior, aunado a la capacidad productiva del mexicano redundará en el desarrollo de este sector y en gran medida del país.

Si se considera como un futuro muy probable el que las innovaciones y transformaciones de la economía se conduzcan, como hasta ahora lo han hecho, hacia la fortaleza de una economía de mercado global, que condiciona un mayor ahorro interno y disciplina fiscal y monetaria mucho más centrada en el desarrollo, dará como resultado mayor crecimiento del sector de las micro, pequeña y medianas empresas y por tanto, mayor crecimiento en el empleo. Lo anterior será posible si se culmina definitivamente con la transición económica que nos ha llevado del proteccionismo al estatismo y de éste a una economía de libre mercado con una visión de desregulación; a la vez, requerimos de un sistema fiscal sencillo y promotor del empleo y del crecimiento y de un sistema financiero con recursos a costos competitivos, esto es, un entorno macroeconómico basado en la actividad productiva empresarial.

Si se reconoce que el crecimiento no ha sido suficiente ( entre 1981 y 1994, la tasa de crecimiento fue de 1.4 por ciento) podemos aseverar que corresponde al estado en su conjunto tomar acciones a seguir para la corrección de las políticas económicas que no tomaban como directriz el crecimiento sano, sin una gran interferencia estatal, ligada u orientada al proteccionismo, planteamiento que es totalmente nocivo a un sistema económico moderno, abierto a la competencia en el mercado mundial; no quiere decir lo anterior que el Estado deje totalmente a la libre mano del mercado el proceso económico, ya que esto aún en economías de gran industrialización, no ha sido posible, sino más bien que la institución gubernamental se vuelva promotora y reguladora de la actividad económica de las empresas, y que adelgace su estructura, vuelva realmente eficientes sus procesos administrativos, que sea el órgano no solamente rector sino más bien promotor y la vanguardia del desarrollo.

La perspectiva antes mencionada ha sido la que ha impulsado a las políticas de promoción microempresarial en Europa al ver el beneficio que la microempresa aporta tanto al empleo como al agregado macroeconómico( Vease anexo VII) mientras que en los Estados Unidos la apuesta es hacia el desarrollo de la gran empresa; habría que considerar cual es el esquema que beneficia más a México y no a sus socios comerciales.

## **CAPITULO IV**

### **ANALISIS GEO-ESPACIAL Y SOCIO-DEMOGRÁFICO DE LA COMUNIDAD DE TROJES BLANCAS, MUNICIPIO DE OCAMPO GUANAJUATO**

#### **4.1 Situación geográfica, climática y de recursos naturales de la comunidad de Trojes Blancas**

##### **4.1.1 Ubicación geográfica**

La localidad de Trojes Blancas posee las siguientes coordenadas geográficas :

Al norte: 21° 59; al sur 21° 2 de latitud norte; al este: 101° 17 y al poniente 101° 29 de longitud oeste. Localizándose al sureste del municipio de Ocampo, Guanajuato

(Vease anexo VIII)

##### **4.1.2 Clima durante el año.**

El clima predominante en la localidad es el Semiseco templado o Seco Estepario con una temperatura media anual de 17°C.

##### **4.1.3 Tipo y uso del suelo.**

El tipo de suelo que predomina en el municipio es el pheozem háplico con xerosol háplico en terrenos de textura media con pendientes entre el 8 y el 20%, además del tipo phaeozem háplico se localiza el xerosol háplico de textura media y fase dúrica a menos de 50 cm.

En la parte oeste se localizan suelos de tipo phaeozem háplico con litosol de textura media y fase lítica de lecho rocoso entre 10 y 50 cm. de profundidad.

El uso del suelo es predominantemente agrícola aunque una parte significativa del mismo es pastizal(67%) utilizado para consumo del ganado.

#### **4.1.4 Hidrografía**

No se encuentra cerca de la localidad ninguna corriente de agua, escurrimiento o manantial importante, sólo se cuenta con un pequeño cuerpo de agua de 600m<sup>3</sup> de capacidad.

La precipitación pluvial promedio del municipio es de 433.0 mm anuales, encontrándose que dentro del período comprendido entre 1981 y 1993, el año más lluvioso fue el de 1992 con una precipitación de 132.5mm y el año más seco fue el de 1983 con una precipitación de 0.0 mm.

#### **4.1.5 Flora y fauna.**

Las especies vegetales de matorral son las siguientes:

- a) Nopal Choya (*Opuntia* sp)
- b) Mezquite (*Prosopis laevigata*)
- c) Nopal Cardón (*Opuntia streptacantha*)
- d) Vara Dulce (*Aeschynomene polystachia*)

Dentro del tipo de vegetación de pastizal:

- a) Navajita (*Bouteloua* sp)
- b) Escobillas (*Haplappus* sp)
- c) Uña de Gato (*Mimosa* sp)

La fauna característica del lugar son especies de clima semidesértico como algunas especies de lagartijos, ofidios y mamíferos como el coyote, todos de hábitos nocturnos y adaptados a condiciones de aridez.

#### **4.1.6 Fisiografía.**

La comunidad de Trojes Blancas se encuentra dentro de la subprovincia fisiográfica llanuras de Ojuelos –Aguascalientes.<sup>47</sup>

#### **4.1.7 Recursos naturales**

La localidad no presenta ningún tipo de recurso natural aprovechable, sea este renovable o no. A principios de este siglo la tala inmoderada de árboles como el Piñonero (Pinos Cembricidas) terminó con la existencia de los mismos, la especie arbórea principal es la del mezquite sin ninguna utilización mas que la obtención de paixtle para la temporada navideña y madera que los campesinos utilizan como combustible para sus hogares.

La comunidad no cuenta con yacimientos minerales que pudieran ser aprovechados, sin embargo, existen vetas de estaño en un cerro cercano a la comunidad de Ibarra, denominado “del pájaro”, el cual, de alguna manera, pudiera ser de beneficio económico a la localidad de Trojes.

#### **4.2 Actividades económicas principales**

Por ser una localidad eminentemente rural, las actividades económicas tradicionales son la agricultura de temporal y la ganadería de pastizal. Estos tipos de actividades son cada vez menos fructíferas o redituables, ya que la poca precipitación pluvial y agua superficial aunada a un tipo de suelo pobre para la labor agrícola impiden un desarrollo vegetal óptimo o cuando menos deseable.

La actividad ganadera tiene una menor importancia que la agricultura, la cual no alcanza un desarrollo predominante para la economía tanto del municipio

---

<sup>47</sup> Cuaderno Estadístico Municipal, México, INEGI 2002,p 14

como de la localidad, debido a la carencia de agua para establecer pastos inducidos o forrajes, así como de ganado de calidad, aún y cuando se cuenta con extensiones considerables dedicadas al agostadero, por otra parte y dentro de otras actividades económicas de corte agropecuario tenemos que la avicultura y la apicultura no tienen relevancia alguna en la localidad.

## **4.2.1. Sector Primario**

### **1.2.1.1 Agricultura**

La comunidad de Trojes Blancas sigue siendo productora de maíz y frijol aún y cuando el precio de estos granos ha estado disminuyendo paulatinamente a lo largo de los recientes gobiernos federales. A continuación presentamos la estadística básica al respecto:

1. Número de productores agrícolas legalmente constituidos en la comunidad: 87 miembros.<sup>48</sup>

2. Número de hectáreas totales para siembra: 792 has. (18 hectáreas corresponden al cultivo del maíz, 59 hectáreas dedicadas al cultivo del frijol y 720 para el cultivo del maíz y frijol intercalado).

3. Volumen de la producción en el año agrícola 2002-2003:

36 toneladas de maíz

10.8 toneladas de frijol.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Secretaria de Desarrollo Rural del Municipio de Ocampo, Gto., México, 2002

<sup>49</sup> Ibid

#### **4.2.1.2 Ganadería.**

La localidad, hasta marzo del 2003, contaba con 270 cabezas de especie bovina, las cuales se dividen de la forma siguiente:

12 vacas.9 toros, 32 terneras, 25 toretes, 35 becerros y 45 becerras.

Se cuenta con 82 cabezas de la especie ovina (65 vientres, 17 sementales);de la especie caprina se cuenta con 41 animales (28 vientres y 13 machos);entre las aves se cuentan 438 animales (395 son gallinas, 43 guajolotes); por último se cuenta con 55 animales de la especie equina.<sup>50</sup>

#### **4.2.2 Sector Secundario**

Dentro del municipio de Ocampo y por supuesto en Trojes Blancas, la actividad industrial tiene escasa importancia. En la cabecera municipal se fundaron dos talleres de ropa infantil y una maquiladora de zapato, desafortunadamente estos intentos por desarrollar este sector fracasaron por diversos motivos; en 1995 gracias al apoyo económico de los emigrantes ocampenses en Dallas y Chicago se logró implementar una maquiladora textil de confección de ropería de hospital con una producción media de 1300 piezas semanales, desgraciadamente, la falta de apoyos en capacitación y organización administrativa hicieron que el proyecto no siguiera adelante.

---

<sup>50</sup> Ibid

### **4.2.3. Sector Terciario**

#### **4.2.3.1. Comercio**

La actividad comercial en el municipio se reduce a la propia para el auto consumo de bienes básicos y se desarrolla principalmente en la cabecera, con un equipamiento comercial de un mercado público, un tianguis y varias tiendas particulares, los establecimientos comerciales en la comunidad de Trojes son en su mayoría “tendajones” que ofrecen productos de abarrotes, principalmente de consumo básico.

#### **4.2.3.2. Turismo**

Tanto el municipio como la localidad no cuentan con posibilidades para el desarrollo de esta actividad, pues los recursos naturales que existen de ningún modo pueden considerarse objeto de atracción turística, excepción hecha de la sierra de jacales, que en los límites con el municipio de León y con el Estado de Jalisco por el sur cuenta con zonas arboladas de coníferas y encinos, por esta razón su infraestructura es nula y las pocas corrientes turísticas que se dan son en las celebraciones y festividades locales.

#### **4.2.3.3. Comunicaciones y transportes.**

La red caminera del municipio se cuenta con 113.5 Km. De carreteras federales pavimentadas y 40.5 de carreteras estatales de este mismo material, además de 39.4 Km. de caminos rurales (vecinales), lo que facilita el acceso de algunas localidades a la cabecera municipal, dando una longitud total de 123.4 Km. La comunidad de Trojes se encuentra comunicada por un camino de tercera de tres kilómetros a la carretera estatal, situación que comparte con muchas localidades del municipio que tienen problemas de comunicación vía caminos

vecinales, en especial las ubicadas en la parte noroeste y en la parte poniente del territorio municipal.<sup>51</sup>

En la cabecera se cuenta con los servicios de teléfono, telégrafos, correo, taxis y autobuses foráneos. En el medio rural sólo cinco comunidades cuentan con agencia de correos (incluyendo a Trojes) y una comunidad cuenta con el servicio de telefonía rural. Bajo los auspicios de la administración municipal se han cubierto la totalidad de las comunidades en un sistema de comunicación directa con la inspección de policía por medio de la radio banda civil.

## **4.3 Sociedad**

### **4.3.1 Estadísticas de población**

726 Habitantes en 2003 de la cual:

372 mujeres que conforman el 51.2% de la población total

354 hombres que conforman el 48% de la población total.

Población Total por Grandes Grupos de Edad.

a) 0-14 años = 231 (31.8%)

b) 15-64 años= 434 (59.8%)

c) 65-85 años =61 (8.4%)<sup>52</sup>

### **4.3.2 Distribución de la población económicamente activa**

#### Entre los hombres

El 54% se concentra en el sector primario de la economía, es decir actividades agrícolas y ganaderas, con un total de 115 personas.

---

<sup>51</sup> Cuaderno Estadístico Municipal ,Op.cit,p27

<sup>52</sup> Ibid.

El resto, es decir el 56% (97 personas) se emplea en actividades del sector secundario en actividades de la construcción en el municipio.

Entre las mujeres el 100% se concentra en el sector servicios.

Como puede observarse, el nivel de ingreso es sumamente precario (1500 pesos mensuales) producto de la labor agrícola que es muy pobre. Sin embargo, creemos que la comunidad puede incrementar sus ingresos si por una parte las autoridades encargadas del desarrollo rural cumplen su objetivo y propician que el sector agrícola y ganadero evolucione en formas de producción más eficientes y la siembra se oriente a productos con un mayor valor comercial. Otro rubro de importancia y que es desaprovechado es la fuerza de trabajo de las mujeres, la mayoría de las cuales se dedican al hogar, a la atención de los hijos o hermanos y a ayudar a la pareja o a los padres en las labores agrícolas. La potencialidad de este sector es enorme, ya que, sin poner en duda la laboriosidad femenina, pueden fortalecer la economía familiar en un grado significativo, y por otra parte determinar en ellas el deseo de superación.

#### **4.3.2.1 Ingreso per cápita**

El ingreso per cápita promedio de la localidad de Trojes es de mil quinientos pesos mensuales, cifra que en muchas ocasiones es única y en algunas otras es aumentada por ingresos en dólares, provenientes, por supuesto, de los emigrantes ilegales.

#### **4.4 Cultura**

Las manifestaciones de la cultura rural de nuestra sociedad son la suma de las condiciones de vida y la actividad propia del campo, por ello no es difícil

comprender que exista una vinculación extraordinaria con la religión a cuyo sustento se refugia el campesino al depender exclusivamente de la voluntad de la naturaleza. Con la rusticidad campesina, las festividades populares, siempre ligadas a los actos de fe cristiana-católica son el centro de la actividad de unión social.

La región en la que se suscribe la comunidad de Trojes, es decir la parte norte del Estado de Guanajuato, tiene un sello especial en el aspecto histórico al ser un territorio de los genéricamente llamados indígenas Chichimeca, pues no se desarrolló un arraigo cultural de tipo mesoamericano, por lo que observamos que los movimientos migratorios son comunes y en cierta forma necesarios, lo anterior recordando la característica costumbre semi nómada de este grupo étnico.<sup>53</sup>

Como consideramos cultura a todo aquello que influye directa o indirectamente en las personas y las forma, es también necesario recordar los rasgos principales de la conformación del Municipio, dentro del cual se desarrolla la Comunidad de nuestro estudio.

#### **4.4.1 Costumbres y tradiciones principales**

Las costumbres de la localidad son las propias de las zonas rurales de nuestro País, apegadas a la forma de ser campesina, que trataremos de estudiar a continuación:

Alimentación.- Predomina el consumo de maíz en tortillas, atoles, gordas de maíz quebrado, que les aportan un contenido calórico importante, el consumo de frijol es también considerable así como una amplia utilización del picante. El consumo de carne se ve limitado por las precarias condiciones económicas de la mayor parte de la población y ésta es consumida ocasionalmente, los animales que logran criar son vendidos en Ocampo, así como la leche; la mayoría de los

---

<sup>53</sup> Gutiérrez José Antonio, El Pasado en el Presente de Ocampo, Ediciones Acento, México, 1999, p.45

alimentos contienen grasas animales. Son comunes como postre las gorditas de dulce con pasas y coco rayado, así como el pinole de maíz.<sup>54</sup>

Vestido.- Este es similar a otras regiones del Estado, las mujeres utilizan faldas largas, blusas generalmente de algodón y poliéster así como huaraches, aunque también observamos la utilización de pantalones y zapatos tenis, los hombres utilizan pantalones y camisa de manga corta, botas y sombrero, aunque en las nuevas generaciones este casi no aparece.

Vivienda.- Es generalmente construida con adobe y ladrillo que se adquiere en la cabecera municipal, predomina el piso de tierra y de cemento, los techos son de tabique, unidos con cemento y soportados con vigas de hierro o cemento prefabricadas, las casas son usualmente de tres habitaciones unidas sin puertas. En el interior una pequeña cocina donde se utiliza gas o leña, es común la presencia de animales como vacas o borregas en los corrales y una pequeña parcela para sembrar maíz.

#### **4.4.1.1 Tradiciones religiosas de la comunidad**

Las tradiciones religiosas más importantes de la localidad son el 12 de diciembre en el que tiene lugar la festividad de la Virgen de Guadalupe, así como el día 24 de junio en el que se festeja a San Juan Bautista, patrono del lugar. Es común tanto en la cabecera municipal como en otras localidades que previo a la festividad del 12 de diciembre, una imagen de la virgen de Guadalupe visite a diferentes hogares y se realice un pequeño festejo en su honor, el día referido se trasladan a Ocampo a los servicios religiosos, al festival realizado en su santuario o a pasear con toda la familia en su pequeña feria, donde se realizan a su vez carreras de caballos y bailes populares.

---

<sup>54</sup> Secretaria de Salud, Centro de Salud Ocampo, Guanajuato

## 4.5 Escolaridad

El nivel de estudios en la localidad, según datos proporcionados por la Unidad de Servicios Administrativos para la Educación del Municipio es de cuarto grado de primaria con una deserción escolar del 23% en primaria.

La localidad cuenta con los servicios educativos de nivel preescolar, primaria y telesecundaria con la estadística siguiente:

NIVEL	POBLACIÓN	DOCENTES
Preescolar	10	1
Primaria	136	6
Secundaria	20	3

Cuadro Elaborado con datos de la Unidad de Servicios a la Educación, Ocampo Gto.

Siendo la población escolar del 22.8% del total de la población, es de notar que en los años ochenta la proporción masculina-femenina era de tres alumnos varones por una mujer en la escuela, actualmente esta proporción es de 1.6 varones por una mujer, esto demuestra que paulatinamente la brecha de escolaridad entre géneros disminuye y será positivo en el momento en el que la mujer logre un mayor nivel educativo e inste a sus hijos a estudiar.

Existen, además de las escuelas de sistema escolarizado, instituciones como el INEA que promueve la alfabetización y los estudios de nivel primaria y secundaria para adultos, al respecto el Instituto de Educación Permanente pretende fortalecer la matrícula de adultos en alfabetización para enero del año dos mil ocho, asimismo la Secretaría de Educación de Guanajuato ha implementado el Programa para Abatir el rezago Educativo (PARE) como parte del fortalecimiento curricular escolar de la zona.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Unidad de Servicios a la Educación ,Municipio de Ocampo,Gto.México,2002

La problemática particular del Municipio en cuanto al nivel de estudios es un bajo aprovechamiento escolar que es de 5.4 en el nivel de primaria, a este punto en particular podemos inferir como causales como alimentación raquítica y la desintegración familiar causada por ola emigración, estos dos factores aunados a que los escolares necesitan aportar trabajo al hogar lo que se traduce en ausentismo que disminuye en gran medida la calidad del estudio.

#### **4.6 Participación política**

La participación política de la comunidad es muy limitada y se circunscribe sólo dentro de los procesos electorales como receptora de ofertas políticas. Los vecinos de la localidad son representados ante el ayuntamiento por medio de su delegado, el cual a su vez se limita a transmitir en ambas direcciones, tanto las inquietudes de la comunidad como las decisiones del cabildo, así como proyectos de interés para la localidad.

No se desarrolla un proceso de participación política o aglutinación comunal que le permitiese un mayor desenvolvimiento en el ámbito municipal. El mayor número de afiliados lo tiene el Partido Revolucionario Institucional, seguido por el Partido Acción Nacional, sin embargo la participación activa de la sociedad en estos partidos es escasa, esto puede ser explicado por la dinámica que la política en el contexto nacional le ha impuesto a las regiones que, como es el caso de Trojes están enclavadas en una zona rural, todavía más acentuada por el grado de marginalidad de la misma que la involucran en un proceso de tipo circular caracterizado por la pobreza-ignorancia y poca o nula participación social.

## **CAPITULO V**

### **ANTECEDENTES DE INTEGRACIÓN EMPRESARIAL DE LA COMUNIDAD DE TROJES BLANCAS**

#### **5.1 Constitución de la Cooperativa de Producción “Ilusión”**

Durante la administración municipal 97 - 2000, se gestionó ante el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia ( DIF) estatal la posibilidad de capacitar a un grupo de mujeres en manualidades, con el fin de ellas integrasen un grupo productivo y de alguna manera, ingresar algún recurso económico a sus familias.

Producto de esa labor un grupo de personas provenientes de la Ciudad de León, integrantes de una organización no gubernamental llamada Desarrollo Rural, A. C. propusieron a las mujeres interesadas en la comunidad, la elaboración de “bolsas de mandado” fáciles de hacer y de gran demanda, según lo expusieron, entre las amas de casa. El proceso siguió un curso esperado y varias personas vinieron de León a la comunidad, ex profeso, a capacitar a las damas interesadas, les hicieron adquirir los materiales que consistían en bastidores de madera de distintos tamaños, (un equipo de 5 de ellos), varios kilogramos de popotillo de plástico (aproximadamente de 80 kgs.) encendedores, agujas especiales para tejer ese material. Posteriormente a la capacitación, dicho organismo adquirió casi la totalidad de la primer remesa (200 bolsas) a bajo precio, el suficiente para que las personas en la comunidad recuperaran la inversión sólo de las bolsas señaladas, las restantes se distribuyeron equitativamente entre ellas para que cada cual las vendiera, o nombraran a una persona encargada de dicha actividad.

Posterior a ese contacto la organización dejó por su cuenta a la cooperativa (que nunca fue constituida formal ni legalmente) a la que las mujeres que trabajaban en ella pusieron por nombre “Ilusión”, las interesadas se organizaron y nombraron a una persona encargada del aspecto financiero de la misma (que

posteriormente, con recursos del municipio, se capacitó), otra que era la encargada del taller y del almacén. La organización antes señalada, en voz de una persona enviada por ellos, les informó que había tenido tal aceptación su producto que tenían contratado un embarque (un trailer, según comentan ellas) y que, a la brevedad posible tenían que enviarlo a la Ciudad de León, Guanajuato. Las integrantes de la cooperativa de producción adquirieron por su cuenta – vendiendo algunos animales, tomando del dinero personal ahorrado – los materiales necesarios para el embarque. El ahínco fue tal que pronto terminaron su labor y procedieron a contactar a las personas de la organización. A la fecha no han recibido respuesta, así que optaron por vender ellas mismas las bolsas en la Ciudad de Ocampo, con el sólo fin de recuperar su inversión – excluyendo, claro está- su tiempo y trabajo<sup>56</sup>

## **5.2 Descripción del producto**

El producto elaborado consistía en bolsas empleadas para transportar comestibles, hechas de un material plástico en hilo, también llamado popotillo. Las bolsas de este tipo son muy comunes en mercados populares principalmente por su rigidez y por ser livianas. El tamaño de las bolsas se medía en números, siendo éstos del uno al cinco con una dimensión de 40 cms. Se elaboraban bolsas de distintos colores combinados como el rojo, verde, azul y negro. La capacidad de las bolsas aunada a que los objetos que transporta no sufren daño resulta de gran confianza entre las usuarias.

## **5.3 Desarrollo del proceso de producción**

### **5.3.1. Materiales**

- 1) Hilo de plástico de 1.5 mm de diferentes colores.
- 2) Bastidor de madera de distintos tamaños rodeado de pequeños clavos para enredar el popotillo.

---

<sup>56</sup> Jasso Rodríguez, Joel, auxiliar de Delegado Municipal de Trojes Blancas ,Ocampo, Gto.,México,2002

- 3) Agujas curvas y otras rectas, hechas con alambre acerado para entresacar las puntas de plástico.
- 4) Clavos para dar firmeza al tejido.
- 5) Encendedor (para pegar puntas)
- 6) Tijeras

### **5.3.2 Proceso de fabricación**

- 1) Se escogía previamente el tamaño del bastidor a utilizar
- 2) Se procedía a montar el bastidor con los hilos de plástico para formar las guías.
- 3) Se tejía la base y columnas (costados) de la bolsa tratando de darle la mayor firmeza posible, deteniéndose con clavos.
- 4) Se tejían las asas de tal manera que quedarán muy rígidas.
- 5) Se realizaba el entretejido desde la base de la bolsa, utilizando las guías. Durante este proceso se intercalaban colores para realizar dibujos que dieran realce al producto utilizando las agujas para pasar el tejido por entre los clavos.
- 6) Se utilizaba el encendedor para pegar las puentes del plástico y repegar el entretejido.
- 7) Se cortaban con tijeras las puntas sobrantes.<sup>57</sup>

Para tejer una bolsa se empleaban aproximadamente 4 horas para la de tamaño chico, esto es 20 cm. Y hasta 8 horas para la bolsa grande de 50cms., utilizándose 2 madejas de plástico para una bolsa de 50 cm.

---

<sup>57</sup> Ibid

### **5.3.3 Mercado**

El mercado final de las bolsas para comestibles era constituido únicamente por las amas de casa de la cabecera municipal y de las comunidades aledañas a Trojes. Las productoras tenían que elaborar las bolsas y colocarlas en el mercado lo que ocasionaba la pérdida de tiempo en esa actividad.

## **CAPITULO VI PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE EXPORTACIÓN**

### **6.1 Naturaleza del proyecto**

El tipo de empresa que se proyecta está ubicada dentro del giro industrial , enfocada a la producción y venta de velas de parafina de manufactura artesanal con el enfoque de calidad y preferencias del consumidor extranjero.

### **6.2 Descripción de la empresa**

#### **6.2.1 Tamaño y ubicación de la empresa – proyecto**

Refiriéndonos al tamaño de la empresa y tomando en consideración los criterios de estratificación de empresa establecidos por la Secretaria de Economía, nuestro proyecto será una microempresa, pues contará con menos de treinta personas .

Siendo que, “la ubicación determina el ambiente dentro del cual se desarrollará a la empresa, este determinará, en gran medida su éxito o fracaso”<sup>58</sup> y nuestro proyecto se enfocará exclusivamente a la producción y venta de objetos artesanales para exportación, la localidad no afectará a la venta o colocación de los productos, por tanto sólo es necesario mencionar el lugar donde se encontrará, siendo el siguiente:

Domicilio conocido, Comunidad de Trojes Blancas, Municipio de Ocampo, Guanajuato.

---

<sup>58</sup> Alcaraz Rodríguez, Rafael E.,El Emprendedor De Éxito, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, México,1998, P.10

## **6.2.2 Misión Empresarial**

Tomando en consideración que la Misión de una empresa está fundamentada en su propósito o motivo por el cual existe o es, y siendo que le da guía o directriz, así como sentido a lo que se hace, es imprescindible contar con ella por escrito.

Al formular la misión se deben seguir ciertos lineamientos, los cuales son:

Que sea Amplia.- Que ubique a la empresa dentro de un cierto conglomerado de productos, pero con posibilidades de expandirse.

Que sea Motivadora.- Cuyo objetivo sea el estimular a las personas que laboran en ella.

Que sea Congruente.- Al reflejar los valores de la empresa y de las personas que laboran en ella.

### **6.2.2.1 Misión de la empresa-proyecto**

“Ser una empresa que muestre la riqueza de la artesanía mexicana, enfocándose en el rubro de las velas artesanales, orientándose hacia la elaboración de productos con la mejor calidad posible, que continuamente innove y satisfaga la necesidad de un producto bello y útil del comprador”.

## **6.2.3 Visión Empresarial**

Una visión empresarial es aquel argumento que guía la decisión de las autoridades de una organización, armonizando las partes de la misma, de modo tal que confluyan hacia una meta deseable. Dinamiza a las personas, aporta

desafíos y propósitos y como fin fundamental permite que el integrante de una empresa sienta que puede modificar la realidad objetiva.<sup>59</sup>

### **6.2.3.1 Visión de la empresa - proyecto**

“Ser una empresa que busque continuamente la mejora en todas sus actividades, tanto dentro de ella como en la aportación a la comunidad, transmitiendo una serie de valores como la verdad, compromiso, responsabilidad y honestidad que fundamenten el desarrollo”.

### **6.2.4 Objetivos Empresariales**

Siendo los objetivos las metas claramente definibles de la actividad de una empresa, consideramos de vital importancia su tratamiento; los objetivos, al ser proyecciones, delimitan el proceso de crecimiento o evolución, en estos se definen los recursos, se designan actividades y responsabilidades de los miembros de la empresa, así como se especifican el tiempo en el que se cumplirán.

Las características de los objetivos que toda empresa debe tener son:

- 1) Ser claros.
- 2) Ser cuantificables.
- 3) Ser alcanzables en un plazo prefijado.
- 4) Proporcionar actividades específicas.<sup>60</sup>

Estas características deberán estar presentes en general para toda la empresa y en particular para los departamentos de la misma.

Los objetivos, se clasifican, según el lapso de tiempo que se necesita para su cumplimiento en:

---

<sup>59</sup> Alcaraz Rodríguez , Op. cit p 21

<sup>60</sup> Ibid

- Objetivos de corto plazo, con un lapso de tiempo de 6 meses a un año.
- Objetivos de mediano plazo, de 1 a 5 años.
- Objetivos de largo plazo, de 5 a 10 años.

#### **6.2.4.1 Objetivos de la empresa-proyecto**

**De corto plazo:** Manufacturar un producto artesanal que llene los requisitos de originalidad, presentación y que cumpla con los requerimientos de exportación, comenzar a distribuirlo en tiendas artesanales de los municipios de San Miguel de Allende y Dolores Hidalgo, y la capital del estado en Guanajuato. Para ello se recurrirá a contactar a los dueños de tiendas artesanales de esas localidades. Este lapso nos dará la oportunidad de conocer nuestras propias fortalezas y áreas de oportunidad.

**De mediano plazo:** Contactar a clientes – establecimientos en el extranjero, con los cuales se colocaran nuestros productos, aquí utilizaremos la asesoría de los ejecutivos de BANCOMEXT. Por otro lado podremos contactar a representantes de compañías importadoras que tengan representaciones a nivel estatal o regional.

**De largo plazo:** Posicionarnos en el mercado de exportación; en primer lugar, permaneciendo en él y en segundo, buscando nuestra diversificación en el mismo.

#### **6.2.5 Justificación de la empresa**

Nuestra empresa se abocará a la creación de velas artesanales, con diseños y figuras innovadoras que pueden tener aceptación en el mercado extranjero

## **6.2.6 Ventajas competitivas empresariales**

Las ventajas competitivas son peculiaridades que posee el producto, que lo hacen especial y que garantizan, de alguna forma, su aceptación en el mercado. Estas características “especiales” generalmente los hacen mejores que otros productos similares.

### **6.2.6.1 Ventajas competitivas de la empresa – proyecto**

Las ventajas empresariales de nuestra empresa estarán orientadas a sus productos, por tanto serán las siguientes:

1. Velas de diseño y color tales que armonizarán con el ambiente del hogar u oficina.
2. Velas que proporcionarán un aroma especial que induzcan a la tranquilidad, en el espacio en que se encuentren.
3. Nuestros productos tendrán un gran cuidado en su acabado.

## **6.2.7 Distingos Competitivos**

Los distingos competitivos son elementos que son motivados por la misión de la empresa, forman parte de la estrategia global de la misma, no obstante que son aspectos que probablemente existen en el mercado, la empresa les dará un tratamiento preferencial.

### **6.2.7.1 Distingos competitivos de la empresa- proyecto**

1. Un sistema de comunicación eficiente, donde el cliente tenga contacto permanente con nosotros.
2. Se realizarán continuas modificaciones a nuestros diseños con el fin de adecuarnos a los deseos de nuestros clientes.

### **6.2.8 Productos de la empresa-proyecto**

Nuestros productos serán velas artesanales fabricadas; al principio llevar a cabo una delimitación de lo que nuestra empresa producirá un paso importante hacia la clarificación de nuestros objetivos, por tanto, es necesaria su expresión. Con materias primas de la mejor calidad y con especial cuidado en su elaboración; el diseño y color de las artesanías se adecuarán a la época en que se prospecten vender.

### **6.2.9 Nombre de la empresa-proyecto**

El nombre que se le da a una empresa le puede distinguir dentro del mercado, por tanto es útil su descripción, este concepto debe cumplir con ciertos requisitos, entre ellos:

1. Que sea descriptivo, es decir que exprese el giro de la empresa, además de las características que le distinguen.
2. Original, es decir que no sea repetitivo en el mercado.
3. Atractivo, se desea que sea fácil de recordar y que el vocablo que se escoja tenga un uso cotidiano dentro del segmento poblacional al que está dirigido.
4. Positivo, el nombre tendrá que tener un significado de naturaleza neutra o que apoye valores reconocidos, ya sea con el producto o con una acción humana positiva.

5. Agradable, debe ser de buen gusto, desechando terminantemente palabras que puedan sonar vulgares o de doble sentido<sup>61</sup>.

Por tanto tomando en consideración cada uno de los puntos anteriores, el nombre propuesto a la empresa-proyecto es:

### **“Artesanía Creativa de México”**

#### **6.2.10 Apoyos a la empresa**

Son las personas, grupos o instituciones a los que nuestra empresa consultará o requerirá en casos específicos. Los apoyos de la empresa proyecto serán los siguientes:

Asesoría Técnica: Sra. Luz Maria Curiel;

Dirección: Cerro de Compostela 101, Col. Arboledas, Celaya ,Guanajuato

Asesoría en Comercio Exterior: Se ha convenido la asesoría del personal del Banco de Comercio Exterior, delegación Guanajuato en la Ciudad de León.

Asesoría Contable: LAE .Sergio Iván Contreras Ruiz

Dirección: Av. Sauz 1260, Laureles, Celaya Gto.

Asesoría Jurídica: Lic. Miguel Ángel Martínez Martínez,

Dirección: Blvd. Chichimequillas 456; León Gto.

#### **6.3 Producción**

Producción es la transformación de materias primas o insumos a través de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores, estos productos pueden ser bienes, ya sea de tipo industrial o de consumo y servicios, ya sean comerciales o profesionales.,en gran medida el desarrollo de una empresa depende esta área pues es en esta donde se producen artículos de calidad y al mismo tiempo coadyuvan al crecimiento del ente económico. Nuestra empresa será una productora de bienes de consumo, pues

---

<sup>61</sup> Alcaraz Rodríguez, Op.cit,p 33

su producción estará encaminada a los consumidores finales para satisfacer necesidades personales.

### **6.3.1 Objetivos del área de producción.**

**Corto Plazo:** El objetivo a corto plazo es el de producir un total de 340 velas mensuales de diferentes formas y tamaños.

**Mediano Plazo:** Cumpliendo estándares de calidad, precios y tiempo de entrega, se espera un incremento de la producción de un 20%

**Largo plazo:** Se espera la consolidación de la empresa, por tanto el incremento será de un 50%

### **6.3.2 Especificaciones del producto**

El producto que nuestra empresa elaborará consistirá en velas de distintas formas, aromas, tamaños y colores. El diseño de las mismas se orientará a la utilización de formas o figuras que recuerden cierto aspecto reconocido de la cultura nacional, aunque queremos destacar que una de las características proyectadas de la empresa es la flexibilidad en cuanto a diseños y nos centraremos en los deseos de nuestros clientes. por ello también podremos elaborar diseños de velas comercializadas comúnmente (cilindros, cubos, velas trenzadas etc.).

Los materiales básicos de constitución del producto son: Parafina (liquida o granulada),pabilos, colorante, aromas; en el largo plazo pretendemos también que nuestras velas cuenten con una base, ya sea de cerámica pintada a mano o de latón; respecto al empaque unitario de los productos utilizaremos papel corrugado y/o caja de cartón hecha a mano y papel celofán , material que preserva el aroma y la superficie de cera.

### **6.3.3 Descripción del proceso de producción**

El proceso de producción es la serie de actividades o procedimientos que se emplean para fabricar o elaborar cierto producto, en éste se conjunta las materias primas, el recurso humano y la maquinaria necesaria para llevar a cabo el proceso. A continuación se describe el proceso de producción de la empresa haciendo notar que debido a que se trabajará con distintos diseños y terminaciones el proceso para fabricación de cada uno es diferente, por tanto se ejemplificará tan sólo uno de ellos.

La Producción Mensual de la empresa al comenzar operaciones será de 340 velas al mes; ya que la empresa funcionará sólo cinco días a la semana, nuestra producción se distribuirá por lotes semanales de 85 velas cada uno, los cuales tendrán un diseño diferente cada uno.

#### **Ejemplificación:**

Cantidad: 17 velas

Diseño: cilindro con líneas onduladas

Color: verde oscuro

#### **Elaboración:**

- a) Pesado de parafina y color (10 min.)
- b) Fundido de la cera a baño María (10 min.)
- c) Preparación de los moldes, aplicándole una capa de aceite mineral (10 Min.)
- d) Vertido de la cera previamente pigmentada a una temperatura de 80° C (30 min.
- e) Se deja enfriar y se desmolda (60 min.)
- f) Elaboración de las cajas individuales de las velas (60 Min.) \*tiempo del enfriado y desmolde.

- g) Insertar pabilo con ayuda de aguja de canevá previamente calentada. (30 min.)
- h) Con ayuda de una gubia, realizar el ondulado en la vela (50 min.)
- i) Limpieza de la Vela con esponja (10 min.)
- j) Se cubre con papel celofán, se empaca en caja individual y se etiqueta (50 min.)
- k) Se almacena (20 min.)

### **Materiales**

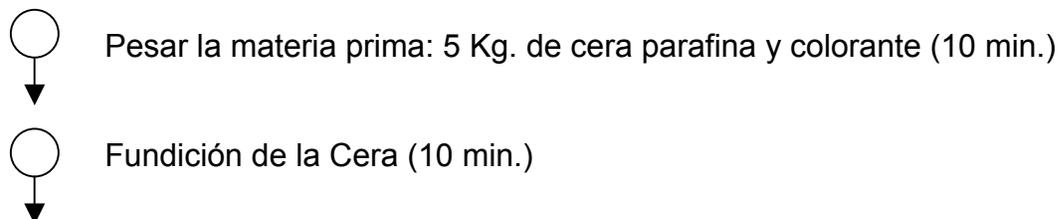
Cera, Parafina,  
Aceite Mineral,  
Pigmento,  
Pabilo Encerado  
Molde  
Cartón corrugado  
Silicón  
Pistola para silicón.

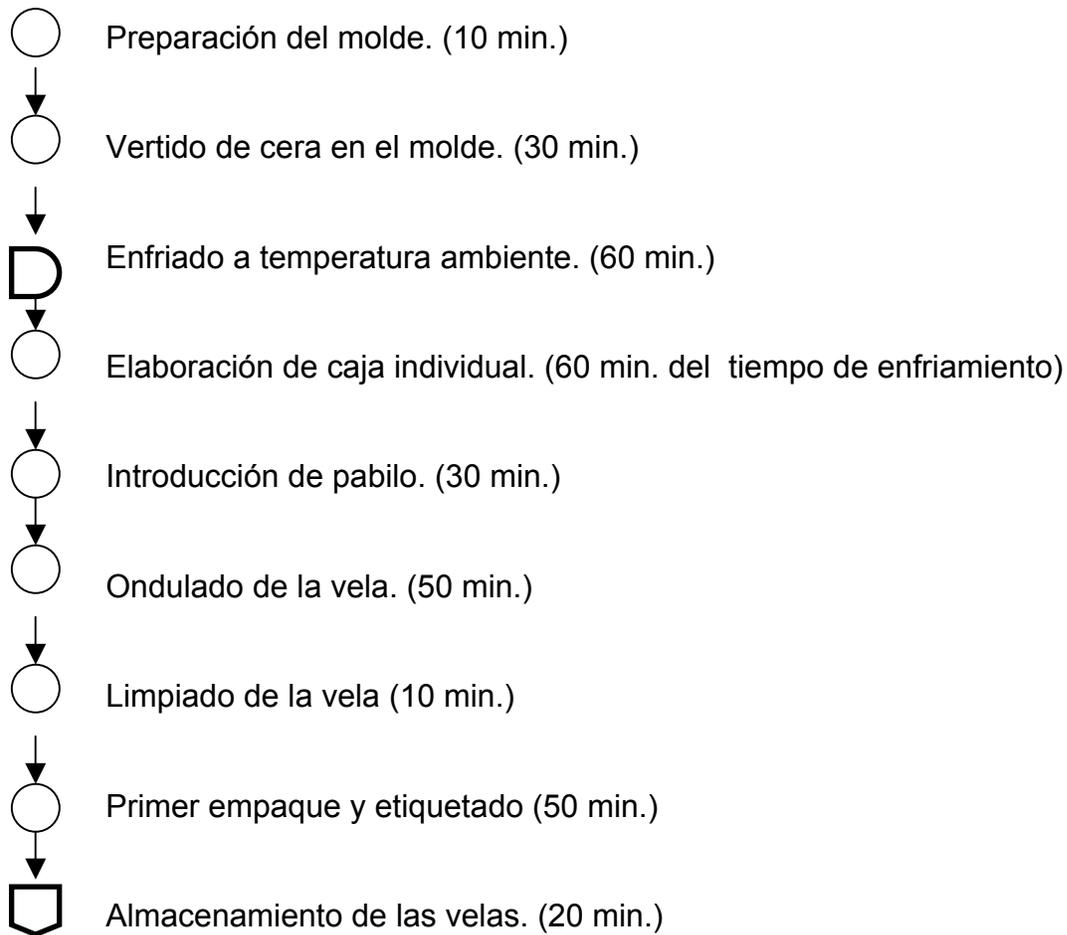
### **Herramientas:**

Gubia Recta  
Aguja de Canevá  
Bolsa especial para fundir cera  
Esponja para limpiar

Tiempo total del proceso de elaboración: 4 hrs.30 min.

### **6.3.4 Diagrama de flujo del proceso de producción**





### **Simbología del Proceso**

○ Operación.- Cualquier actividad que dé como resultado una transformación o cambio cualitativo.

D Retraso.- Operación que tiene por finalidad el que un componente del producto espere para una operación, inspección o transporte.

◻ Almacenamiento.- Operación en la que un producto terminado o semitransformado se mantiene en almacén hasta su venta.

### **Acciones de Mantenimiento**

- Limpieza ollas de fundido, una vez al día
- Limpieza de herramientas, una vez al día
- Limpieza de área de empaque, una vez al día
- Limpieza área de trabajo, una vez terminada la jornada de trabajo

### **6.3.5 Requerimientos tecnológicos del área de producción**

Dentro de los elementos a tomarse en cuenta para la selección de tecnología y que son útiles a nuestro proyecto se encuentran:

- 1) Facilidad para adquirirla y manipularla.
- 2) Aspectos técnicos requeridos para el uso de la tecnología al aplicarla en la fabricación del producto.
- 3) Al analizar estos aspectos observamos que la tecnología que requerimos es sumamente sencilla, su compra es de fácil acceso, así como su manipulación y no se requiere un conocimiento técnico especializado para usarla.

### **6.3.6 Equipo necesario para el proceso de producción**

<b>Equipo / Herramienta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
Quemadores de gas	2	2,500.00
Ollas y bandejas de peltre	6	1,980.00

Cucharas	6	50.00
Moldes	300	1,000.00
Gubias	20	200.00
Cortadores	20	100.00
Cepillo	6	120.00
Termómetro	2	800.00
Mateadores	20	300.00
Agujas de canevá	10	30.00
Carretilla	2	80.00
Guantes aislantes	6 pares	1,500.00
Báscula	2	400.00
Tanque estacionario e instalación	1	5,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$14,060.00</b>

### **6.3.7 Instalaciones necesarias para el proceso de producción**

No se requiere ninguna instalación especial, más se tendrá cuidado en el equipo de gas en cuanto a su instalación y lugar definitivo. Se cuenta con un espacio de planta de 300m<sup>2</sup>.

Los servicios básicos con los cuales contará la empresa serán el agua potable, electricidad , gas L.P y los servicios públicos que atiende el municipio.

### **6.3.8 Materia prima requerida en el proceso de producción**

La materia prima se constituye de los elementos, partes o sustancias que requiere un producto para su elaboración. A continuación se indicará la materia

prima requerida para un día de trabajo (17 velas), tomando en consideración el ejemplo dado:

<b>Materia Prima</b>	<b>Cantidad</b>
Cera parafina	5.1 kg.
Pabilo encerado	1.5 mts.
Pigmento	20 grs.
Empaque	17 cajas
Etiqueta	17 unidades

### 6.3.8.1 Identificación de proveedores

Los criterios que se utilizaron para determinar a los proveedores óptimos para nuestra empresa fueron los de calidad en primer lugar, precio y servicio. Realizamos la investigación en diferentes ciudades: Guanajuato, Salamanca y México, D.F. En la investigación dio por resultado el que unos proveedores contaban con la mayoría de nuestros requerimientos, pero la distancia con respecto a la empresa elevaba en un gran porcentaje los costos, así que optamos (preferentemente) por preferir los proveedores más cercanos a la localidad base del proyecto.

<b>Materia Prima</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Calidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Servicio</b>
Cera de abeja	Proveedor local (Ocampo, Gto.)	Buena	\$5.00 / kilogramo	Bueno
* Cera parafina	Química VAM (Salamanca)	Buena	\$8.00 /kilogramo	Bueno
Pigmentos	Manualidades del Centro, S.A. de C.V. (León);	Buena	\$2.5 / 20 grs.	Bueno
	Servicios a la Industria de las	Buena	\$25.00 / fco. de	Bueno

	Manualidades D.F.		50 ml.	
*Pabilos encerados	Servicios a la Industria de las Manualidades D.F.	Buena	\$5.00 / 1 mt.	Bueno
Etiquetas	Impresiones "Ocampo"	Buena	\$.20 / etiqueta	Bueno
Cajas individuales para empaque	Elaboradas por las artesanas.	Buena	\$5.00 aprox. / caja	Bueno
* Se optó por seleccionar al proveedor al cual observamos mayor seriedad y calidad en sus productos y servicios, además de la comodidad de recibir el producto en Ocampo				

### 6.3.9 Política de compras

La política de compras de la empresa proyectada será la siguiente:

- a) Con base en la serie de proveedores que se hayan detectado se preferirán los que posean estándares de calidad establecidos, que su precio sea competitivo y el servicio que brinden sea óptimo.
- b) Se establecerá un sistema de inventario que nos permita tener en almacén cierto volumen de materia prima e insumos que nos evite el que el proceso de producción se detenga.
- c) Las compras las realizará una sola persona, en un principio será el Gerente General. (El formato de compras a utilizar se encuentra en el anexo IX).

### 6.3.10 Capacidad instalada

“La Capacidad Instalada se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta,

refiriéndose principalmente a maquinaria e instalaciones físicas<sup>62</sup>. Con base en la afirmación anterior tenemos que la capacidad de producción actual de la microempresa es de 1000 velas por mes, cantidad óptima en un corto plazo; obviamente nuestra perspectiva es el crecimiento y diversificación de los productos que elabore la empresa, para ello contamos con mano de producción potencial y, con ayuda del gobierno municipal, es posible la ampliación de nuestras instalaciones y la inversión en equipo dependerá de los resultados de ventas.

**La proyección a corto plazo es la siguiente:**

<b>Período</b>	<b>Cantidad de Productos</b>
1 día	17 velas
1 semana	85 velas
26 meses	340 velas por mes

### **6.3.11 Manejo de inventarios**

Consideraremos que inventario es la cantidad de materia prima, productos terminados o en proceso de elaboración que la empresa tiene. La política del proyecto es que no se tenga un exceso de bienes en almacén y que la materia prima que se tenga en el mismo sea la suficiente para mantener el punto de reorden y que no se presente escasez.

#### **6.3.11.1 Cálculo del punto de reorden**

Consideramos que el proveedor de cera parafina (componente principal del producto) entrega la materia prima 2 semanas después de que se le pide, teniendo 2 días como tiempo de tardanza; el consumo de cera proyectado al mes

<sup>62</sup> Alcaraz Rodríguez, Op.cit, p.64

es de 300 Kg., considerando cuatro semanas de cinco días laborales, el consumo por semana es de  $300/4 = 75$  kg. Si el proveedor tarda 2 semanas en surtir tenemos:  $2 \times 75$  kg. = 150Kg, el volumen proyectado de 2 días de retraso = 30 Kg.

**Entonces:**

150 kg en almacén

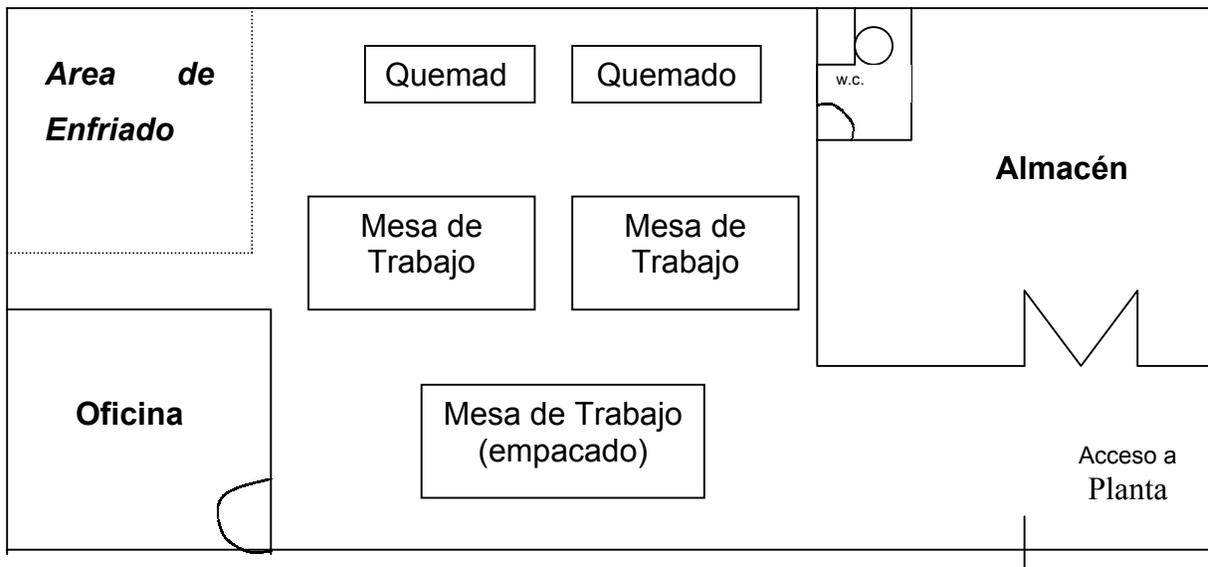
30 kg de margen de seguridad

180 kg en inventario, mínimo aceptable antes de reordenar

### 6.3.12 Diseño y distribución de planta y oficina

Planta es el lugar o espacio físico donde confluyen las personas, herramientas, equipos y materias primas para elaborar un producto específico.

#### Distribución de Planta e Instalaciones



### 6.3.13 Mano de obra requerida

La mano de obra es el conjunto de personas que se encargan del proceso de elaboración de un producto determinado, por ello debemos considerar habilidades necesarias para desempeñar el trabajo.

Para nuestro proyecto la mano de obra requerida será la siguiente:

<b>Actividad</b>	<b>No. De Personal Requerido</b>	<b>Tipo de Habilidad</b>
Pesado y fundido de cera	1	Tener conocimiento sobre manejo de equipo de gas
Desmolde, adorno y empaque	1	Tener facilidad para realizar trabajos manuales a detalle

Mano de obra total: 2 personas en el área de producción en un solo turno.

### 6.3.14 Procedimiento de control de calidad en producción

Para nuestro proyecto la calidad, además de ser un rubro indispensable es la manera de tener una relación estrecha con nuestros clientes, lo que desean y cómo, utilizando lo que tenemos a nuestro alcance lo podemos lograr.

Estandarizaremos el proceso de producción de tal manera que cada persona sepa específicamente la labor que desarrollará, los materiales que utilizará, el cuidado del equipo y herramienta.

Capacitaremos al personal en su área específica. La política de compras será en definitivo, adquirir materia prima de la mejor calidad. Tendremos un cuidado especial en la supervisión de cada etapa de producción y en el

mejoramiento gradual de nuestros procesos y técnicas de elaboración. Buscaremos a mediano y largo plazo el adquirir maquinaria y adecuar las instalaciones para un proceso moderno.

En cuanto a la seguridad de nuestros empleados, ésta recibirá gran atención, pues el manejo correcto de materias fundentes puede evitar desagradables accidentes.

Por último, el área de producción estará en estrecho contacto con la Gerencia para que de esta manera se corrija cualquier desviación al estándar requerido por el cliente .

### **6.3.15 Programa Preoperativo de producción**

El Programa Preoperativo de Producción se constituye de las actividades necesarias para iniciar con las actividades de producción, es decir, con el proceso de producción propiamente dicho.

**Las actividades preoperativas de producción de la empresa son las siguientes:**

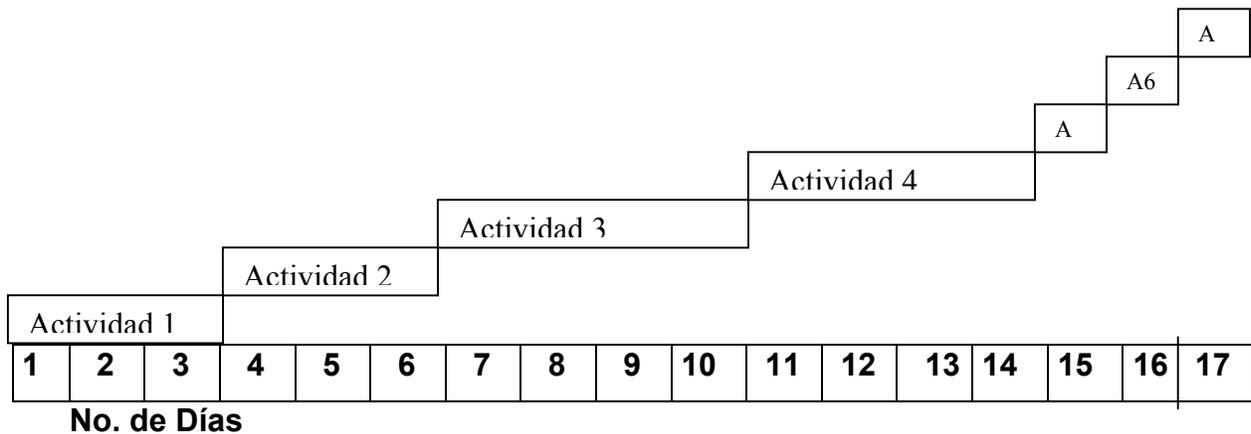
- 1) Acondicionamiento del local de trabajo
- 2) Reclutamiento de personal.
- 3) Compra e instalación del equipo de trabajo.
- 4) Selección y contratación.
- 5) Capacitación e inducción del personal
- 6) Etapa de pruebas en el producto.
- 7) Comienzo del proceso de producción.

#### **Periodo de realización:**

- 1) 3 días
- 2) 3 días

- 3) 4 días
- 4) 4 días
- 5) 1 día
- 6) 1 día
- 7) 1 día

### Gráfica de Gantt



### 6.4. Organización de la Microempresa

Comenzaremos por definir qué es organización, pues consideramos que es ésta un área sumamente importante para el desarrollo productivo de la empresa. Según Agustín Reyes Ponce la organización es “La estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones de un organismo social, con el fin de lograr su máxima, eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados”<sup>63</sup>, esta concepción nos es muy útil cuando pretendemos realizar una distribución de

<sup>63</sup> Reyes Ponce, Agustín; Administración de Empresas, Teoría y Practica, Trigésima reimpresión, Editorial Limusa, México, 1999,p212

funciones, así como en el diseño de sistemas de comunicación, producción, entre otros; sin embargo, la organización puede ser más que el aspecto puramente distributivo, para nosotros es más una orientación general acerca de lo que queremos o deseamos de la empresa y en la empresa, es decir, el diseño de la organización o distribución organizativa planteará la relación humana que se busca alcanzar, además de la creación de una estructura o armazón que encierre las actividades necesarias para operar una empresa dentro de un orden lógico, es; finalmente, el punto de enlace o unión entre los aspectos teóricos y los prácticos, en otras palabras, lo que debe ser y lo que es en realidad.

Dentro de algunos de los beneficios de la organización está el hecho de que permite saber a las personas que laboran en una empresa las actividades que tienen que desempeñar y cómo tienen que realizarlas lo mejor posible, además, se reduce en gran medida las confusiones o incomprensiones respecto a lo que cada cual tenga que hacer.<sup>64</sup>

Los principios de organización que nos parecen más importantes son los siguientes:

- a) Toda organización debe establecerse con un objetivo general previamente definido y claro, lo que podemos considerar su misión.
- b) La responsabilidad de cada puesto dentro de la empresa siempre deberá ser acompañada por la autoridad correspondiente.
- c) La división del trabajo adecuado evitará duplicidad de funciones, así cada empleado será responsable de su propio desempeño.
- d) Debe estructurarse una organización lo más sencilla posible.

Con los puntos anteriores, podemos estructurar una serie de políticas y controles internos para llevar a cabo un funcionamiento empresarial óptimo.

---

<sup>64</sup> Ibid

### **6.4.1 Sistema de organización**

El sistema de organización que más beneficia y se adapta a una microempresa es el lineal, que es aquel en que la autoridad y responsabilidad se transmiten íntegramente por una sola línea para cada persona o grupo. En este tipo de sistema cada individuo integrante no tiene sino un solo jefe y no recibe órdenes más que de él y a él sólo reporta<sup>65</sup>

Las ventajas de este sistema son:

- 1) Es muy claro y sencillo
- 2) No hay conflictos de autoridad
- 3) Se facilita la rapidez de la acción
- 4) Se crea una firme disciplina

Su desventaja principal estriba en que los encargados de un proceso específico no conocen todo lo relativo al proceso en general, por lo que pueden perderse datos valiosos, por ello es correcto el inducir a todo empleado al conocimiento básico y general de las actividades de la empresa.

### **6.4.2 Objetivos del Área de Organización**

Corto plazo:

1. Elaborar una estructura organizacional eficiente, estableciendo una distribución adecuada de responsabilidades y actividades.
2. Contratación e inducción correcta del personal.

Mediano y largo plazo:

---

<sup>65</sup> Reyes Ponce, Op.cit, p 221

1. Establecer definitivamente un sistema de control en el desempeño laboral, elaborando una cronología de evaluaciones al personal.
2. Detectar áreas con posibilidades de desarrollo.
3. Establecer un sistema de capacitación y estímulos a nuestro personal.

### **6.4.3 Estructura Organizacional**

Para la empresa - proyecto las estructuras básicas de la misma serán 4:

- a) Área Directiva
- b) Área de Producción
- c) Área de Contabilidad y Finanzas
- d) Área de Mercadotecnia
- e) Recursos Humanos

#### **6.4.3.1 Área Directiva**

Entre sus funciones más importantes se encuentran la aprobación de programas y presupuestos generales y particulares, la interpretación de estudios financieros, el contacto con las personas bajo su mando para dar instrucciones o realizar observaciones, recibir información y resolver dudas. En una microempresa, tiene un contacto muy estrecho con los trabajadores, recibe visitas de personas ajenas a la empresa, redacta informes y programas, lleva estadísticas generales, también - y dado el caso - participa en actividades de la comunidad, llevará el control de registros del personal (IMSS, Prestaciones, etc.), por último se hará cargo del reclutamiento, contratación e inducción de los trabajadores y empleados.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Dunnet, Dylan; Reclutamiento De Personal; 2ª Edición, Ediciones Joaquín Mortiz, México, p. 120

### **6.4.3.2 Área de Producción**

Las actividades y funciones generales más importantes de esta área son la coordinación de las secciones de compras, diseño y fabricación, estableciendo una supervisión estricta del proceso de éste último; esta área controla inventarios (existencias) tanto de materia prima como de productos en proceso y terminados.<sup>67</sup>

En cuanto al diseño determinará características y normas específicas del producto, como son su material, color, tamaño, forma entre otros, para obtener un producto con las características y calidad requeridas y previstas; en comercio exterior este punto requiere mucho cuidado por lo que, en el proyecto el Gerente podrá intervenir dentro del mismo para su estricta observancia. En un corto plazo se proyecta el contrato de un auxiliar sólo para esta área, además de que la misma esté bajo control de un Jefe de Producción.

### **6.4.3.3 Área de contabilidad y finanzas**

Las funciones del área serán el plasmar la información de sus registros en estados financieros con el objeto de dar a conocer los resultados obtenidos en un determinado período de operaciones, específicamente se llevarán la elaboración de cuentas de acreedores y deudores, se realizará el control de cada uno de los departamentos y apoyará en la planeación numérica de los procedimientos de la empresa, en los diversos presupuestos (Ventas, Compras, Fabricación, etc.)

---

<sup>67</sup> Ibid.

#### **6.4.3.4 Área de mercadotecnia**

Esta área se encargará del seguimiento de la colocación de los productos en el mercado bajo el esquema que se opte, es decir, se realizará la investigación de mercado continuamente, la planeación, la determinación de costos y presupuestos, estudiará los programas de fabricación y tendrá un contacto estrecho con clientes e instituciones de apoyo al proyecto en cuanto a la comercialización. Por ser éste un departamento de vital importancia en un mediano plazo se pretende la contratación de una persona encargada exclusivamente a este respecto.

#### **6.4.3.5 Recursos Humanos**

El área de recursos humanos es , dentro de la organización empresarial, el motor de cualquier empresa , pues de esta resulta la posibilidad de ser un ente productivo eficaz y eficiente o simplemente ser una entidad “productora“ de bienes con una visión e impacto débil en su entorno.

#### **6.4.4 Dinámica Organizacional**

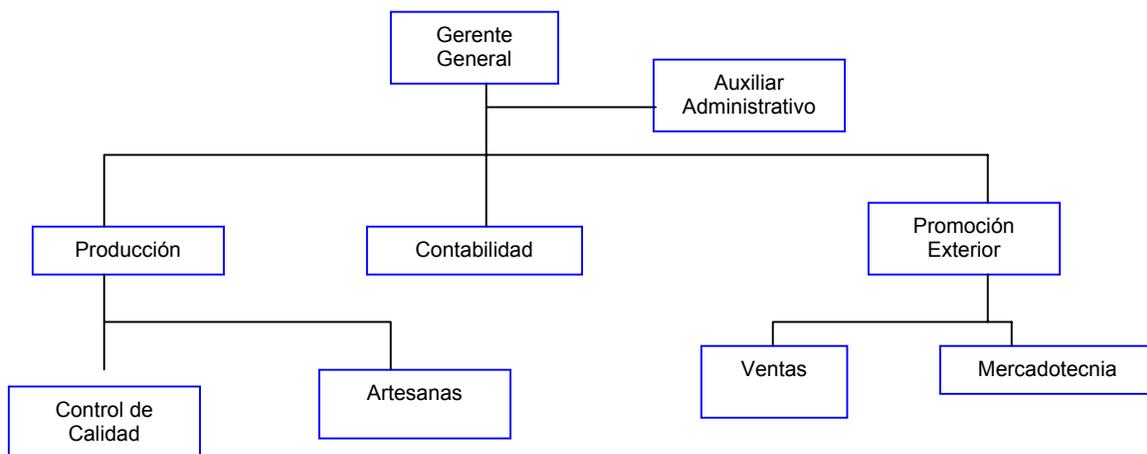
Para nuestra empresa los recursos humanos formarán una parte fundamental, pues de su disposición al trabajo, satisfacción de necesidades y empeño a superarse dependerán el éxito del proyecto. La organización en su totalidad se abocará al logro de condiciones favorables y de confianza, tanto entre las trabajadoras como entre ellas y el personal administrativo; por ello la dinámica de la relación en cuanto a recursos humanos se basará en:

- 1) Ambiente adecuado.- Esto quiere decir que se laborará en un espacio físico agradable, limpio, bien iluminado y libre de ruidos molestos.

- 2) Implementación de medidas de seguridad accesibles, fáciles de entender y seguir.
- 3) Clima de trabajo que permita una interacción sana, con la menor presencia de conflictos y roces internos, en ello dependerá mucho el que la Gerencia estimule un desarrollo personal de las trabajadoras.

### 6.4.5 Organigrama de la Empresa

Con base en los datos vertidos en el apartado anterior presentamos un Organigrama básico de la empresa haciendo énfasis en el hecho de que este es un prospecto de la empresa a largo plazo.



#### 6.4.5.1 Funciones específicas por puesto

Se describen a continuación las funciones de los puestos de la empresa con la observación que en el corto, mediano y aún en el largo plazo, algunos de los mismos entraran en funciones después de consolidada la empresa. Como es el caso del área de producción ,mercadotecnia o contabilidad.

## **Gerente General**

### **Ubicación:**

El Gerente General estará ubicado al principio de la organización, el instrumental que requiere será una computadora, fax, teléfono y máquina de escribir.

### **Jerarquía:**

Ejerce el mando directamente sobre los encargados de Producción, Contabilidad y Mercadotecnia, y es responsable del funcionamiento global de la empresa.

### **Contactos:**

Con los responsables de las áreas de Producción, Contabilidad y Mercadotecnia. Tendrá comunicación con funcionarios de dependencias de apoyo al proyecto, para solucionar problemas, así como clientes y agencia aduanal.

### **Descripción Genérica:**

El Gerente será aquella persona que lleve a cabo la planeación correcta de actividades, adecuará o simplificará procesos y será responsable de la marcha de la empresa.

### **Descripción Específica:**

Estudio de Problemas:

Aprobará presupuestos y programas, interpretará estados financieros, estudiará contratos y documentos.

- a) Acordará con las personas a su cargo para dar instrucciones, recibir información, resolver dudas y problemas de su competencia.
- b) Participará en reuniones con subalternos, así como con los accionistas.
- c) Tratará con trabajadores sobre sus problemas.
- d) Tendrá contacto con personas ajenas a la empresa como gerentes de banco, funcionarios de dependencias y oficinas de apoyo y agente aduanal.
- e) Dictará correspondencia, revisará y firmará documentos, llevará estadísticas generales.

- f) Mantendrá una observación directa, cuando le sea posible, del desarrollo del proceso de producción.

## **Jefe de Producción**

### **Ubicación:**

Dentro de la empresa, el Jefe de Producción tiene una ubicación inmediata inferior del Gerente General. El instrumental que requiere el puesto es una máquina de escribir y formatos de supervisión de proceso.

### **Jerarquía:**

El Jefe de Producción dependerá directamente del Gerente de la empresa; sus subalternos directos serán las Artesanas.

### **Contactos:**

Mantendrá relación estrecha con el Jefe de Contabilidad y el de Mercadotecnia para realizar una mejor planeación del trabajo a realizar y coordinación de sus tiempos. En lo externo mantendrá contacto con los proveedores.

### **Descripción Genérica:**

Llevará a cabo la adecuada coordinación, supervisión e incluso la modificación del proceso de producción, así como el control de calidad y del almacén, producto en proceso y terminado.

### **Descripción Específica:**

**Diariamente** estudiará problemas de producción, supervisará la realización de los programas de fabricación y calidad del producto, atenderá el personal a su cargo para escuchar sugerencias, quejas, entre otras cuestiones.

**Periódicamente** analizará pronósticos de Mercadotecnia y los comparará con los resultados obtenidos, acordará soluciones con el Gerente, atenderá proveedores, llevará estadísticas de control.

**Eventualmente** coordinará actividades para el diseño de nuevos productos, así como su diversificación.

## **Jefe de Contabilidad**

### **Ubicación:**

Será inmediata inferior al Gerente de la empresa, en el mismo nivel que el Jefe de Producción. El instrumental para realizar su trabajo será una máquina de escribir, formatos de contabilidad y computadora con un programa contable y financiero.

### **Jerarquía:**

El Jefe de Contabilidad dependerá del Gerente y tendrá a su cargo al Auxiliar de Contabilidad (proyectado).

### **Contactos:**

Mantendrá una estrecha relación laboral con el Jefe de Producción y el Jefe de Mercadotecnia para elaborar estados contables y financieros correctos. Exteriormente mantendrá contacto con las instituciones que apoyan al proyecto en cuanto crédito.

### **Descripción Genérica:**

El Jefe de Contabilidad será el encargado de llevar a cabo el control contable y financiero de la empresa.

### **Descripción Específica:**

**Diariamente** revisará correspondencia, autorizará bonificaciones, horas extra, acordará con su subordinado sobre trabajo diario.

**Periódicamente** aprobará presupuestos, estudiará costos e impuestos, interpretará estados financieros, así como tendrá a su cargo los mismos, tendrá reuniones con los Jefes de Producción y Mercadotecnia para resolver problemas de contabilidad, mantendrá contacto personal o telefónico con instituciones de crédito.

**Eventualmente** discutirá con el Gerente sobre movimientos financieros y participará en las reuniones convocadas por la Gerencia.

## **Jefe de Mercadotecnia**

### **Ubicación:**

En grado inmediato inferior de la empresa en el mismo nivel del Jefe de Contabilidad. El instrumental necesario para realizar su labor será una máquina de escribir, computadora y uso de formatos de control de ventas.

### **Jerarquía:**

El Jefe de Mercadotecnia dependerá directamente del Gerente y tendrá a su cargo al Auxiliar de Ventas (proyectado)

### **Contactos:**

En el interior de la empresa, el responsable de este puesto colaborará con el Gerente, el Jefe de Contabilidad y de Producción para elaborar una planeación adecuada de la distribución de recursos financieros y capacidad de producción. En lo externo mantendrá relación con agentes aduanales e instituciones dedicadas a la comercialización de productos en el extranjero.

### **Descripción Genérica**

El Jefe de Mercadotecnia es el responsable de analizar el mercado de productos que la empresa fabrica; lleva a cabo el control estadístico de ventas y será el responsable directo de analizar la mejor forma de distribución de producto.

### **Descripción Específica:**

**Diariamente** coordinará las actividades de su auxiliar y supervisará su trabajo, mantendrá contacto telefónico con el Jefe de Producción para supervisar el avance de trabajo.

**Periódicamente** estudiará la situación del mercado y su ampliación, estudiará programas de fabricación, mantendrá contacto telefónico con clientes y agentes aduanales y analizará posibles clientes.

**Eventualmente** participará en reuniones con el Gerente y Jefes de Contabilidad y producción para coordinar actividades en materia de diversificación de productos, análisis de las necesidades de clientes, análisis de las condiciones de calidad de transporte del producto.

## Auxiliar Administrativo

### **Ubicación:**

El auxiliar administrativo tiene una posición inferior inmediata al Gerente General y está bajo sus órdenes. El instrumental necesario para la ejecución de su labor será una computadora, impresora y teléfono.

### **Jerarquía:**

Dependerá directamente del Gerente de la empresa, no tendrá subalternos.

### **Contactos:**

Mantendrá relación y comunicación directa con el Gerente de la empresa en todo lo relativo al funcionamiento de la misma.

### **Descripción Genérica:**

Dispondrá de información requerida por el Gerente para la toma de decisiones, auxiliará a su superior en cuestiones relativas a la administración de personal, contabilidad y ventas.

### **Descripción Específica:**

**Diariamente** tendrá retroalimentación de la información contable y administrativa de la empresa, y tendrá comunicación con el Gerente.

**Periódicamente** auxiliará a su superior en reuniones de trabajo, recibirá información de las trabajadoras y personas ajenas a la empresa.

**Eventualmente** coordinará algún evento sugerido por la Gerencia.

## Trabajadora Manual (Artesana)

### **Ubicación:**

En grado inmediato inferior al Jefe de Producción. Los instrumentos necesarios para su labor serán el equipo y herramienta indispensable.

### **Jerarquía:**

Dependerá directamente del Jefe de Producción.

### **Contactos:**

Mantendrá contacto directo cotidiano con el Jefe de Producción, quien supervisará el trabajo realizado y le orientará para una correcta elaboración del mismo.

**Descripción Genérica:**

La artesana se dedicará a la elaboración de los productos de exportación, observando estrictamente los requerimientos de calidad exigidos por la empresa.

**Descripción Específica:**

Diariamente recibirá instrucciones del Jefe de Producción, relativas al desarrollo de su trabajo; acatará los lineamientos para la elaboración del producto y reportará actividades cuando su superior se lo solicite.

Periódicamente participará en reuniones con el Jefe de Producción para conformar las mejores estrategias de elaboración de la artesanía.

Eventualmente tomará cursos de capacitación en algún tema relacionado con el mejoramiento del producto o el desarrollo del trabajo.

## **6.4.5.2 Política de perfiles, captación y desarrollo del personal**

### **6.4.5.2.1 Perfil del personal**

Ya que los puestos gerenciales en un primer momento estarán ocupados por el iniciador de la empresa estos no serán requeridos, sin embargo, los puestos de Trabajadora Manual (Artesana), así como el Auxiliar Administrativo requerirán el diseño de un perfil; a continuación presentamos un ejemplo de ello:

**Puesto: Trabajadora Manual**

Requisitos:

Sexo: Femenino

Estado Civil: Preferentemente solteras

Escolaridad: Secundaria terminada

Conocimientos Básicos sobre la Producción: Ninguno

### **Puesto: Auxiliar Administrativo**

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Escolaridad: Bachillerato Administrativo de preferencia

Conocimientos Básicos en: Computación y Contabilidad

Esperamos con el tiempo llegar a requerir y a su vez especializar a personas para cada uno de los puestos que conformarían la empresa como pueden ser: Encargado de Almacén, Jefe de Producción, Supervisores, Encargado del Despacho Aduanero, entre otros.

### **6.4.5.2.2 Captación del personal**

El proceso de captación del personal consta de tres partes fundamentales:

- 1) Reclutamiento
- 2) Selección
- 3) Inducción

#### **A) Descripción de los elementos procedimentales**

- 1) En el reclutamiento se distinguen 2 aspectos principales, estos son, las fuentes de donde proviene el personal y los medios de que dispone la empresa para realizarla; para nuestro proyecto, la fuente de donde obtendremos al personal no es más que la comunidad. Los medios de reclutamiento serán, difusión por medio de cartelones, junta de información y personal recomendado.
- 2) El proceso de selección del personal requerido por nuestra empresa será muy sencillo, primero se les pedirá que asistan a una reunión explicativa del proyecto empresarial; a las interesadas en participar en el proyecto se les requerirá que llenen una solicitud de empleo, posteriormente se realizará una entrevista que la conducirá el Gerente de la empresa y será del tipo mixta, esto

es, que contendrá preguntas predeterminadas y aquellas que el entrevistador considere oportuno en realizar y que indican un conocimiento de las características específicas del solicitante; a los candidatos que aprueben, a consideración del entrevistador, las fases anteriores atendidos en la confiabilidad de los datos obtenidos, así como las características buscadas en candidatas (compromiso, disposición al trabajo, facilidad de relación con los demás, experiencia previa) se les requerirá de un examen médico de alguna institución oficial de salud (Centro de Salud, IMSS), finalmente y antes de la contratación se le describirá el puesto a las solicitantes en cuanto a funciones, horario de trabajo, riesgos, sueldo, prestaciones, descansos, etc.

- 3) La finalidad del proceso de inducción es la de permitir un contacto entre el nuevo trabajador y la empresa y se diseña de tal manera que el trabajador reconozca las políticas de personal, de disciplina laboral, la misión y visión de la empresa. Para el proyecto es de mucha importancia, pues de ella depende, en muchas ocasiones, el desempeño laboral y acoplamiento a un sistema de producción que, en nuestro caso les será casi completamente desconocido.<sup>68</sup>

## **B) Elementos del proceso de inducción**

- a) Persona que la realizará.- El Gerente General tendrá a su cargo este proceso.
- b) Material y recursos de apoyo.- Se utilizará la ayuda de esquemas en rotafolio y un folleto de inducción. Se emplearán técnicas de integración grupal y de sensibilización al trabajo de equipo.
- c) Procedimiento.- Presentación de la empresa, presentación de la misión, visión y sus valores, descripción del puesto, sus funciones y personas a quienes reportará, tiempo de labores y de descansos, conocimiento del reglamento interno de la empresa.

---

<sup>68</sup> Dunnet, Dylan, Op.cit.p.147

### **6.4.5.2.3 Desarrollo del personal**

El desarrollo del personal consiste en desarrollar y adaptar a los requerimientos de la empresa las características innatas que poseen los trabajadores y estimular la adquisición de conocimientos y el desarrollo de destrezas que el miembro de la misma necesite para el desempeño óptimo de su trabajo.

1. El entrenamiento básico donde se prepara a las personas para realizar el trabajo por el que se le contrata.
2. La capacitación, la cual consiste en impartir cursos de diferente duración y aspectos con el fin de proporcionar al trabajador elementos para un crecimiento personal y laboral que, en última instancia, beneficia a la empresa.

Para nuestro proyecto el entrenamiento básico lo impartirá el Asesor Técnico en forma teórica un día y en forma práctica otro más, enseguida se pondrán a laborar las personas supervisadas por el Asesor y el Gerente. La capacitación se dará después de un tiempo determinado (6 a 7 meses tentativamente) a las trabajadoras que demuestren mayor compromiso con la empresa, así como dedicación y esmero en su trabajo, los cursos que se promoverán serán de diferente índole, tanto en la especialización del procedimiento de elaboración como en proyectos alternativos de la empresa, así como de relaciones humanas, calidad y motivación. La Gerencia también será involucrada en dichos aspectos y especializada en la cuestión mercadológica y de negociación.

#### 6.4.5.2.4 Administración de sueldos y salarios

Este rubro constará de tres categorías:

La primera se constituirá por la Gerencia General y Jefaturas particulares.

La segunda estará ocupada por un Auxiliar Administrativo con funciones de apoyo a la Gerencia.

La tercera se constituirá de las Trabajadoras Manuales (Artesanas)

##### ***Tabulador de la Empresa:***

<b>Puesto</b>	<b>Categoría</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Total</b>
Gerente General	1	\$5,000.00	\$5,000.00
Jefe de Producción	1	**	**
Jefe de Contabilidad	1	**	**
Jefe de Mercadotecnia	1	**	**
Auxiliar Administrativo	1	\$ 1,374.50***	\$1,374.50
Trabajadoras Manuales	2	\$ 1,374.50 c/u	\$2,749.00

\*\* El Gerente General en un corto y mediano plazo se hará cargo de los departamentos de Producción, Contabilidad y Mercadotecnia.

\*\*\* Entrará en funciones en el mediano plazo

### 6.4.5.2.5 Evaluación de desempeño

Expresa una sentencia “Todo lo que no se evalúa, no se mejora” por tanto, como nuestra visión como empresa, es alcanzar niveles de eficiencia y calidad en nuestros productos y procesos es necesaria la evaluación continua. Nuestro sistema se construye a partir de las funciones a realizar por nuestros empleados, sumado a ello, la delimitación de objetivos particulares para cada puesto o actividad con base en el tiempo y resultados. Los objetivos particulares estarán planteados para cumplir su función dentro de un año fiscal, desglosados en períodos de tiempo determinados (semana, mes, semestre)

#### Evaluación de Desempeño:

**Puesto:** Trabajadora Manual (Artesana)      **Indicador:** Eficiencia en Producción

#### **Semana    Objetivo**

- 1            Producir el volumen de velas establecido.
- 2            Utilizar eficientemente el equipo, materia prima y tiempo.
- 3            Integrar equipo de trabajo para eliminar errores.
- 4            Realizar la producción de velas con óptima calidad.

#### **Mes                    Objetivo**

- 1 al 6            Producir velas con óptima calidad.

#### **Semestre            Objetivo**

- 1            Aumentar su eficiencia en la producción y realizar su trabajo con la mayor calidad posible.

**Puesto:** Auxiliar Administrativo      **Indicador:** Eficiencia en funciones

#### **Semana    Objetivo**

- 1            Conocer sus funciones básicas.
- 2            Realizar su trabajo sin supervisión.
- 3            Integrarse al equipo de trabajo (empresa)
- 4            Dominar su área de trabajo.

<b>Mes</b>	<b>Objetivo</b>
------------	-----------------

1 al 6	Dominar cada una de las funciones encomendadas por la Gerencia.
--------	---

<b>Semestre</b>	<b>Objetivo</b>
-----------------	-----------------

1	Ser un empleado que facilite las obligaciones de la gerencia, dominando cada una de las áreas básicas de la empresa.
---	--

**Puesto:** Gerencia General y Jefaturas **Indicador:** Eficiencia administrativa

**Objetivo semana 1, 2, 3, 4; mes 1 y semestre 1:** Conocer por parte de la Gerencia General y las Jefaturas cada elemento que conforma la empresa y dominarlos, a fin de que ésta pueda proyectarse eficaz y eficientemente.

#### **6.4.5.2.6 Relaciones de trabajo**

El clima de la organización que buscamos pretende el que los empleados se sientan en un ambiente agradable y propicio hacia la comunicación y la competencia sana, por tanto tendremos especial cuidado en la transmisión de ideas de la Gerencia hacia la parte operativa, de tal manera que las instrucciones, así como sus objetivos implícitos sean bien captados. La Gerencia dentro de la medida de lo posible tendrá un contacto directo con cada miembro de la empresa.

### **6.5 Marco Legal de la Organización**

Para la constitución de la empresa tomaremos en cuenta:

- a) El número de personas interesadas en fundar la empresa (Constitución Legal).
- b) Las obligaciones laborales y fiscales que se adquieren.
- c) Los trámites a realizar para ser implantada legalmente.

### **6.5.1 Constitución legal.**

La empresa se constituirá como Persona Física con Actividad Empresarial con el nombre de: Fabio Helder Contreras Ruiz, con domicilio fiscal en Álvaro Obregón 130, Ocampo, Gto.,

Actualmente existe una posibilidad de constituir a nuestra empresa como una Sociedad de Responsabilidad Limitada Microindustrial, con fundamento en la Ley Federal para el Fomento a la Microindustria y la Actividad Artesanal, al estar inscritos nos otorgarían una cédula como microempresa; sin embargo en la investigación que realizamos no fue posible establecer claramente los requisitos para el otorgamiento de la misma.

### **6.5.2 Obligaciones laborales**

Básicamente las obligaciones a las que se hace acreedora la empresa en cuanto a lo laboral están estipuladas en el contrato de trabajo, en el cual estableceremos:

- 1) Nombre, nacionalidad y domicilio del trabajador y del patrón.
- 2) Determinación del tipo del contrato.
- 3) Servicios por los que se contrata a la persona.
- 4) Duración de la jornada y lugar de trabajo.
- 5) Monto y forma de salario.
- 6) Otras condiciones de trabajo (días de descanso, vacaciones)

Nota: El tipo de contrato que se utilizará será el de tiempo determinado con duración de 3 meses, renovable y con opción a planta.

Otros factores serán:

Inscripción al IMSS y al Sistema de Ahorro para el Retiro.

### **6.5.3 Requisitos hacendarios**

- 1) Llenado y presentación de formato de inscripción como persona física con actividades empresariales ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- 2) Comprobante de domicilio.
- 3) Identificación con fotografía del interesado.

### **6.5.4 Requisitos del Instituto Mexicano del Seguro Social**

1. Alta en Hacienda
2. Comprobante de domicilio
3. Identificación oficial con fotografía

### **6.5.5 Requisitos del Sistema de Ahorro para el Retiro**

1. Preparar información requerida para el alta como aportador al SAR, de la empresa, así como la de las trabajadoras y también el llenado de los formularios requeridos (SAR-04-1 y SAR-05-1)
2. Con ayuda del banco de afiliación se realizará el cálculo del monto de aportación de cada trabajadora, así como su reporte de aportaciones.
3. Pago del monto de la aportación inicial.

### **6.5.6 Requisitos municipales**

Cumplir con los requerimientos que el municipio exige es imprescindible para el óptimo funcionamiento de la empresa , por ello se cumplirán todos los requisitos que el ayuntamiento observa<sup>69</sup>. Los requisitos que se deben cumplir son los siguientes:

---

<sup>69</sup> Secretaria de Desarrollo Municipal, Ocampo Gto., México, 2002

### **A) Constitución**

- a) Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes

### **B) Inicio Y Operación**

- a) Análisis de factibilidad de servicios
- b) Licencia de uso de suelo
- c) Registro empresarial ante el IMSS y el INFONAVIT
- d) Permiso para descarga de aguas residuales
- e) Informe preventivo/manifestación de impacto ambiental
- f) Aviso de funcionamiento ante el Instituto de Servicios de Salud Pública.
- g) Licencia de anuncio
- h) Constitución de la comisión mixta de capacitación y adiestramiento
- i) Aviso de manifestación estadística INEGI
- j) Acta de integración de la comisión de seguridad e higiene en los centros de trabajo
- k) Aprobación de planes y programas de capacitación y adiestramiento
- l) Alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)

### **C) Construcción Y Remodelación**

- a) Alineamiento por traza
- b) Licencia de construcción

Nota: estos requisitos no incumben a nuestra empresa por la no construcción de lugar de trabajo.

## **6.6 Contabilidad y finanzas**

### **6.6.1 Fundamentación jurídica**

Existe, por parte de los empresarios de cualquier giro y tamaño de proyecto, la obligación de llevar y reportar estados contables. Esta condición está expresada en el Código de Comercio en su Capítulo III, donde específicamente el Artículo 33 del mismo establece:

“El comerciante (empresario), está obligado a llevar y mantener un sistema de contabilidad adecuado. Este sistema podrá llevarse a cabo mediante los instrumentos, recursos y sistemas de registro y procesamiento que mejor convengan a las características particulares del negocio”<sup>70</sup>, básicamente este registro y actividades derivadas permitirán varias acciones:

1. “Identificar operaciones individuales y sus características”
2. “Permitir la preparación de los estados que se incluyan en la información financiera del negocio.”
3. “Incluir sistemas de control y verificación internos”<sup>71</sup>

### **6.6.2 Objetivos generales del área contable**

Llevar ordenada y minuciosamente las cuentas de la empresa con la finalidad de estar informados acerca de la situación de la misma, determinar costos y gastos variables y fijos, establecer las entradas y salidas de efectivo para evaluar el financiamiento del proyecto y elaborar estados financieros objetivos.

### **6.6.3 Sistema contable de la empresa**

Este sistema se debe establecer antes del inicio de operaciones. Tal concepto se conformará con el catálogo de cuentas (partidas a utilizarse en el proceso contable para registrar las operaciones), que será para nuestro proyecto, el siguiente:

#### **100 Activo**

111 Caja

112 Bancos

---

<sup>70</sup> Código de Comercio, 8ª reimpresión, Editorial Nueva Imagen, México 2003,p.138

<sup>71</sup> Ídem.

- 113 Clientes
- 114 Inventarios
- 120 Activo Fijo
- 121 Edificio
- 122 Maquinaria y Equipo

## **200 Pasivo**

- 210 Pasivo a Corto Plazo
- 211 Proveedores
- 212 Acreedores
- 213 Créditos a Corto Plazo
- 214 Impuestos por Pagar
- 220 Pasivo a Largo Plazo
- 221 Créditos a Largo Plazo

## **300 Capital**

- 310 Capital Contable
- 320 Capital Social

## **400 Gastos**

- 410 Gastos Fijos
- 411 Gastos de Operación
  - Mantenimiento
  - Organización
- 412 Gastos por Honorarios
- 413 Gastos por Depreciación

## **500 Costos**

- 510 Costos Fijos (Servicios Públicos)
- 520 Costos Variables

Materia Prima

## **600 Ingresos**

610 Ingreso por Venta

### **6.6.3.1 Capital social inicial**

La cantidad de dinero destinada a la inversión inicial de la empresa será de \$30,000.00 pesos aportada por el Gerente de la empresa, no habrá contratación de crédito en el momento de iniciar las operaciones.

### **6.6.3.2 Flujo de efectivo**

Los componentes del flujo de efectivo son:

- a) Costos y Gastos
- b) Entradas
- c) Salidas

### **6.6.3.3 Costos y gastos**

Los costos son las cantidades de dinero que se debía determinar o presupuestar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa y gastos son cantidades de dinero erogadas con el objetivo explícito de obtener un margen mayor de utilidades.

#### ***Tipos de Costos:***

Los costos pueden ser variables, es decir que se realizan proporcionalmente al volumen de producción, para nuestro proyecto se constituyen de la materia prima.

Los costos fijos son los que se dan con el mismo momento y frecuencia en el tiempo (no se asocian directamente al producto intrínsecamente hablando), para nuestro proyecto serán los servicios públicos.

***Tipo de Gastos:***

Variables, para nuestro proyecto serán los gastos por mantenimiento.

Fijos, para nuestro proyecto serán los gastos de operación, organización, administrativos, de depreciación y de impuestos.

**6.6.3.4 Entradas**

Se constituyen de todos los ingresos de dinero que nuestro proyecto manejará:

*Entradas del Primer Mes*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>
Capital Social	\$30,000.00
Ingreso por Ventas	\$11.900.00

**6.6.3.5 Salidas**

Serán todos los egresos que nuestro proyecto tenga. A Continuación se presenta un estudio prospectivo de egresos.

*Egresos Primeros 2 meses*

<b>Concepto</b>	<b>Primer Mes</b>	<b>Segundo Mes</b>
Compra maquinaria y equipo	1,4060.00	0.00
Servicios Públicos	100.00	100.00
Sueldos	5,000.00	5,000.00
Salarios	1,832.00	1832.00

IMSS, SAR, etc.	666.00	666.00
Materia Prima		3,008.00

*Egresos Siguietes 4 Meses*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>
Servicios Públicos	100.00
Sueldos	5000.00
Salarios	2,749.00
IMSS, etc.	666.00
Materia Prima	3,008.00

#### **6.6.4 Proyección de flujo de efectivo**

Estado financiero que se realiza con la finalidad de mostrar el total de efectivo que ingresó o salió de la empresa durante un periodo determinado y para proyectar la situación de la empresa en el futuro, tanto en las cantidades de dinero a requerirse como de las que se obtendrán.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> Alcaraz Rodríguez, Eduardo, Op.cit .p.160

### 6.6.4.1 Proyección de flujo de efectivo a seis meses

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Total
Saldo Inicial	-	13,917	14,294	14,671	15,048	15,425	
Ingresos							
Inversión Inicial	30,000	-	-	-	-	-	
Ingreso por Ventas							
Ventas de Contado	11,900	11,900	11,900	11,900	11,900	11,900	71,400
Ventas a Crédito	-	-	-	-	-	-	-
Otros Ingresos	-	-	-	-	-	-	-
Total Disponible (ingresos)	41,900	25,817	26,194	26,571	26,948	27,325	174,755
Egresos							
Compra de maquinaria y equipo	14,060	-	-	-	-	-	
Compras de contado	5,408	3,008	3,008	3,008	3,008	3,008	20,448
Pago de cuentas por pagar	-	-	-	-	-	-	-
Servicios públicos	100	100	100	100	100	100	600
Sueldos	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	30,000
Salarios	2,749	2,749	2,749	2,749	2,749	2,749	16,494
IMSS, SAR, etc.	666	666	666	666	666	666	3,996
Total egresos	27,983	11,523	11,523	11,523	11,523	11,523	85,598
Saldo Final de Periodo	13,917	14,294	14,671	15,048	15,425	15,802	89,157

### 6.6.5 Estados financieros proyectados

Los estados financieros proyectados son calculados a partir de la información proporcionada por la proyección del flujo de efectivo; con estos datos se elaboran dos estados clave para el proyecto de la empresa:

#### 1. Estado de Resultados

## 2. Balance General

### 6.6.5.1 Estado de Resultados

Es un estado financiero en el que observamos las operaciones contables que se efectuarán en un periodo de tiempo determinado, en él se contempla el índice de ganancia y el monto de los gastos o pérdidas que la empresa reporta. “El estado de resultados puede ser calculado para cualquier tipo de empresa, lo que cambia de una a otra son las cuentas que se incluyen”<sup>73</sup> (véase el anexo XI para observar el Estado de Resultados proyectado a 12 meses)

### 6.6.5.2 Balance General

Es un estado financiero que muestra cuales son los activos, pasivos y el capital contable de una empresa en un periodo determinado, generalmente un año, y que nos permite saber el “estado de salud” de nuestro negocio mediante la ecuación contable de:

$$\text{Capital} = \text{Activos} - \text{Pasivos}$$

Tomando en consideración el sistema de cuentas para la empresa descritos con anterioridad se procede a describirlos.

**Activos** (recursos económicos de que disponemos)

Tipos:

1) Activos circulantes:

Nos dicen qué cantidad tenemos en efectivo y otros activos de liquidez (casa, bancos, inventarios, clientes, por ejemplo)

2) Activos fijos:

---

<sup>73</sup> Alcaráz Rodríguez, Op.cit,p170

Nos dicen lo que tenemos invertido en activos que no se tienen destinados específicamente para su venta (maquinaria y equipos, vehículos, entre otros)

3) Activos diferidos:

Que se conforman de licencias, patentes, etc.

**Pasivos:** (cantidades monetarias que la empresa adeuda a terceros)

Tipos:

1) Pasivo circulante:

Que indica las deudas que debemos pagar en un plazo no mayor a un año.

2) Pasivo Consolidado:

Que indica el pago de compromisos contraídos a pagar en un plazo mayor a un año.

Uno de los elementos más importantes de contabilidad y salud en una empresa lo es, sin lugar el capital que representa la inversión del dueño o socios de la empresa, en otras palabras, el valor del negocio.(Véase el anexo XI para observar el Balance General de la empresa a 12 meses)

### 6.6.6 Indicadores Financieros

Son medios utilizados para analizar el estado que guardan sus operaciones con relación a su funcionamiento global financiero, el fin de su utilización es hacer eficiente el proceso administrativo de la empresa; su análisis es planteado posterior al registro del balance contable, para nuestro proyecto los indicadores financieros son los siguientes:

**a) Prueba de liquidez:**

**Activo circulante / pasivo circulante =**

$$33,545 / 8,353 = 4.013$$

**b) Prueba del ácido:**

**(activo circulante - inventario) / pasivo circulante =**

$$(33,545-752) / 8,353=3.92$$

**c) Capital de trabajo:**

**Activos totales - pasivos**

$$47,578 - 8,358 = 39,220$$

**d) Razones de eficiencia y operación:**

**1) Rotación de activo total:**

**Ventas netas / activo total =**

$$157,080 / 47,578 = 3.30$$

**2) Rentabilidad sobre ventas:**

**(utilidad neta / ventas netas) \* 100 =**

$$(1,355 / 14,280) * 100 // = 9.4\%$$

**(utilidad de operación / ventas) \* 100 =**

$$(2,053.6 / 14,280) * 100 = 14.38 \%$$

**3) Rentabilidad sobre activo total:**

**(utilidad neta / activo) \* 100 =**

$$(1,355.3 / 47,578) * 100 = 2.8\%$$

**4) Rentabilidad sobre capital:**

**(utilidad neta / capital) \* 100 =**

$$(1,355.3 / 30,000) * 100 = 4.5 \%$$

**5) Razones de endeudamiento:**

**Pasivo / activos = 8,358.4 / 47,578 = .17**

**Capital total / activos = 39,219.6 / 47,578 = .82**

### **6.6.6.1 Interpretación de las razones financieras**

A través de las pruebas de liquidez y ácido podemos observar que la empresa puede cumplir con sus pasivos a corto plazo. Al realizar las pruebas de endeudamiento observamos que la mayor parte de los derechos sobre activos de la empresa los posee el iniciador (o iniciadores) de la empresa con un 82 por ciento, y no así los posibles acreedores. Se tiene además, que la rotación de activo total es muy elevada (43.30) lo que supone una facilidad para recuperar la inversión. Con respecto a la rentabilidad sobre ventas y sobre capital consideramos que es adecuada al tratarse de una microempresa, sin embargo, ésta podría incrementarse paulatinamente al elevar el porcentaje de ganancia deseado.

### **6.6.6.2 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras**

- 1) Las ventas durante los seis primeros meses de operación son constantes en un monto de 340 velas mensuales, a partir del séptimo mes la producción y venta se incrementa en un 20%.
- 2) No existe pago excesivo de servicios públicos (aunque este dato se consignó en servicios municipales), así como no existe pago de renta, pues el local de trabajo será donado por la Presidencia Municipal como parte de un programa de desarrollo económico.
- 3) No existe incremento salarial ni prestaciones en el transcurso del primer año de operaciones de la empresa.
- 4) No hay pago por utilización de procesos, técnicas o procedimientos.
- 5) La inflación acumulada a nivel nacional no impacta negativamente dentro de los costos de operación de la empresa.
- 6) Se consideró no tomar en cuenta pérdidas de material en el proceso de producción pues todos los sobrantes se utilizarán (reciclarán) posteriormente.

### **6.6.7 Sistema de financiamiento**

Para iniciar operaciones no se requiere una inversión excesiva, tomando en cuenta el volumen de operaciones y el pago por concepto de salarios, sueldos y servicios públicos entre otros; el monto requerido de inversión puede ser proporcionado con base en los ahorros de una persona física. Si proyectamos un crecimiento de gran magnitud entonces se podría considerar la posibilidad de la contratación de un crédito en alguna institución financiera de orden público o privado con tasas de interés blandas.

### **6.6.8 Conclusiones de operatividad del proyecto**

La empresa se manejará con márgenes de operación aceptables , no recurrirá al endeudamiento y podrá solventar los compromisos en tiempo y forma, cabe hacer mención que se comprometerá sólo a lo que realmente se pueda cumplir en los objetivos y plazos estipulados; el mercado internacional de productos artesanales, cansado de la producción asiática de alto grado de oferta pero de nula o casi nula calidad se orienta cada vez mas a la búsqueda productos que tengan “personalidad”, que posean elementos distintivos , que no sean peligrosos en su composición estructural (léase materias primas) y que no dañen al medio ambiente y -caso concreto del mercado europeo- se privilegie el sentido humano de la empresa.

Nuestro proyecto cumplirá con los requisitos de operatividad contable y de organización, será competente en su ramo y buscará consolidarse como una empresa que logre el bienestar de sus empleados y socios. Sabemos que el mercado internacional en el ramo seleccionado es muy competido pero la empresa se enfocará en ese mismo sentido, es decir, que los procesos de producción y su organización administrativa-contable la hagan viable.

## **CAPITULO VII**

### **PLAN DE MERCADOTECNIA DE EXPORTACIÓN**

#### **7.1 Análisis de la Industria Artesanal**

La industria del regalo se encuentra en crecimiento constante y su contribución a las exportaciones mexicanas es significativa, ya que realiza exportaciones anuales superiores a los 900 millones de dólares y gradualmente un mayor número de empresas se integra a la exportación.

El principal mercado es el de los Estados Unidos, al que se destina el 91% de las exportaciones de este sector, destacando los artículos de vidrio, hierro forjado, cerámica y madera.

Por otra parte, los países miembros de la Unión Europea representan un gran mercado, ya que importan fuertes cantidades de productos y artículos de este sector, siendo los más representativos los de cerámica, metal, vidrio y madera. Con respecto a Latinoamérica, México es el principal país exportador, sin embargo, únicamente destina el 2.7% de sus productos a esta región.

Los Estados de la República donde se concentra la mayor producción de artículos de decoración y regalo son: Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Nuevo León y Puebla.

Existe una gran variedad de artículos y productos artesanales elaborados con materias primas, procesos y terminaciones diferentes que dificultan su clasificación en grupos específicos, sin embargo, sí es posible esta actividad grandes agrupaciones, las más usuales son:

Productos de madera; productos de alfarería y cerámica comercial; productos de vidrio (liso, soplado, laminado, etc.)

Otro tipo de manufacturas artesanales (donde se incluyen productos de latón, velas ornamentales, papel maché, pasta francesa, española, cerámica, figurativa, pewter, entre otras).

En su gran mayoría, la producción de piezas artesanales se realiza en talleres de tipo familiar, con procesos de producción tradicionales. La transmisión de técnicas se realiza de manera hereditaria e informal, generalmente sin capacitación.

### **7.1.1 Comercialización de las artesanías**

La venta de la producción de artesanías se realiza utilizando canales de comercialización tradicionales, muchas de las veces es el mismo artesano el que traslada sus mercancías a zonas de conglomerado poblacional en donde posiblemente colocará sus productos, estos lugares pueden ser mercados, populares, ferias pueblerinas o de ciudades, tianguis, etc., otra forma de comerciar es la utilización de los intermediarios, personas que adquieren a un precio risorio la artesanía y se encargan de su venta posterior, en este tránsito la mercancía suele incrementar su precio en un rango del 20 al 40%.

### **7.1.2 Integración sectorial**

En 2000 existían según el INEGI, 21,929 establecimientos, dedicados a la producción artesanal, de las cuales 95.7% estaban constituidos por microempresas, 3.4% y por pequeñas 0.5% por medianas y 0.4% por grandes empresas.

En conjunto representaban alrededor del 4.5% de la industria manufacturera nacional. Se encontraban laborando en el sector 135,548 personas; cabe mencionar, sin embargo, que este sector se encuentra, tradicionalmente, constituido por talleres familiares, de menos de 15 trabajadores laborando sin una constitución legal, (por lo que las cifras antes mencionadas pueden variar si consideramos la información de otra institución gubernamental).

### 7.1.3 Personal Ocupado por Ramas de Actividad Artesanal

	Número de Establecimientos		Número Personal Ocupado	
	1993	2000	1993	2000
Productos de Madera	7,445	8,573	24,374	26,000
Alfarería y Cerámica	5,972	6,867	19,607	20,601
Fabricación de Vidrio y Productos de Vidrio	833	957	36,001	40,194
Otras ramas de manufactura	4,711	5532	42,273	48,753
Total rama	18,971	21,929	122,705	135,548

(Cuadro elaborado con datos INEGI)

Tomando en consideración los datos anteriores, tenemos que la rama de fabricación de productos de madera y de “otras industrias manufactureras” presentaron una tasa de crecimiento media anual del 15% y 17.5% respectivamente, considerándose las ramas de mayor evolución, estas mismas ramas son líderes en cuanto al número de personal ocupado con una tasa de crecimiento del 8.9 y 6.6 respectivamente; el sector más afectado por crisis económica fue el de la fabricación de juguetes y la elaboración de flores artificiales, encendedores, etc. con una involución del 7.0 y 4.9%.

### 7.1.4 Evolución de las Exportaciones Nacionales

Es un punto importante el mostrar la manera en que se han comportado las ventas de los productos para establecer criterios que nos auxilien en la consecución de objetivos comerciales, por esta razón se presenta en forma esquemática esta evolución:

#### Principales Exportaciones de México de Artículos de Regalo por Grupo de Productos

Producto	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Fabricación de Productos de Madera, excepto muebles	46.3	44.0	64.0	78.6	86.0	111.3
Alfarería y Cerámica	55.3	54.3	82.4	88.1	68.5	90.4
Artículos de Vidrio	74.9	74.0	67.1	68.0	87.5	345.3
Joyería	50.5	57.7	80.3	113.5	170.1	231.8
Fabricación de otros productos clasificados en otras fracciones	155.8	151.8	204	204.4	299.8	346.3

Fuente: Bancomext

*Nota: El producto de nuestro interés (velas ornamentales y aromáticas) se encuentra dentro de la clasificación “productos clasificados en otras fracciones”, por lo que no es posible presentarla por separado.*

Observamos, en forma general, una evolución favorable de las exportaciones de este tipo de productos; cabe destacar la evolución de los objetos clasificados en “fabricación de joyas”, y “artículos de vidrio” y “productos clasificados en otras fracciones”, con una tasa de crecimiento media anual de 41.6, 47.0 y 22.9, respectivamente.

El mercado más importante de las exportaciones de este sector, lo constituyen los Estados Unidos de Norteamérica con el 75% de nuestras ventas al exterior.

### **7.1.5 Análisis de la industria en el ámbito estatal**

La actividad artesanal es propia de nuestros pueblos, por ello en la totalidad de los municipios del Estado de Guanajuato se tiene alguna actividad de este tipo, sin embargo, existen municipios como San Miguel de Allende, Dolores Hidalgo, Apaseo el Alto, Guanajuato Capital, Salamanca y San Luis de la Paz que destacan en esta actividad productiva. En San Miguel de Allende se trabaja, principalmente, los productos artesanales de lana, papel maché, latón y madera y en forma mínima el vidrio soplado. En Dolores Hidalgo, se labora principalmente con cerámica blanca, barro a mano (Talavera), muebles rústicos de madera (madera vieja que se restaura y se le da una nueva presentación) de menor importancia es el trabajo de materiales mixtos, como son madera y hierro forjado, o cerámica y madera, en el Municipio de Dolores Hidalgo, así como en San Miguel de Allende se distribuyen artesanías de otros lugares, como es el caso de la michoacana. En el municipio de Apaseo el Alto las artesanías principales son las de talla de madera de pino y mezquite con un trabajo de policromado. Guanajuato Capital y San Luis de la Paz se caracterizan por el trabajo artesanal de minerales como la obsidiana y cuarzo, y de metales preciosos como la plata. En Salamanca se trabaja con cera artificial, con la que elaboran figuras y velas perfumadas.

La Dirección de Fomento Artesanal de la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Guanajuato también registra otro tipo de artesanías, como las de papel picado, la cantera, el barro chorreado, la mayólica y el barro oxidado, las cuales se trabajan en menor proporción.

La misma Dirección mencionada tiene en su padrón a 800 artesanos en todo el estado, sin embargo, a pesar de estar actualizándolo anualmente, esta cifra no es exacta, ya que existen trabajando en la artesanía muchas más

personas. Por dar sólo un ejemplo, según datos de la Dirección de Desarrollo Social en Dolores Hidalgo, hay más de 2000 artesanos en el municipio.<sup>74</sup>

Según la Conferencia para el Desarrollo y Comercio de las Naciones Unidas una artesanía es un producto hecho a mano con o sin ayuda de instrumentos o herramientas básicas de cualquier tipo que frecuentemente tienen características tradicionales o artísticas de un área geográfica específica elaborados por artesanos que trabajan en la base de la industria casera<sup>75</sup>

Esta definición engloba el proceso de elaboración, sin embargo existen productos considerados artesanías que frecuentemente son elaboradas con materia prima o artículos de procedencia industrial, por dar un ejemplo los tejidos comercializados por algunas etnias indígenas son elaborados con estambres o hilo de proceso industrial, o también en las artesanías de cerámica encontramos pinturas, esmaltes o proceso de vidriado, utilizando materiales industriales, por tanto es muy difícil conceptuar o definir la artesanía sobre todo porque es cada vez menor el área en que puede hablarse de una auténtica artesanía, es decir un producto elaborado totalmente a mano. Lo que generalmente distingue un producto nacional a otro (referidos al sector artesanal) es la utilización genérica de colores, formas, ideas, conceptos, etc.

Para el comercio exterior la inmensa mayoría de productos comercializados bajo este rubro, reciben el nombre de “artículos de decoración y regalo”, pues son objetos que han perdido parte de su esencia étnica o cultural en aras de encontrarles alguna utilidad, entonces su valor extrínseco se incrementa, esto no significa que la artesanía no posea valor per se, sino más bien que el dinamismo actual de la sociedad se dirige a la preferencia de seleccionar objetos que “empaten” con el modo de vida de las poblaciones urbanas industriales. La

---

<sup>74</sup> Ocampo. Jaime, Secretario de Desarrollo Social, Dolores Hidalgo ,Trienio 2000-2003

<sup>75</sup> Oportunidades de Negocio para la Industria de Artículos de Regalo, México, INEGI,2002,p59

afirmación anterior se observa en las categorías de productos que se maneja en el mercado internacional y que son las siguientes:<sup>76</sup>

- A) Objetos de arte hechos a mano de alta calidad y precio de acuerdo a diseños originales.
- B) Artículos decorativos, basados frecuentemente en diseños locales, ya sean parcialmente industrializados y/o parcialmente hechos a mano.
- C) Artículos utilitarios, funcionales, con un valor decorativo como pueden ser: floreros, bandejas, candelabros, lámparas y artículos similares.

Por las características de los productos englobados en este sector, encontramos que son, en ocasiones contrapuestos en su fabricación, pues están clasificados dentro del mismo rubro, los artículos hechos totalmente a mano de producción limitada y productos que son fabricados en forma industrial, (que se producen en grandes cantidades) que no son de corte exclusivo, pero que se elaboran porque están de moda; dentro de este subsector se posiciona a la joyería y bisutería. Por otra parte encontramos a los artículos de uso funcional, es decir que tienen una utilidad práctica, además de decorativa, en el hogar u oficina, que funcionan como creadores de “ambientes” y que pueden ser intercambiados para modificarlos, lo anterior establece la versatilidad de este tipo de productos, elemento que les favorece en su promoción en comercio exterior.

## **7.2 Objetivos del Plan de Mercadotecnia de Exportación**

Básicamente, lo que nos ocupa es proyectar nuestra empresa con una visión externa u orientada al mercado, es decir, para nosotros los deseos, necesidades y preferencias del cliente serán lo más importante y toda la estructura de la empresa y sus sistemas y procesos de producción, así como los productos deberán adaptarse al cliente. El tamaño de nuestro proyecto

---

<sup>76</sup> Ibid.

empresarial, al ser micro, tiene que permitirle reaccionar más rápidamente y en forma más flexible a los cambios y exigencias de nuestros clientes y ofrecer, por tanto, más de lo que esperaba el comprador.

### **7.2.1 Objetivos a corto plazo**

Dentro de un periodo de tiempo de seis meses a un año incursionaremos en el mercado de exportación de artesanías, por medio de un comercializador mayorista, con amplio conocimiento del mercado que contribuya con nosotros en el desarrollo autónomo futuro de la empresa. Como meta de ventas planteamos la colocación de 340 velas en el mercado y en el plazo de siete a 12 meses incrementar nuestra producción en un 20% total.

### **7.2.2 Objetivos a mediano Plazo**

A partir de un año y hasta un periodo de cinco nuestro objetivo será lograr la comercialización de nuestros productos de forma directa a la vez que lo ampliaremos en un 20%. Se buscará la inscripción de la empresa en un programa de estímulos a la actividad exportadora

### **7.2.3 Objetivos a Largo Plazo**

A partir de cinco años diversificaremos nuestro mercado - objetivo a otras plazas con un crecimiento cuatrimestral del 50%.

## **7.3 Especificaciones del mercado de exportación del producto**

### **7.3.1 Concepto de mercado**

Es todo grupo de personas o industrias que adquieren (compran) un producto o servicio para satisfacer una necesidad y que cuentan con dinero para ello.<sup>77</sup>

### **7.3.2 Mercado meta**

Es el número real de unidades de un producto o servicio en un segmento de mercado en particular durante un periodo de tiempo determinado, este mercado - si nos referimos a la exportación se ve influido por múltiples factores, tales como: el volumen y tipo de las importaciones de un producto, el nivel de consumo, el ingreso per cápita, la inflación del país donde se ubique este mercado, el nivel de depreciación de su moneda y la cultura de negociación de éste<sup>78</sup>

#### **7.3.2.1 Mercado meta de la empresa-proyecto**

Nuestro proyecto contará con dos tipos de clientes: uno interno con orientación a la exportación y otro externo que será consolidado en un mediano y sobre todo a largo plazo ( en los mismos términos que nuestros objetivos de nuestro Plan de mercadotecnia de exportación) de ahí que en una temporalidad inmediata los requerimientos de investigación de mercado no sean exhaustivos y se limiten a presentar la consideración de nuestros primeros clientes; sin embargo, a mediano y largo plazo realizamos un estudio prospectivo.

---

<sup>77</sup> Enciclopedia Electrónica Encarta, edición.2005, Microsoft

<sup>78</sup> Chapa Reyner, Servando G, Manual de Mercadotecnia de Exportación , ITESM-Trillas, México,1997,p22

### **7.3.2.1.1 Mercado a corto plazo**

En una primera etapa, nuestros clientes directos serán los comercializadores de artículos de decoración y regalo, así como de artesanías, que se encargarán de colocar nuestro producto, a través de un sistema de distribución y venta a los consumidores intermediarios (minoristas) que se componen de tiendas departamentales, tiendas de especialidades, establecimientos de ventas de artículos de regalo, tiendas de ventas por catálogo, entre otras variantes.<sup>79</sup>

Los mayoristas son personas con un amplio conocimiento del segmento de mercado al cual se dirigen, conocen el esquema de distribución y venta, así como los requerimientos de exportación - importación, y por sus propios medios, en frecuentes ocasiones, promocionan los artículos, “son ellos quienes normalmente participan en las ferias comerciales”. El fabricante, por tanto, puede ahorrarse los costos de participación, además del tiempo que implica el organizar un evento internacional<sup>80</sup>.

Por las características de comercio entre el fabricante y el comercializador mayorista, tomando en consideración que la ventaja de nuestra empresa frente a otras empresas de producción similar es el precio; nuestra cotización de venta será en almacén en fábrica, (esto es Ex - work Trojes).

Existen en la región varios comercializadores especializados en productos de regalo de manufactura artesanal, uno de ellos coloca en mercado una producción aproximada de tres mil kilogramos de cera al mes, con un precio de venta entre \$4 y \$5 dólares el kilogramo.

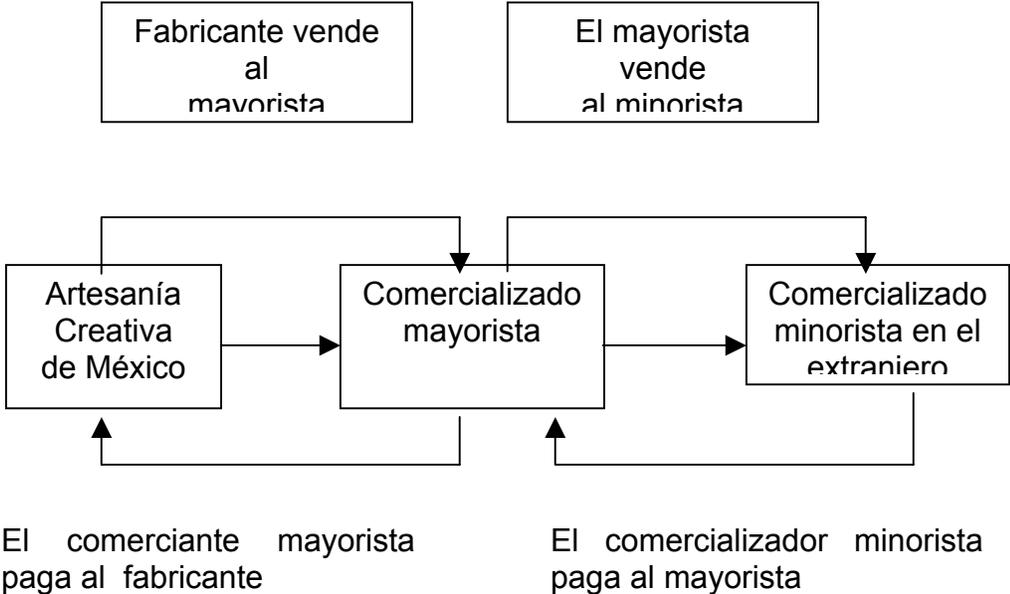
---

<sup>79</sup> Oportunidades de Negocio para la Industria de Artículos de Regalo, BANCOMEXT, México,2000,p79

<sup>80</sup> Ibid

El mercado al que se dirige la producción adquirida es, principalmente, Norteamérica, aunque en la última década se ha diversificado la exportación hacia Europa (Francia y España) con un volumen cercano al 25%; en el plazo que estudiamos el empleo de un comercializador nos será de gran utilidad pues nos permitirá desarrollarnos como empresa, especializándonos y elaborando un producto de calidad, adecuando y haciendo eficientes nuestros procesos tanto administrativos como de producción.

El esquema de comercialización en el corto plazo será el siguiente:



**7.3.2.1.2 Mercado a mediano y largo plazo**

Como fue planteado en los objetivos de mercadotecnia presentados anteriormente, la empresa tendrá como política central en un periodo mediano y largo de funcionamiento el incursionar en el mercado de exportación sin la utilización de intermediarios, lo que hace necesario ampliar nuestra investigación para cumplir con el estudio prospectivo mercado.

### **7.3.3 Mercado de artículos de decoración y regalo específicos para el producto elaborado.**

Como primer elemento de discriminación de mercados se procede a seleccionar aquellos con los cuales nuestro País ha celebrado Acuerdos y Tratados comerciales , entre los acuerdos consolidados encontramos los siguientes:

- A) Tratado De Libre Comercio de América del Norte
- B) Tratado De Libre Comercio México - Costa Rica
- C) Tratado De Libre Comercio del Grupo de los Tres, Colombia - Venezuela – México
- D) Tratado de Libre Comercio México – Bolivia
- E) Asociación Latinoamericana de Integración
- F) Acuerdo de Complementación Económica México - Chile
- G) Sistema Generalizado de Preferencias

Además encontramos una negociación formal para integrar las economías europeas del Mercado Común y México con base en un Tratado Comercial. Actualmente ese bloque económico ha eliminado el sistema de cuotas de importación y ha propuesto un Sistema Generalizado de Preferencias con el cual los artículos de decoración y regalo pagarán un arancel muy bajo (entre 3.5 y 8%)

#### **7.3.3.1 Mercados potenciales por bloque geográfico y selección del mercado internacional con mayor viabilidad comercial.**

De los países que conforman los Tratados, Acuerdos o Negociaciones comerciales beneficiosos para nuestro País identificamos mercados con cierta potencialidad para la venta de productos similares a los que elaboraremos, de esta

manera dentro del rubro” Artesanía Mexicana y Artículos de Decoración“ localizamos las siguientes zonas geográficas:

Norteamérica: Atlanta, Chicago, Los Ángeles, Miami, Dallas, Montreal y Vancouver.

Latinoamérica: Argentina, Chile, Colombia, Venezuela, Costa Rica, Guatemala, El Salvador y Bolivia.

Europa: Alemania, Italia y Reino Unido.<sup>81</sup>

### **7.3.3.2 Ventajas y desventajas comerciales de los mercados seleccionados por bloque geográfico**

#### **Norteamérica.**

Ventajas:

- 1) Cercanía geográfica
- 2) Existencia de un tratado comercial
- 3) Población hispana, dentro de la cual hay un gran porcentaje de origen mexicano
- 4) Facilidades financieras disponibles

Desventajas:

- 1) Probable grado de dificultad para cumplir con volúmenes grandes
- 2) Mercado dominado por canales de distribución corporativos, cuyos dueños son, generalmente, anglosajones
- 3) Competencia agresiva en los canales de distribución

#### **Latinoamérica:**

Ventajas:

- 1) Se comparte idioma y cultura
- 2) Existencia de tratados comerciales regionales
- 3) Facilidad de acceso a diferentes escalas de producción

---

<sup>81</sup> Oportunidades de Negocio para la Industria de Artículos de Regalo, Op.cit, p.20

Desventajas:

- 1) Infraestructura pobre en transporte
- 2) Alto grado de piratería de marca y diseños
- 3) Pocos canales de distribución
- 4) Inseguridad política y social en algunos de ellos
- 5) Menor volumen de compra

### **Europa:**

Ventajas:

- 1) Mercado a largo plazo con importadores leales
- 2) Volumen adecuado de compra a pequeñas y medianas empresas
- 3) Acceso a un mercado muy diversificado

Desventajas:

- 1) Requerimientos estrictos en estándares técnicos de calidad y regulaciones ecológicas
- 2) Lejanía geográfica
- 3) Diversidad de culturas e idiomas<sup>82</sup>

### **7.3.3.3 Ponderación de factores de mercado potencial**

Es uno de los métodos más usuales de selección de mercado, el cual con base en calificaciones estratifica las distintas oportunidades de mercado.

<b>Factores a Ponderar</b>	<b>Mercado Norteamericano</b>	<b>Mercado Latinoamericano</b>	<b>Mercado Europeo</b>
<b>Aspectos Demográficos/ Geografía</b>			
1. Población, tamaño, crecimiento, densidad	1	2	1
2. Distribución urbana y rural	1	3	1
3. Características geográficas	2	2	2
4. Infraestructura	1	4	1
<b>Aspectos Políticos</b>			
5. Sistema Económico	1	4	1

<sup>82</sup>La Clave del Comercio, Coedición Centro de Comercio Internacional y BANCOMEXT, 2ª edición, México, 2000, p32

6. Prioridades Nacionales	1	3	1
7. Reglas OMC	1	3	2
<b>Aspectos Económicos</b>			
8. Desarrollo General / PIB	1	3	1
9. Estabilidad Monetaria	1	4	1
10. Ingreso per capita / distribución	1	4	1
<b>Aspectos Sociales y de Educación</b>			
11. Nivel de Analfabetismo	1	4	1
12. Distribución de Clases	2	3	1
13. Diferencias Cultura País Exportador	2	1	4
<b>POTENCIAL DEL MERCADO</b>			
<b>Acceso al Mercado</b>			
14. Barreras Arancelarias y No Arancelarias	1	1	2
15. Marco Legal	2	2	3
<b>Potencial del Producto</b>			
16. Necesidades y Deseos del Consumidor	1	3	1
17. Producción Local, Exportaciones / Importaciones	2	2	3
18. Actitudes hacia el producto extranjero	1	1	2
19. Disponibilidad de puntos complementarios	1	3	2
<b>ANÁLISIS DE LA COMPAÑÍA / POTENCIAL DE VENTAS</b>			
<b>Pronóstico de Ventas</b>			
20. Tamaño / concentración de clientes	1	4	1
21. Proyección del consumo	1	3	1
22. Márgenes de los distribuidores	2	2	2
<b>Costos y Gastos</b>			
23. Costeo para exportación	1	1	4
24. Maniobras, fletes y seguros	2	2	4
25. Adaptación del producto	2	2	1
26. Costos de inventarios	3	1	2
27. Gastos de Promoción	3	2	3
<b>Otros Aspectos</b>			
28. Temporadas / niveles de precios	2	3	2
29. Niveles de competencia	5	2	3

30. Prácticas de pago y crédito	2	2	2
<b>Suma Total de Puntos</b>	48	76	56
<b>Lugar o Posición Ocupada</b>	1°.	3°.	2°.

El No. 1 corresponde a Calificación Excelente y el No. 5 a Calificación Pésima, por lo tanto en la suma total de puntos el mercado con menor puntaje será el idóneo.

Nota: Esta tabla fue tomada de “La Clave del Comercio ...”, p. 249

Por simple deducción observamos que el mercado idóneo para la comercialización de nuestros productos es el norteamericano; sin embargo, todavía es necesaria una selección más específica, tomando en cuenta algunos factores del mercado de Norteamérica dividido en países firmantes con relación a nuestra política empresarial.

#### 7.3.3.4 Selección del mercado meta

Parámetro	Peso %	Estados Unidos	Ponderación	Canadá	Ponderación
Política Empresarial					
Rentabilidad	30	4	1.2	3	0.9
Distancia	20	3	0.6	1	0.2
Tamaño del Mercado	15	4	0.6	3	0.4
Tendencia de Precios	10	5	0.5	5	0.5
Tendencia de Importaciones	20	4	0.8	3	0.6
Oportunidades y Posibilidades	5	5	0.25	4	0.2
Total	100	25	3.95	19	2.85

*Procedimiento: Se multiplica el peso ponderado del parámetro a evaluar por la calificación correspondiente, dividiéndose posteriormente entre cien, la calificación más alta corresponde al mercado con mayores posibilidades. Cabe mencionar que las ponderaciones se realizaron con datos obtenidos de las publicaciones Bancomext siguientes:*

- a) *Estudio de Mercado, Estados Unidos, Artículos de Regalo, 2000.*
- b) *Estudio de Mercado, Canadá, Artículos de Decoración y Regalo, 2000.*

**Tomando en consideración los datos anteriores el mercado seleccionado corresponde al de los ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA.**

### **7.3.3.5 Análisis del mercado seleccionado.**

#### **7.3.3.5.1 Perfil socioeconómico y político del país seleccionado**

**Nombre oficial:** Estados Unidos de América

**Capital:** Washington, D.C.

**Superficie:** 9,809,430 km<sup>2</sup>.

**Forma de gobierno:** República Federal

**Número de Estados en el Pacto Federal:** 50

**Partidos Políticos:** Partido Demócrata, Partido Republicano, diversos grupos o partidos con una influencia política escasa.

**Constitución** promulgada el 17 de septiembre de 1787, en vigor desde el 4 de junio de 1789

**Derecho al voto** sufragio universal a partir de los 18 años

**Población Total:** 281,421,906 habitantes (2000)

**Tasa de crecimiento de la población:** .9% (2000)

**Densidad de población:** 30 habitantes / km<sup>2</sup>

**Porcentaje de población urbana:** 77%

**Esperanza de vida femenina:** 80 años

**Esperanza de vida masculina:** 74 años

**Tasa de mortalidad infantil:** 10 fallecidos por cada mil nacidos vivos ( 1-4 años)

**Consumo calórico per cápita:** 3757 K/cal

**Población Con Acceso a Agua Potable:** 100%

**Número de Personas Por Medico:** 365

**Número de Personas por Cama de Hospital:** 250

**Tasa de alfabetización total:** 99%

**Composición de la población:**

Blancos 83.4%; Afroamericanos 12.4%;Minorías 4.2%

**Producto Interno Bruto (PIB):** 8.2 billones de dólares (2000)

**Ingreso per capita:** 34,100 dólares anuales (2000 GNI)

**Ingresos públicos:** 1.7 billones de dólares (2000)

**Índice de inflación anual:** 2%

**Principales socios comerciales (exportaciones):** países de Europa Occidental, Canadá, Japón, México.

**Principales socios comerciales (importaciones):** Canadá, países de Europa Occidental, Japón, México.

**Exportaciones:** Bienes de capital, equipos de transporte, instrumentos científicos, materias primas, bienes de consumo, alimentos, productos químicos, productos derivados del papel, textiles, metales, productos agrícolas, etc.

**Importaciones:** Petróleo y productos derivados del petróleo refinado, materias primas, alimentos, ganado, productos químicos, manufacturas básicas, ropa, etc.

**Industria:** Muy diversificada, industrias petrolíferas, imprentas y editoriales, metalurgia, equipos de transporte, maquinaria, industrias químicas, electrónicas, industrias químicas, electrónicas, industrias de transformación de alimentos, labores de tabaco, textiles, prendas de vestir, productos de madera, productos de papel, caucho y plásticos, cerámica y vidrio, instrumentos, bienes de consumo.

**Agricultura y ganadería:** Supone el 2°. Porcentaje de PIB empleando al 3% de la población económicamente activa, el clima favorable y los suelos permiten el cultivo de un amplia gama de productos y la cría de ganado; es el segundo productor mundial y primer exportador de cereales; los principales cultivos son: heno, remolacha azucarera, papas, cítricos, maíz, trigo, sorgo, etc. Dentro de la ganadería las especies de mayor crianza son: bovinos, cerdos, aves de corral, y productos derivados de los mismos.<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> [www.unfpa.org](http://www.unfpa.org) y [www.usastatistics/library/uu.nl](http://www.usastatistics/library/uu.nl)

### **7.3.3.5.2 Descripción del sector de industria del regalo en el mercado seleccionado**

Entre los mercados principales de los productos de decoración y regalo se encuentran el de Atlanta, Chicago, Dallas, Los Ángeles y Nueva York. Sin embargo tomando en cuenta los datos obtenidos en nuestra investigación, el mercado destino óptimo para nuestro producto comprende la región sureste de los Estados Unidos, donde se han descubierto varias características que facilitarán el acceso relativamente fácil del artículo bajo estudio, esta región comprende los estados de Alabama, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Georgia, Kentucky, Tennessee y Virginia; su superficie es de 1.1 millones de km<sup>2</sup>, con una población de 63 millones de habitantes.<sup>84</sup>

En su conjunto estos siete estados participaron con el 14% del Producto Nacional Bruto de Estados Unidos, con un valor de 1,141 mil millones de dólares<sup>85</sup>; si a los estados antes mencionados sumamos el centro neurálgico de mercado de regalos constituido por Atlanta, la región considera un mercado nacional donde concurren vendedores y compradores de distintos puntos del país y del extranjero; cuentan con centros de exposición especializados y exposiciones de tipo permanente. Para dar sólo un ejemplo, la ciudad de Atlanta es la sede de grandes corporaciones como: BellSouth, Coca Cola, Delta Airlines, Holiday Inn, Home Depot, United Parcel Services , CNN entre muchas otras; además de ser una ciudad en la que se llevan a cabo cerca de 300 convenciones al año, ferias de comercio exterior además de existir 60 oficinas de representación de gobiernos extranjeros.

Las perspectivas de crecimiento para los próximos años siguen siendo muy positivas para la región en su conjunto (el consumo privado ha crecido a tasas de 8% anual, por encima del PIB) y en particular para los estados de Georgia,

---

<sup>84</sup> Ibid

<sup>85</sup> Ibid

Carolina del Norte, Kentucky y Virginia, quienes por su orientación industrial y tecnológica seguirán fomentando la inversión y formación de personal, además de la atracción de empresas extranjeras interesadas en abrir centros de distribución.

La relación comercial entre México y los estados del sureste de Estados Unidos, se ha visto favorecida desde la ratificación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, en donde se ha incrementado el intercambio de productos manufacturados como equipo de transporte, textiles, prendas de vestir, maquinaria eléctrica y equipo de cómputo, manufacturas de hierro y acero, muebles y partes para muebles y alimentos procesados y en general las artesanías.

La venta de artículos artesanales relacionados con esta región, además de las velas y sus accesorios, son productos de pewter, de cerámica, de vidrio soplado para cocina y mesa, esferas de semillas naturales, lámparas, accesorios de hierro forjado y metal, accesorios decorativos de barro, macetas de barro y cerámica, accesorios decorativos de piedra, de vidrio soplado, de madera, fuentes decorativas y velas de citronela (que es un aceite utilizado para elaborar perfumes y como repelente de insectos ).

Las ventas de velas al menudeo se han incrementado constantemente, registrando tasas continuas de crecimiento de alrededor de 8.5%., fortalecido este dato con el crecimiento sostenido de la economía norteamericana; en el año 2000, las velas aromáticas, los productos para el cuerpo registraron un incremento del 21% seguidos de los accesorios decorativos para el hogar con un crecimiento del 18%<sup>86</sup>.

Existen grandes oportunidades para las velas fabricadas en nuestro País , sobre todos en el mercado del sureste estadounidense, en la ciudad de Atlanta se ha formado un gran centro de distribución nacional de regalos y artículos decorativos de medio mayoreo y menudeo. Actualmente, la feria internacional de

---

<sup>86</sup> Ibid

artículos para decoración se lleva a cabo dos veces al año y atrae cerca de 80 mil compradores contando con cerca de 4 mil expositores.

Muchos de los compradores considerados en esta región son cadenas de tiendas o pequeñas empresas que no adquieren grandes volúmenes, elemento muy importante para nuestra empresa, pues se calcula que de este tipo de tiendas existen aproximadamente tres mil en el área de los estados sureños. Otra de las oportunidades que ofrece el vender este tipo productos en Estados Unidos, es el alto poder adquisitivo de la población, que les permite gastar un promedio de 500 dólares por persona durante la temporada de invierno. Además de las compras que hacen durante otras temporadas como, día de San Valentín, día de las madres, graduaciones y pascua<sup>87</sup>.

Entre los artículos considerados dentro del sector se encuentran:

- 1) Accesorios para el hogar
- 2) Accesorios para oficina
- 3) Regalos en general
- 4) Regalos de temporada
- 5) Souvenir
- 6) Country
- 7) Artículos artesanales

Asimismo se localizan nichos de mercado para los artículos de decoración y regalo que son sintetizados en cuadros de información provenientes de Instituciones enfocadas a la promoción de bienes y servicios en el exterior, concretamente el Banco de Comercio Exterior y las Instituciones de fomento de los estados, en el ejemplo que a continuación se expone se observan las oportunidades para bienes

---

<sup>87</sup> Oportunidades de Negocio..., Op.cit.p.40

artesanales en los Estados Unidos y en Canadá , dicha información se obtiene de las representaciones o consejerías comerciales foráneas de la Institución mencionada.(Véase anexo XII para observar las que a nuestro caso competen)

### **7.3.3.5.3 Perfil de los consumidores y tiendas de regalo en el mercado seleccionado**

El 73% son mujeres.

El 70% son empleados.

El 59% son casados.

El 54% son personas con edades comprendidas entre los 25 y 44 años.

El 51% de ellos prefieren comprar en una calle comercial, el 44% en un centro comercial (Mall), el 43% en tiendas independientes y el 4% en establecimientos del centro de la ciudad; del total de tiendas de regalo, el 23% son tiendas independientes, el 17% se encuentran en calles comerciales, el 30% en el centro de la ciudad y el 9% en un centro comercial.<sup>88</sup>

### **7.3.3.5.4 Tendencias comerciales**

Si analizamos el sector de artículos de decoración y regalo encontramos que nuestro producto puede ser incluido en “accesorios decorativos para el hogar”, subsector que ha recibido impulso gracias a la prosperidad económica en el mercado estadounidense; los artículos con mayor venta son los que recrean colores suaves, así como los que recuerdan de una u otra forma a la naturaleza. Dentro de los colores predilectos están el azul (en sus diferentes tonalidades), el verde, el rojo, los colores “derivados de la tierra”, como son el amarillo suave, café claro, anaranjado, entre otros. Los motivos de mayor preferencia son los que, sin

---

<sup>88</sup> Guía para Exportar; mercado de regalo de Estados Unidos, BANCOMEXT, México 2002, p.37

dejar de ser modernos se acercan más a la simplicidad, al respecto un rubro donde este fenómeno se observa claramente es el de la categoría “Country” que recuerda a la herencia victoriana y rural, así como el arte popular o folklore con uso de materiales como madera, telas de algodón, flores secas, cuero, hierro forjado, entre otros.

#### **7.3.3.5.5 Segmento de mercado viable**

Las secciones del mercado total en las que se centraría nuestro esfuerzo de venta se constituyen de tiendas de especialidad y las galerías de productos artesanales. Las primeras se pueden subclasificar en tiendas de regalos en general, las especializadas en una solo producto y las de ventas de artículos de folklore americano; las galerías artesanales ofrecen productos de calidad hechos a mano expuestas en un ambiente artístico, las cuales se venden generalmente al menudeo.

#### **7.3.3.5.6 Canales de distribución**

De la serie de canales para la colocación de mercancía, nuestra empresa se enfocaría a las exposiciones y ferias comerciales, el trato con importadores y las ventas directas a minoristas a través de visitas personales y promoción vía correo.

Las ferias comerciales a las que podríamos asistir serían:

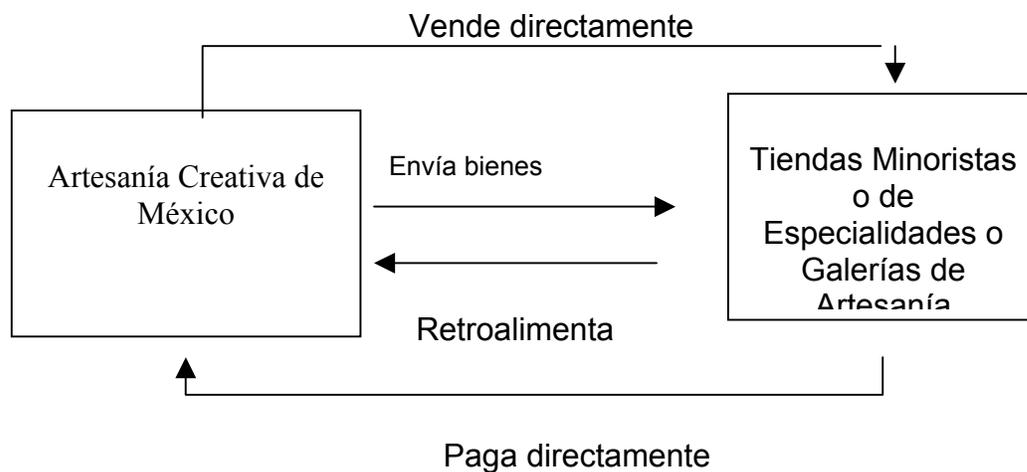
- 1) Atlanta National Gift and Furnishing Marketing; a realizarse en los meses de enero y julio.
- 2) New York International Gift Show; a realizarse en los meses de febrero y agosto.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Oportunidades de Negocios para la Industria de Artículos de Decoración y Regalo ,edición 2002,BANCOMEXT ,p.40

En el largo plazo se establecería una oficina de representación de ventas en el mercado que nos resultara más atractivo, con el objeto de crear y mantener un contacto más estrecho con los estudiantes, realizar un servicio post - venta, tomar y recibir pedidos, reempacar y enviar mercancía a los clientes minoristas y sobre todo dar seguimiento a la cartera de clientes.

Básicamente el esquema de comercialización en el mediano y largo plazo sería el siguiente:



## 7.4 Factores del Proceso de Exportación del Producto

### 7.4.1 Diseño

Es un factor que se considera vital en la exportación por estar ligado a la moda y el gusto particular de cada mercado, por lo tanto nuestro producto tendrá que adaptarse a las variaciones en el gusto de los clientes que nos señalen los comercializadores tanto mayoristas como minoristas, con base en las técnicas y recursos de que dispongamos en un momento específico. así mismo los elementos relacionados con el diseño sobre los cuales elaboraremos nuestros productos serán:

- 1) Atributos de producto.- Materiales, formas o figuras, colores y dimensiones.
- 2) Marca comercial.- Elemento para identificar un producto entre otros similares.
- 3) Etiqueta y envase.- La primera contiene información relevante al producto, así como la denominación de origen, en nuestro caso la leyenda “Made in México” o bien “Product of México”; el envase puede llegar a ser un elemento distintivo además de proporcionar protección y selección básica al producto.

Buscamos que el diseño del producto cumpla con los estándares requeridos internacionalmente, así como representar, de alguna manera motivos nacionales.

### **7.4.2 Embalaje**

El embalaje proyectado de nuestros productos consistirá en cajas de cartón corrugado de 25 - 30 kg. de capacidad utilizando un material protector de impacto. Procuraremos paletizar los envíos para evitar al máximo el daño al producto.

### **7.4.3 Medio de transporte**

Prospectivamente el medio de transporte a utilizar será el terrestre por la facilidad del envío, pues al ser un volumen relativamente bajo podríamos incluso considerar el envío hasta el almacén del comprador directo desde la empresa, los costos adicionales al embalaje son mínimos y no es excesivo el tiempo requerido de traslado, lo que permite que el capital a invertir en inventarios de tránsito y bodega sea mínimo.

### **7.4.4 Condiciones de pago**

De las formas de pago existentes en el mercado internacional (pago por adelantado, abono en cuenta u orden de pago, giro o crédito nominal, letras de cambio a la vista, entre otros), creemos que la forma idónea para realizar

transacciones comerciales es la Carta de Crédito, la cual es “... un documento mediante el cual, una institución bancaria se obliga, por cuenta de un importador a pagar a un exportador una determinada suma de dinero, dentro de un plazo establecido contra la entrega de documentos que demuestren el embarque o entrega de mercancía, bajo condiciones expresamente señaladas”<sup>90</sup>, de acuerdo con lo anterior definiremos la Carta de Crédito optativa para la empresa bajo las siguientes características:

1. Respecto a la posibilidad de cancelación: Irrevocable.
2. Respecto del compromiso del banco emisor: Confirmada.
3. Respecto a la disponibilidad de crédito: A la vista.
4. Respecto a la cesión de derechos del beneficiario: Intransferible.

#### **7.4.5 Cotización**

Para presentar una cotización correcta se utilizarán los INCOTERMS usualmente empleados, además del precio de venta (que incluye costos de proceso de producción y porcentaje de ganancia deseado), por el momento y dado que las condiciones macroeconómicas de nuestro país son en cierta forma inestables no presentaremos un precio final. El INCOTERM base de cotización para el producto será el DAF, es decir Delivered at Frontier, pues pensamos cubrir con los requerimientos necesarios de comercialización y que está al alcance del presupuesto de la empresa.

---

<sup>90</sup> Chapa Reyner, Servando, Op.cit. p 42

#### **7.4.6 Normas o estándares de calidad**

Estas se aplican para garantizar el que un producto cuente con los requerimientos exigidos por las autoridades del país importador, en muchas ocasiones dichas normas las establecen indirectamente los clientes o consumidores finales. En el caso de nuestro producto las normas exigidas son las relativas a productos inflamables clasificados en el Título 36 de la Harmonized Tariff Scheduled of the U.S., en el subtítulo de “productos de cierto riesgo para el consumidor”, los cuales no requieren permiso, licencia o procedimiento especial para ser importados, a excepción de que el importador conozca los lineamientos del “Acta de Lineamientos de Seguridad para Productos de Consumo (CPSA por sus siglas en Inglés) expedida por el Ministerio de Salud de Norteamérica.

#### **7.4.7 Proceso de control de calidad**

El proceso interno de aseguramiento de calidad implica diseñar una serie de procedimientos de fabricación, terminado y empaque donde la supervisión y evaluación sea constante y apegada a los requerimientos exigidos por el cliente.<sup>91</sup> Es necesario que la empresa proyectada diseñe un sistema de calidad adecuado a las necesidades y tamaño de la misma, que en este momento de presentación del proyecto creemos es útil presentar los lineamientos generales de la misma. Nuestra empresa implementará el sistema denominado Ciclo de Control (PDCA) que consta de ocho pasos:

1. Definición de objetivos
2. Definición de métodos, técnicas, elementos responsables y programas.
3. Capacitación y entrenamiento específico.
4. Acción (proceso de producción).
5. Supervisión.
6. Acción correctiva

---

<sup>91</sup> Ibid

7. Acción preventiva y estandarización del proceso.
8. Rediseño del proceso

En el momento de expansión de operaciones de la empresa se diseña el ciclo de control de calidad adecuado a las condiciones del mercado que en ese momento se presenten y que se apliquen a cada uno de los elementos que conforman la empresa : Producción, Contabilidad, Mercadotecnia y Recursos Humanos, de antemano el responsable directo de la implementación del proceso de control será el director o gerente general de la microempresa auxiliado por los que en su momento contribuirán al desarrollo de la misma como directores de área; los objetivos se constituirán en metas definidas en cierto parámetro temporal, las cuales necesariamente se volverán más estrictas conforme se desarrolle la empresa e irán encaminadas a la producción, distribución y comercialización de un objeto con un amplio excedente de los estándares internacionales. El ciclo de control de calidad, al ser un proceso cíclico nos permitirá desarrollar estrategias de mejoramiento continuo.

#### **7.4.8 Regulaciones arancelarias y no arancelarias**

Las regulaciones aplicables a nuestro producto abarcan áreas muy diferentes pero que debemos acatar; las podemos dividir en barreras arancelarias y no arancelarias, las primeras están constituidas por los aranceles principalmente; entre las segundas se encuentran los permisos de importación, normas técnicas, las cuotas de importación, exceso de reglamentaciones, depósitos monetarios para importar, sistemas cambiarios múltiples, subsidios locales de tipo gubernamental, costos elevados de importación, legislación sanitaria y fitosanitaria, regulaciones ambientales, requisitos de empaque y etiquetado, regulaciones de toxicidad, leyes e impuestos antidumping y el establecimiento de precios oficiales.

#### **7.4.8.1 Regulaciones arancelarias que le competen a nuestro producto**

El arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino, su objetivo es proteger a los bienes y servicios similares que se produzcan en el País de destino<sup>92</sup>. Los aranceles pueden ser ad valorem, específico y mixto. A partir de enero de 1994 quedaron libres de aranceles el 79.9% de las exportaciones mexicanas a Estados Unidos, en 1999 se eliminó un 12.5% adicional y otro 6.3% fue eliminado en 2004; a partir del 2008 la totalidad de las exportaciones mexicanas estarán exentas de arancel. Respecto a nuestro producto hemos encontrado que el mercado destino lo somete a una tarifa arancelaria específica, que a continuación mostramos.

**Fracción arancelaria de importación de nuestro producto:** 34060001

**Capítulo 34:** Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza velas y artículos similares pastas para modelar, ceras para odontología y preparaciones para odontología a base de yeso.

**Partida 3406:** Velas, cirios y artículos similares (cuando se deriven de cera – parafina) y

**Partida 1521:** productos derivados de ceras vegetales (cuando se deriven de abejas o de otros insectos, incluso refinadas o coloreadas).

**Subpartida 340600:** Velas, cirios y artículos similares

**Fracción 34060001:** Velas, cirios y artículos similares.

**Unidad de medida:** Kg.

---

<sup>92</sup> Chapa Reyner, Op.cit.p.45

#### **7.4.8.2 Regulaciones no arancelarias que le competen a nuestro producto.**

Las velas aromáticas realizadas con procedimientos manuales, al considerárseles artesanías o productos elaborados a mano no están contemplados bajo ninguna cuota de importación o regulación no arancelaria específica, sin embargo, según nuestra investigación un aspecto que hemos de considerar con gran seriedad será el relativo a las normas técnicas de importación , pues infieren a nuestro producto, tales normas se refieren a especificación de medidas, tamaño, contenido químico, compresión, resistencia , inflamabilidad, condiciones de seguridad, símbolos, embalaje., que han sido tratados en apartados anteriores. Para el cumplimiento de estos requisitos, podremos considerar un laboratorio especializado.

Así mismo los productos como los que nuestra empresa elaborará se evalúan según algunos criterios específicos, por ejemplo, en Europa se tiene gran cuidado con el proceso de producción, pues se privilegia aquellos productos cuyo proceso de fabricación cause el menor daño al medio ambiente; la cerámica debe estar libre de cadmio y plomo, si son productos de madera deben evitarse materiales de olores fuertes y desagradables y los artículos no pueden ser tóxicos. Como los estándares europeos son algunos de los más estrictos del mundo y pueden complementar los requerimientos norteamericanos o canadienses, pretendemos apegarnos a ellos en gran medida.

### **7.5 Promoción de Nuestro Productos**

La manera mas económica de promover productos como los nuestros, es la elaboración de un catalogo, en este se pueden incluir: la descripción del producto, el tamaño , diámetro, longitud, materias primas utilizadas, el País de origen, el código o numero de referencia, se muestran fotografías a colores , se incluye en la descripción de los diseños, una breve descripción de la empresa, etc.

Además de realizar un catálogo diseñaremos a mediano plazo, una página web donde podamos mostrar nuestro catálogo de productos en línea, pues es una manera barata y eficaz de ser conocidos y contactar con nuestros clientes, el resolver sus dudas, el poder ampliar el conocimiento de sus expectativas, y en un cierto plazo podríamos implementar la venta de los productos vía Internet.

Las ferias de productos de regalo como las realizadas en varias partes de los Estados Unidos y en Europa nos proporcionan la oportunidad de contactar directamente con los clientes potenciales, por ello estaremos interesados en obtener créditos para poder acceder a ellas.

Analizando, pues, el mercado, la expansión futura del mismo y la capacidad organizativa de la empresa, podemos afirmar que es posible la transferencia de los productos hacia el exterior si nos preocupamos en ofrecer productos de calidad y que cumplan con los estándares de calidad requeridos; debemos sin embargo ser muy realistas en cuanto a las posibilidades reales de la empresa, pues se puede cometer el error de sobredimensionar su capacidad de producción. Es una de las prioridades de los constituyentes de la misma el tener claro sus objetivos y marcarnos las metas que podamos cumplir, tanto en la parte operativa de la producción como en el crecimiento organizativo de la misma.

## CONCLUSIONES

Dentro de los esfuerzos nacionales de las economías en desarrollo por adecuarse a los cambios estructurales promovidos por la integración económica internacional, el aspecto agrario, que engloba a innumerables comunidades rurales de México, posee una innegable importancia. La concentración urbana se ha acentuado en los últimos años y ha propiciado la constitución de macro urbes de características paupérrimas, siendo resultado de una emigración constante del campo a la ciudad. Varias han sido las explicaciones de los investigadores a este hecho, todas coinciden en la pobreza del campo y la necesidad urgente de sus pobladores para salir de él y buscar nuevas formas de actividad que les permitan subsistir. A través de los años las soluciones sexenales en nuestro país para enfrentar este hecho han sido insuficientes y mal orientadas carentes de un verdadero seguimiento y consolidación a largo plazo.

El norte del estado de Guanajuato ha sufrido reiteradamente de proyectos con poca viabilidad y ha padecido la marginación de los planes de industrialización oficial. Orillados por su precaria situación económica los campesinos del municipio de Ocampo han emprendido la riesgosa empresa de sostener a sus familias emigrando en un primer momento hacia ciudades con mayores oportunidades de trabajo como León o San Francisco del Rincón, como trabajadores de la construcción o del calzado. Sin embargo, las crisis y recesiones recurrentes en México, han ocasionado una disminución de la oferta de empleo en aquellos lugares.

Los Estados Unidos, país con el que hemos tenido ciertamente altibajos en una relación bilateral muy complicada, se presenta como la tierra prometida y la panacea de todas las soluciones inmediatas al problema económico. Nuestros campesinos han tomado la ruta del norte como última y quizá única solución a su precaria condición (no olvidemos que pobreza económica trae consigo pobreza cultural y educativa en círculo vicioso), Ocampo, además de estar relegado de las oportunidades de corte federal hasta hace varios años también lo estuvo de las

estatales, sin oportunidad de desarrollo al considerarlo un “municipio pequeño”, como resultado, familias enteras han tenido que emigrar forzosamente hacia los Estados Unidos. La comunidad de trojes ha emprendido, con una gran convicción, la tarea de tratar de permanecer con vida en un ambiente hostil para el desarrollo.

Lo anterior sirve para comprender mejor la finalidad de este trabajo, la creación de una oportunidad para edificar una vida digna en su propio País, tenemos la firme creencia que la empresa es la oportunidad idónea para disipar el atraso, lo que se confirma con el apoyo cada vez mas firme del gobierno federal hacia la creación de pequeños entes industriales, derivado de la disminución en el área de empleo en grandes y medianas empresas. La micro industria se está convirtiendo en la solución a una grave presión social y también se orienta hacia la elaboración de bienes y prestación de servicios que no son ocupados por otras magnitudes sectoriales.

Se ha comprobado que invertir en la microempresa y arriesgarse en ella puede ser a largo plazo una buena opción, el gobierno federal, a través de su banca de desarrollo ha tenido buenos resultados cuando de financiamiento a este sector se trata.

La actividad económica es la solución a los problemas de rezago y marginación en un país, pero lo es aún más cuando de las comunidades rurales se trata, pues es éste sector social el más desprotegido, producto de décadas de considerar que el ámbito rural es menos importante que el urbano y que todo lo que se tenía que hacer era apoyar a las ciudades consideradas como polos de desarrollo; así, las personas de las zonas rurales se ven obligadas a hacer lo humanamente posible para subsistir, lo cual está muy alejado del desarrollo pleno de un individuo, esto es, girando su vida en torno a trabajar en cualquier actividad para llevar recursos económicos a sus hogares donde todos los miembros de la familia contribuyen al sostenimiento, dando por resultado niños que, subalimentados y sin oportunidad

de asistir a la escuela pues tienen la imperiosa necesidad de trabajar para ayudar a sus padres, los hombres jóvenes tienen que emigrar a otras ciudades y en el caso de Ocampo y Trojes, a Estados Unidos, creando un círculo vicioso de desintegración – pobreza, pues los recursos que obtienen allá muchas veces son insuficientes.

Pero, es la empresa – rural una posible solución, ya que está apoyada y sustentada en una mano de obra eficiente, responsable y creativa, la que se observa en la mujer campesina de nuestro país, pues es con su trabajo que podremos revertir el proceso migratorio que se presenta en las comunidades del norte de nuestro Estado y que cada vez más involucra a mujeres solteras y madres de familia lo que ahonda la problemática social de familias desintegradas. Creemos que es un deber y responsabilidad social el apoyar a esas personas con todo lo que podamos ofrecerles, sea en mayores oportunidades de estudio, interviniendo en su proceso nutricional y de salud y en el caso nuestro, ofrecer la oportunidad de un trabajo en su comunidad.

Si bien nuestro proyecto es sencillo en sus aspiraciones, puede constituir la punta de lanza de otros y fortalecer un esquema productivo de arraigo y éxito. La visión empresarial, aunque sea de un pequeño proyecto como el nuestro es indispensable para formar una sociedad exitosa.

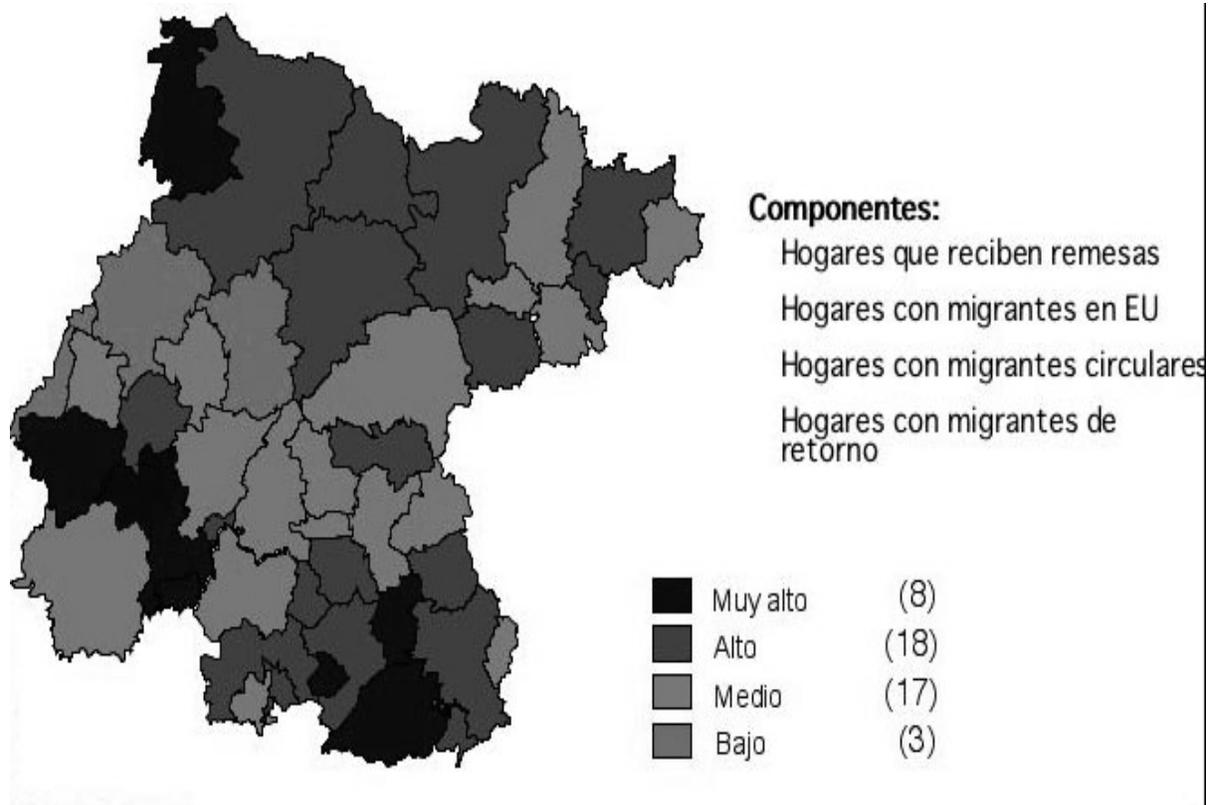
El aspecto que quisimos destacar en cuanto a una microempresa artesanal de exportación puede ser muy ambicioso, pero si somos objetivos es muy posible que tenga éxito, comprobamos que a nivel regional la empresa es sustentable y si nos comprometemos a elaborar un producto de calidad, podremos pensar en una actividad exportadora; un reto difícil pero no imposible. Nuestra pequeña empresa se abocará a la creación de una cultura emprendedora en la comunidad y demostrará que el éxito es posible aún en las condiciones más adversas.

Como se observa en el desarrollo de nuestro trabajo, el área exportadora de la empresa que proyectamos esta ligada al estudio de las condiciones de comercio en el exterior, pues pensamos que si bien el objetivo a largo plazo del proyecto es exportar directamente, este proceso tendrá que irse formando paulatinamente y en el mismo, seguro encontraremos variaciones a nuestra visión, será importante para nosotros el tener en claro que si bien en un corto y mediano plazo dependeremos de intermediarios para nuestro producto, finalmente éste tendrá que tener todos los requerimientos necesarios para agradar y convencer a un potencial comprador extranjero.

Estaremos abiertos a la innovación y la constante retroalimentación; los resultados que obtengamos en este proceso serán necesarios para la adaptación del producto, nuestro sistema de fabricación, administración y comercialización. La mejora continua que resulta de este proceso será la manera adecuada de cumplir con las exigencias que se exigen en un entorno globalizado.

## ANEXO I

### COMPONENTE DE LAS REMESAS DE EMIGRANTES EN EL ESTADO DE GUANAJUATO



Tomado de [www.guanajuato.gob.mx/migracion](http://www.guanajuato.gob.mx/migracion)  
Obsérvese la importancia de las remesas en el municipio de Ocampo en el extremo noroeste del territorio estatal.

## ANEXO II

### ESTADÍSTICA DE REMESAS FAMILIARES EN MÉXICO 1989-2001

Año	Remesas familiares (millones de dólares corrientes)	Crecimiento respecto año anterior (%)	Remesas familiares (millones de Pesos)*	Crecimiento respecto año anterior (%)	Tipo de cambio (promedio de cotizaciones diarias)
1989	1.680		4.10,80		2,85
1990	1.980	17,86	5.837,04	29,40	2,948
1991	2.414	21,93	7.284,73	24,81	3,0177
1992	3.070	27,17	9.487,84	30,24	3,0905
1993	3.333	8,57	10.383,29	9,44	3,1153
1994	3.475	4,25	11.725,00	12,92	3,3741
1995	3.673	5,70	23.525,20	100,64	6,4049
1996	4.224	15,00	32.093,95	36,42	7,598
1997	4.865	15,18	38.506,96	19,98	7,9151
1998	5.627	15,66	51.424,59	33,55	9,1389
1999	5.910	5,03	56.478,32	9,83	9,5564
2000	6.280	6,26	60.445,00	7,02	9,6250
2001	8.895	41,64	86.940,88	43,83	9,7738

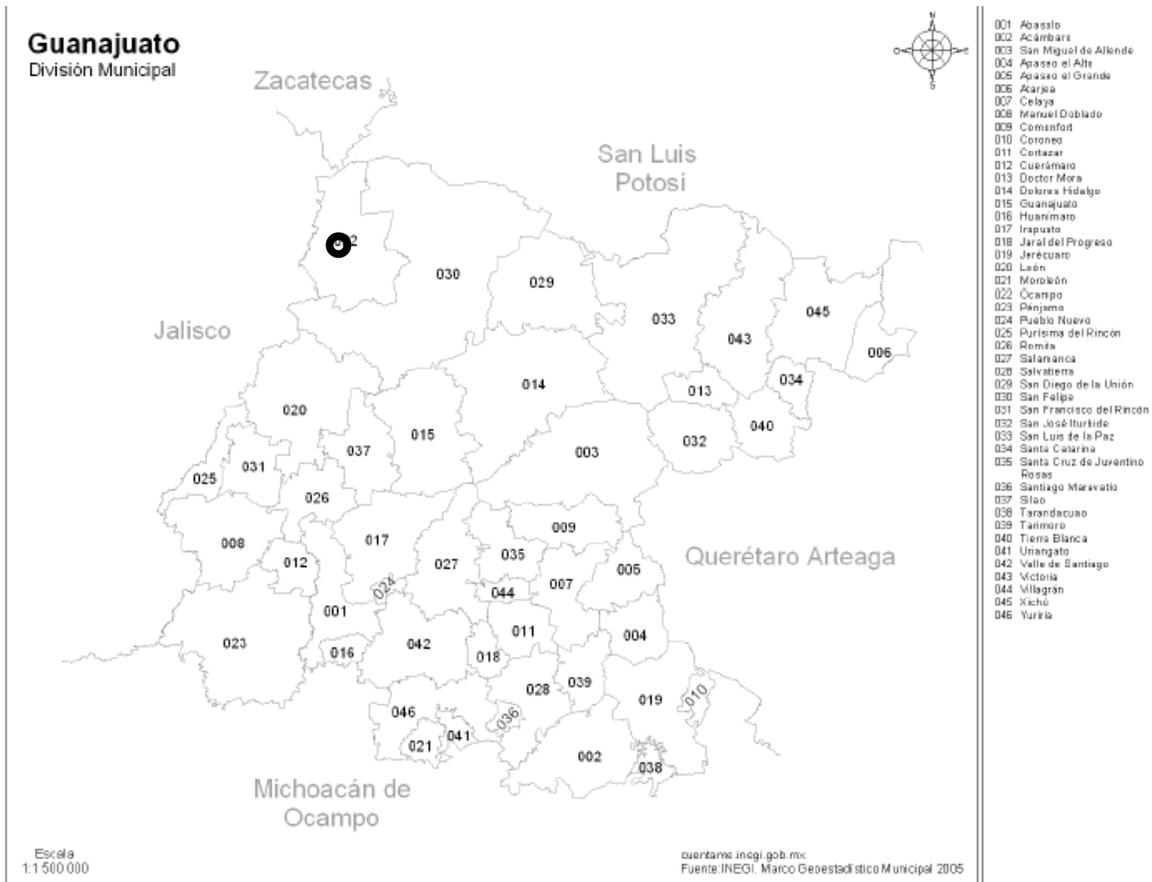
Fuente: Cuadro elaborado por CONDUSEF con datos obtenidos de Banco de México, Balanza de Pagos, Cuenta Corriente..-

\*Cifras obtenidas de multiplicar el tipo de cambio promedio anual de cada año por los millones de dólares enviados en los mismos.

Obtenido en "Impacto de las Remesas Migrantes en el PIB mexicano" [www.condusef.gob.mx](http://www.condusef.gob.mx)

# ANEXO III

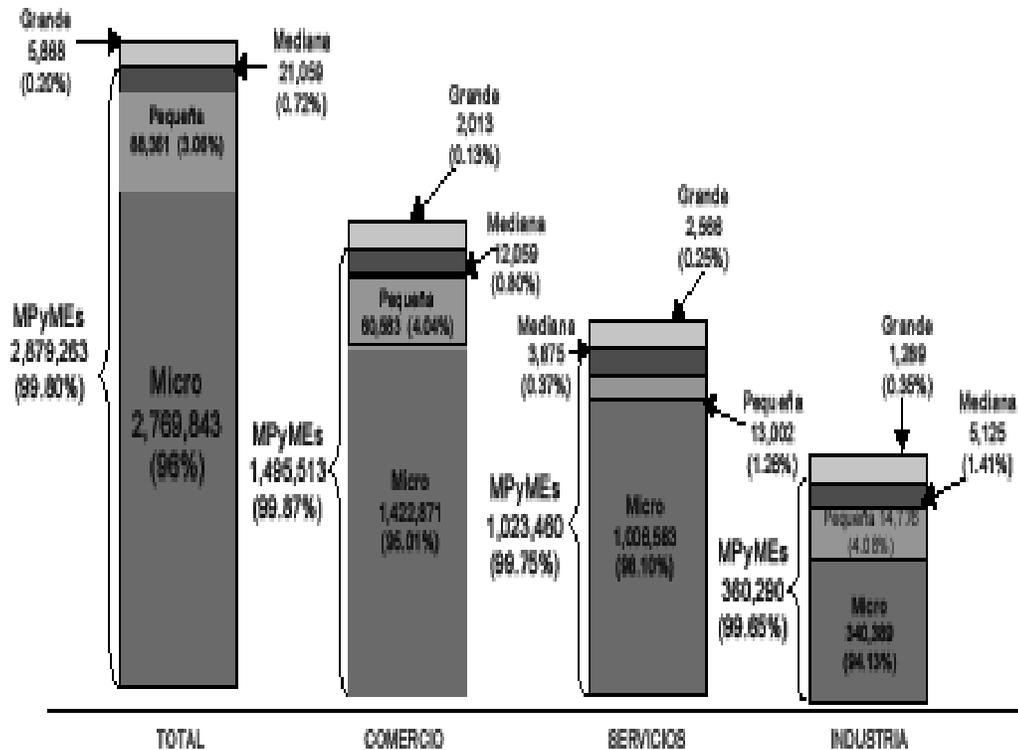
## UBICACIÓN DEL MUNICIPIO EN EL ESTADO DE GUANAJUATO



 Localización del Municipio de Ocampo, Guanajuato

## ANEXO IV

### Composición de las empresas en México, por tamaño y por sector, 1999 (en miles)



Fuente: INEGI, Censo Económico 1999

Tomado de [www.se.gob.mx](http://www.se.gob.mx)

## ANEXO V

### NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS SUPRIMIENDO EL RANGO DE 0 A 2 EMPLEADOS

<b>TAMAÑO</b>	<b>INDUSTRIA MANUFACTURERA</b>	<b>COMERCIO</b>	<b>SERVICIOS</b>	<b>TOTAL</b>
<i>MIPy MEs</i>	<i>140,655</i>	<i>244,579</i>	<i>267,776</i>	<i>653,010</i>

Tomado de [www.se.gob.mx](http://www.se.gob.mx)

## ANEXO VI

### EMPRESAS MANUFACTURERAS Y TAMAÑO ECONÓMICO RELATIVO DE ALGUNOS PAÍSES DESARROLLADOS.

PAIS	NUMERO DE EMPRESAS MANUFACTURERAS	PIB CON RELACION AL DE MÉXICO (MÉXICO=1)
Estados Unidos	355,597	17.5
Japón	331,859	7.9
Gran Bretaña	240,928	2.4
Francia	210,778	2.4
Alemania	70,777	3.2
Canadá	30,254	1.2
Italia	30,122	2.0
México 1	344,118	1.0
México 2	144,655	1.0

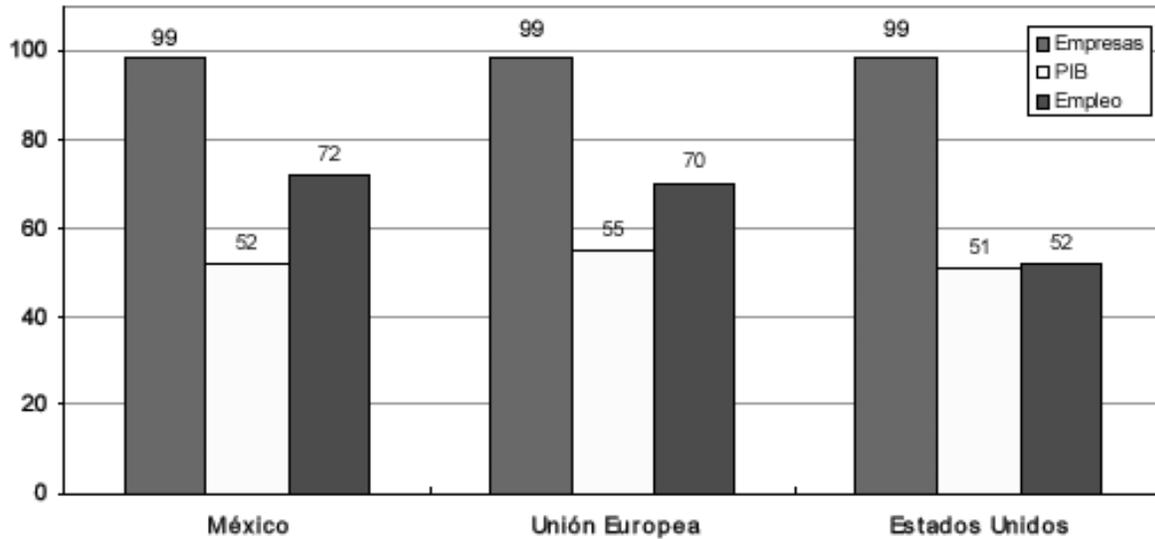
1) Incluye todas las registradas

2) Eliminando las del rango de 0 a 2 empleados

Tomado de “La importancia de las Pymes para el mercado mexicano” de Santiago Macias H., en [www.compite.org.mx](http://www.compite.org.mx)

## ANEXO VII

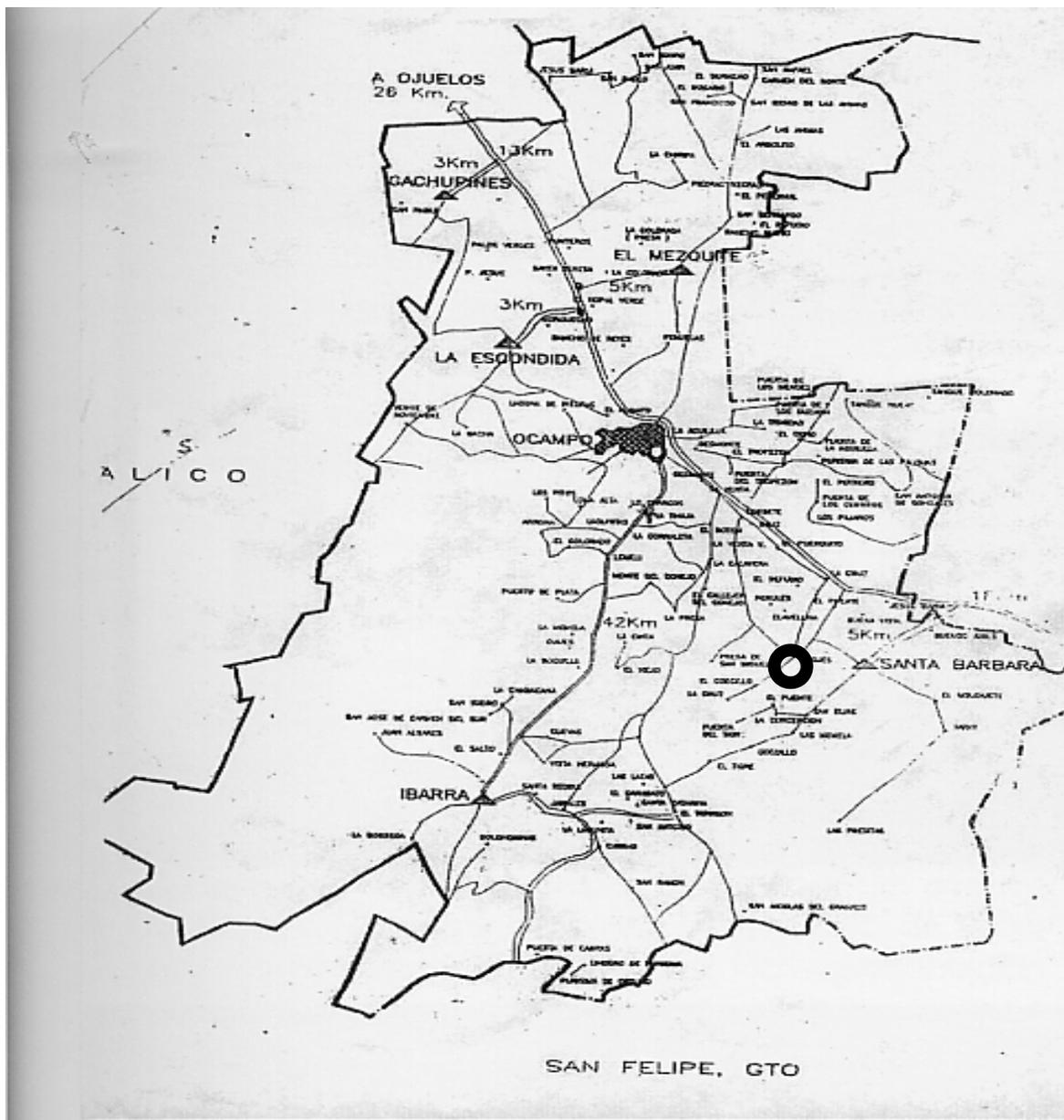
**Importancia del las MIPYMES en la economía nacional**  
Fuente: INEGI, Censos Económicos 1999;  
OCDE, Small and Medium-Sized Enterprises, junio de 2000.



Tomado de [www.ocde.mx](http://www.ocde.mx)

## ANEXO VIII

### MAPA DE UBICACIÓN DE LA COMUNIDAD DE TROJES BLANCAS, MUNICIPIO DE OCAMPO, GUANAJUATO



Localización de la Comunidad de Trojes Blancas en el Municipio de Ocampo



## ANEXO X

### Estado de Resultados a 12 Meses

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>Ventas</b>												
Ventas de Contado	11900	11900	11900	11900	11900	11900	14280	14280	14280	14280	14280	14280
Ventas a Crédito												
Ventas Netas	11900	11900	11900	11900	11900	11900	14280	14280	14280	14280	14280	14280
<b>Costo de Ventas Inventario Inicial</b>												
Materia Prima	0	752	752	752	752	752	3008	3008	3008	3008	3008	3008
Producto Terminado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de Inventario Inicial	0	752	752	752	752	752	3008	3008	3008	3008	3008	3008
<b>Compras y Gastos de Fabricación</b>												
Compras Materia Prima	5408	3008	3008	3008	3008	3008	3609	3609	3609	3609	3609	3609
Devolución y Descuento sobre Compra												
Total Compras y Gastos de Fabricación	5408	3008	3008	3008	3008	3008	3609	3609	3609	3609	3609	3609
<b>Inventario Final</b>												
Materia Prima	752	752	752	752	752	752	902	902	902	902	902	902
Producto Terminado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Inventario Final	752	752	752	752	752	752	902	902	902	902	902	902
Total Costos de Venta	3008	3008	3008	3008	3008	3008	3609	3609	3609	3609	3609	3609
Utilidad Bruta	8892	8892	8892	8892	8892	8892	10671	10671	10671	10671	10671	10671
<b>Gastos de Operación</b>												
Mano de Obra	2749	2749	2749	2749	2749	2749	2749	2749	2749	2749	2749	2749
Gastos de Servicios Públicos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Gastos de Depreciación de Equipo	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4
<b>Gastos Administrativos</b>												
Sueldos	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
IMSS, SAR, etc.	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666
Papelería	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Gastos Admvos.	5766	5766	5766	5766	5766	5766	5766	5766	5766	5766	5766	5766
Utilidad antes Gastos Financieros e Impuestos	274.6	274.6	274.6	274.6	274.6	274.6	2053.6	2053.6	2053.6	2053.6	2053.6	2053.6
Utilidad antes ISR	274.6	274.6	274.6	274.6	274.6	274.6	2053.6	2053.6	2053.6	2053.6	2053.6	2053.6
ISR (34%)	93.36	90.06	90.06	90.06	90.06	90.06	698.22	698.22	698.22	698.22	698.22	698.22
Utilidad / pérdida neta	181.24	181.24	181.24	181.24	181.24	181.24	1355.37	1355.37	1355.37	1355.37	1355.37	1355.37
Utilidad Acumulada	181.24	362.48	543.72	724.96	906.2	1087.44	2442.81	3798.18	5153.55	6508.92	7864.29	9219.66
Impuestos Acumulados	93.36	186.72	280.08	373.44	466.8	560.16	1258.38	1956.6	2654.8	3353.04	4051.96	4749.48

## ANEXO XI

### BALANCE GENERAL (12 MESES)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Activo Circulante</b>												
Caja y Bancos	6,570	6848	7124	7402	7679	7955	8083.	10139	12195	14251	16308	18363
Inventarios de materia prima	752	752	752	752	752	752	902	902	902	902	902	902
Cuentas por cobrar	11,900	11,900	11,900	11,900	11,900	11,900	14,280	14,280	14,280	14,280	14,280	14,280
<b>Total activo circulante</b>	<b>19,222</b>	<b>19,500</b>	<b>19,776</b>	<b>20,054</b>	<b>20,331</b>	<b>20,607</b>	<b>23,265</b>	<b>25,321</b>	<b>27,377</b>	<b>29,433</b>	<b>31,490</b>	<b>33,545</b>
<b>Activo Fijo</b>												
Maquinaria y equipo	14,060	14,057	14,055	14,052	14,150	14,048	14,045	14,042	14,040	14,037	14,035	14,033
Depreciación maquinaria y equipo	2,4	2.4	2.4	2,4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4
<b>Total activo fijo</b>	<b>14,060</b>	<b>14057</b>	<b>14055</b>	<b>14,052</b>	<b>14,050</b>	<b>14,048</b>	<b>14,045</b>	<b>14,042</b>	<b>14,040</b>	<b>14,037</b>	<b>14,035</b>	<b>03314,</b>
<b>Total activos</b>	<b>33,282</b>	<b>33,557</b>	<b>33,831</b>	<b>34,106</b>	<b>34,381</b>	<b>34,655</b>	<b>37,310</b>	<b>39,363</b>	<b>41,417</b>	<b>43,470</b>	<b>45,525</b>	<b>47,578</b>
<b>Pasivos a corto plazo</b>												
Impuestos por pagar	93.36	5194.7	280.06	373,44	466.8	560.16	1,258.38	1,956.6	2,654.8	3,353.04	4,051.96	4,749.48
Cuentas por pagar	3,008	3,008	3,008	3,008	3,008	3,008	3,609	3,609	3,609	3,609	3,609	3,609
<b>Total pasivos</b>	<b>3,101.3</b>	<b>5,194.7</b>	<b>3,288.4</b>	<b>3,381.4</b>	<b>3,474.8</b>	<b>3,568.1</b>	<b>4,867.3</b>	<b>5,565.6</b>	<b>6,263.8</b>	<b>6,962</b>	<b>7,660.9</b>	<b>8,358.4</b>
<b>Capital Contable</b>												
Capital contribuido	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
Utilidades retenidas	181.24	362.48	543.72	724.96	906.2	1,087.44	2,442.8	3,798.18	5,153.55	6,508.92	7,864.29	9,219.66
<b>Total capital contable</b>	<b>30,181</b>	<b>30,362.4</b>	<b>30,543.7</b>	<b>30,724.9</b>	<b>30,906.2</b>	<b>31,087.4</b>	<b>32,442.8</b>	<b>33,798.18</b>	<b>35,153.5</b>	<b>36,508.92</b>	<b>37,864.2</b>	<b>39,219.6</b>
<b>Total pasivos y capital</b>	<b>33,282</b>	<b>33,557</b>	<b>33,831</b>	<b>34,106</b>	<b>34,381</b>	<b>34,655</b>	<b>37,310</b>	<b>39,363</b>	<b>41,417</b>	<b>43,470</b>	<b>45,525</b>	<b>47,578</b>

## ANEXO XII

### APOYOS EN CONSEJERÍAS COMERCIALES DE BANCOMEXT

**-Oportunidades comerciales en los Estados Unidos , Canadá y otras ciudades de Latinoamérica.-**

	Alfarería y Cerámica	Artículos de Pewter	Artículos de Hierro Forjado	Artículos de Madera	Artículos de Vidrio	Joyería de Plata	Lámparas	Velas
Atlanta	•	•	•	•	•	•	•	•
Chicago	•	•	•	•	•	•		•
Dallas	•	•	•	•	•	•		•
Los Angeles	•	•	•	•	•	•		•
Miami	•	•	•	•	•	•		
Nueva York		•			•		•	•
Montreal		•	•	•	•	•		•
Toronto		•	•	•	•	•		•
Vancouver	•	•	•	•	•	•	•	•
Alemania	•		•	•	•	•	•	•
Francia	•	•	•		•	•		•
Holanda	•	•	•	•	•		•	•
Bélgica	•				•	•	•	•
Italia	•		•		•			•
Costa Rica	•	•	•		•		•	•
Nicaragua	•	•	•		•		•	•
Cuba		•			•	•	•	•
Guatemala		•		•	•	•		
Venezuela	•	•		•		•		

Tomado de [www.Bancomext.gob.mx/consejerías/docs](http://www.Bancomext.gob.mx/consejerías/docs)

## BIBLIOGRAFÍA

Alarcón Rafael; **Transnational Communities, Regional Development And The Future Of Mexican Immigration**, 2a ed., Berkeley University USA, 1995, p.p.278

Alcaraz Rodríguez Rafael E., **El Emprendedor De Éxito**, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, México, 1998, p.p.300

Alfredo Castillo, **En Busca De Un Nuevo Modelo, Reflexiones Sobre La Crisis Contemporánea**, Fondo De Cultura Económica, México, 2000, p.p.158

Anzola, Sérvulo, **Administración De Pequeñas Empresas**, Mcgraw-Hill, México, 1993, p.p.280

Bennet Timothy, **Lecciones Para México Del Acuerdo De Libre Comercio Entre Canadá Y Estados Unidos**, El Colegio De México, México, 1992, p.p.260

Bueno Gerardo, **Las Opciones de Negociación Comercial de México**, El Colegio de México, México, 1992, p.p.250

Chapa Reyner Servando, **Manual De Mercadotecnia De Exportación**, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey -Trillas, México, p.p.56

Chomsky Noam, Dieterich Heinz; **La Sociedad Global**, Quinta reimpresión, Editorial Joaquín Mortiz, México, 1997, p.p.198

Deutch Karl W., **Política y Gobierno**, Fondo de Cultura Económica, México, 1980, p.p.566

Dunnet Dylan, **Reclutamiento De Personal**, 2ª ed., Editorial Joaquín Mortiz, México, 1997, p.p.400

González Cevallos Emilio, **Panorama de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas**, 2ª ed., Fondo de Cultura Económica, México, 2003, p.p.279

Gutiérrez José Antonio, **El Pasado en el Presente de Ocampo**, Ediciones Acento, México, 1999, p.p.200

Hall Richard, **Organizaciones: Estructura y Proceso**, Prentice-Hall, España, 1986, p.p.300

Lomnitz Larissa, **Redes Sociales Y Estructura Urbana De América Latina**, Fondo de Cultura Económica, México, 1998, p.p. 200

Malgesmi Graciela, **Guía De Conceptos Sobre Migración, Racismo E Interculturalidad**, Editorial Catarata, España, 2000, p.p. 345

Monroy Fidel, et.al. **Dinámica Social de las Organizaciones**, 3ª ed., Mc Graw Hill, México, 1994, p.p.259

Morici Peter, **Regionalismo En El Sistema Internacional De México**, Ediciones Contemporáneas, México, 1992, p.p.150

Pazos Luis, **Libre Comercio México- Estados Unidos**, Editorial Diana, México, 1990, p.p.231

Piore Michael J, **Los Estándares Sociales en México y las Características Empresariales de Estados Unidos**, 2ª ed., Ediciones Contemporáneas, México, 1998, p.p.300

Reyes Ponce Agustín, **Administración De Empresas, Teoría Y Práctica**, trigésima reimpresión, Editorial Limusa, México, 1990, p.p.295

Rodríguez S. Aurelio; **Estructura Socioeconómica de México**, Cuarta reimpresión, Publicaciones Cultural, México, 1998, p.p.177

Rosales Quintero Amador, **Teoría Administrativa de la Empresa**, 2ª edición., Prentice Hall, México, 1998, p.p.157

Smith Murray G, **El TLCAN, búsqueda de intereses multilaterales comunes y exploración de opciones en la región de América del norte**, Ediciones Contemporáneas, México, 1988, p.p. 300

Urquidi Victor, **México Ante Los Bloques Regionales**, El Colegio De México, México, 1992, p.p.120

Vega Canovas Gustavo, **Las Relaciones De México Y Estados Unidos; Evolución Reciente Y Perspectivas Para El Futuro**, El Colegio De México, México, 1992, p.p. 250

Wonacott Ronald, **Canadá Ante Las Negociaciones Sobre El Libre Comercio Y Estados Unidos**, Mc Graw – Hill, México, 1992, p.p.350

## **LEGISLACIONES**

**Legislación Mexicana y Desarrollo Microempresarial**, Memorias del Simposium “Coparmex y la política económica actual”, Agosto 2002, Monterrey Nuevo León, México 2003.

**Código de Comercio**, 8ª reimpresión, Editorial Nueva Imagen, México 2003

## **RECURSOS HEMEROGRÁFICOS**

**Almanza Miguel, Anotaciones sobre la migración mexicana, Revista COESPO, año VII, numero 2, México, 1994,p.p.50**

**Farent Laurent, Coloquio Internacional Sobre Migración, Revista COESPO, año VII, numero 2, México, 1994,p.p.50**

Montoya Alejandro, La agenda del Tratado, Revista **NEXOS**, Año III, número 165, México, 1995, p.p.65

Azucena Ramírez,Reestructuración Productiva del Campo, **Milenio Diario** 6 de abril de 2002,p.p.45

## **OTRAS FUENTES**

Características Recientes de la Migración Mexicana a Estados Unidos,**Santibáñez Jorge; El Colegio de la Frontera Norte, documento pdf en [www.colegiodelafronteranorte.gob.mx](http://www.colegiodelafronteranorte.gob.mx)**

**Remesas De Mexicanos En El Exterior Y Su Vinculación Con El Desarrollo Económico, Social Y Cultural De Sus Comunidades De Origen López Espinoza Mario, documento Pdf en [www.inm.gob.mx](http://www.inm.gob.mx)**

**Información referente a la empresa micro y mediana en [www.fundes.org.mx](http://www.fundes.org.mx)**

**Estadística de la microempresa en México en [www.se.gob.mx](http://www.se.gob.mx)**

**Estadísticas de Norteamérica en [www.usastatistics.uunl](http://www.usastatistics.uunl)**

**Indicadores demográficos, sociales y económicos internacionales en [www.UNFPA.ORG](http://www.UNFPA.ORG)**

Investigación sobre procesos migratorios, estadísticas en [www.INM.gob.mx](http://www.INM.gob.mx)

Información general básica en [www.webstersite.com](http://www.webstersite.com)

Revisión de la literatura y las fuentes de información sobre la migración interna e internacional de mexicanos, **en reporte del proyecto: Migración Interna E Internacional, 1ª ed. México, Consejo Nacional De Población, El Colegio De La Frontera Norte Y Secretaria Del Trabajo Y Previsión Social, 1992**

**Mexican immigration in the USA**, Colegio de la Frontera Norte, memorias del simposium “Encuentro sobre Migración México- Estados Unidos y Nuevas Leyes”, Monterrey, Nuevo León 2000

**Cuaderno Estadístico Municipal**; México, INEGI, 2002,122pp.

**El Pequeño y Microempresario ante los Retos de la Economía Actual**, Bibliografía desarrollada por el Instituto De Capacitación Para el trabajo del Estado de Guanajuato, México 2000.

**Encuesta En La Frontera Norte A Trabajadores Indocumentados Devueltos Por Las Autoridades De Los Estados Unidos De América**, Diciembre De 1984, Resultados Estadísticos, Consejo Nacional De Población, México, 1996.

**Guía Básica del Exportador**, 6ª Edición, México, BANCOMEXT, 1998

**Guía Para Exportar, Mercado De Regalo En Estados Unidos**, México, BANCOMEXT, 2002.

**La Clave del Comercio**, coedición CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL Y BANCOMEXT 2002.

**Oportunidades de Negocio para la Industria de Artículos de Regalo, México,** INEGI, 2002.

**Enciclopedia Electrónica Encarta,** edición.2005, Microsoft.