



Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

**“LA PROBLEMATICA DE LA PLANEACION EN LA
PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DENTRO DE LA
INDUSTRIA DEL VESTIDO”**

Seminario de Investigación Administrativa

Que en opción al Grado de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

p r e s e n t a n

**ARRIAGA MAYA MA. INES
CRUZ CHAVEZ MA. DE LOURDES
REYES ROJAS GRACIELA
VILLANUEVA GOMEZ MA. ISABEL**

Director del Seminario:
L.A. Y C.P. FRANCISCO JAVIER LARIS CASILLAS

México, D. F.

1 9 8 3



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central

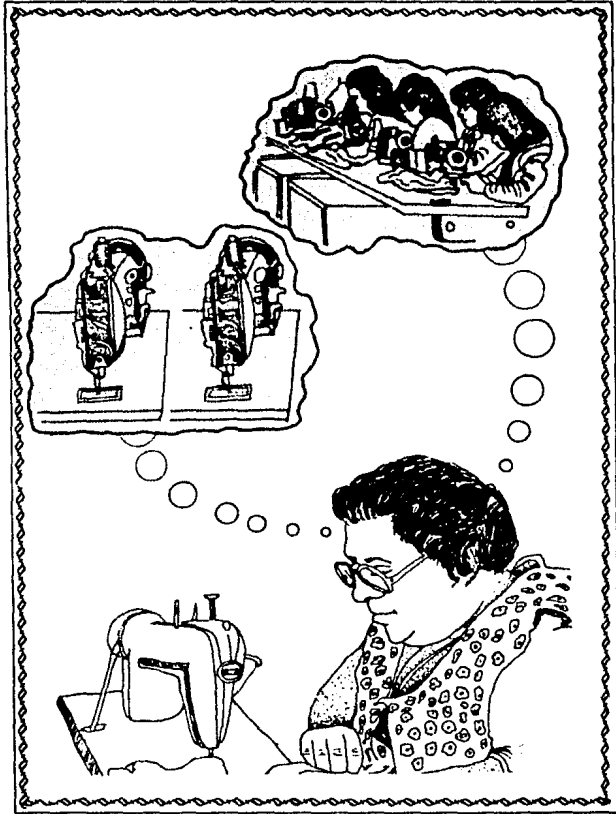


UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

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.



INDICE

	PAG.
PROLOGO	1
INTRODUCCION	3

CAPITULO 1

MARCO TEORICO

1.1 Definición de Empresa	5
1.2 Clasificación e Importancia de la Pequeña y Mediana Empresa	8
1.3 Definición de Planeación y su Importancia en la Pequeña y Mediana Empresa	15
1.4 Requisitos legales de constitución de una Empresa	25

CAPITULO 2

ANTECEDENTES

2.1 Antecedentes Históricos de la Administración en México	42
--	----

2.2	Antecedentes Históricos de la Pequeña y Mediana Empresa	49
2.3	Antecedentes y Desarrollo de la Industria del Vestido en México	54

CAPITULO 3

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1	Planteamiento del Estudio	84
3.2	Recolección de Datos.	88
3.3	Descripción del Procedimiento Empleado para el Tratamiento de los Datos	98

CAPITULO 4

ANALISIS DE LA INFORMACION

4.1	Interpretación de la Información.	107
4.2	Comprobación de la Hipótesis.	139
	CONCLUSIONES	140
	BIBLIOGRAFIA	145

A la Universidad Nacional Autónoma de México.

A la Facultad de Contaduría y Administración.

A los maestros.

Por la educación impartida
sin la cual no habiéramos-
logrado la meta propuesta-
por cada una de nosotras.

PROLOGO

La idea fundamental que motivó a la realización de esta investigación, es la necesidad de dejar plasmado a través de este libro, nuestras experiencias y conocimientos adquiridos en el transcurso de nuestra vida estudiantil y corta experiencia profesional.

Quizá pueda parecer inútil una nueva investigación sobre la planeación, cuando a menudo existen estudios - y publicaciones sobre esta fase inicial del proceso administrativo.

Dentro de las causas principales que tuvimos para elegir el tema de la Problemática de la Planeación en - la pequeña y mediana empresa en México, dentro de la industria del vestido fueron: primera, la relación directa que con esta rama de la industria tenemos; segunda, - los problemas y deficiencias que en ella encontramos; - tercera, la poca información escrita sobre el tema; y - cuarta, el poco desarrollo que presentan a través del -

tiempo por sus características de idiosincracia y organización.

En el desarrollo de nuestra investigación pudimos comprobar que el trabajo en equipo redunda en experiencias, reflexiones e ideas que compartidas nos ayudaron a madurar, ampliar nuestros conocimientos y a reafirmar una vez más nuestra amistad como grupo.

Queremos manifestar nuestro agradecimiento a la Universidad Nacional Autónoma de México y a la Facultad de Contaduría y Administración, donde realizamos nuestros estudios superiores; pero especialmente deseamos expresar que estaremos por siempre agradecidas, por su paciente dirección y dedicación personal, a nuestro asesor del seminario de investigación Lic. Francisco Javier Laris Casillas. Asimismo, a todas aquellas personas que con su colaboración ayudaron a la realización de esta investigación.

INTRODUCCION

En la actualidad la planeación no está acorde con el entorno social y económico de la empresa mexicana, - por lo que consideramos que es necesario hacer estudios para encontrar su mejor adecuación y aplicación.

En la presente investigación, se pretende abordar dentro de nuestras posibilidades, la problemática a la que se enfrentan en el logro de su desarrollo la pequeña y mediana empresa dentro de la industria del vestido, señalando para este efecto algunos obstáculos que limitan su crecimiento.

Cada capítulo merece una atención especial por lo cual daremos una breve reseña que permita ubicar al lector.

El primer capítulo persigue fundamentar la razón de ser e importancia de la planeación dentro de la pequeña y mediana empresa en México así como, el papel que desem-

peñan éstas en las políticas de inversión, de empleo y productividad principalmente.

En el segundo capítulo trataremos de dar un breve esbozo de los antecedentes históricos de la administración, y como nació la idea de constituir la en una profesión, también daremos a conocer el surgimiento de la pequeña y mediana empresa, que constituyó la piedra angular que habría de propiciar el desarrollo de las fuerzas productivas, y por último el inicio y desarrollo de la industria del vestido en México.

En el tercer y cuarto capítulo se incluye la metodología utilizada en la investigación, así como, las gráficas representativas de la información recopilada para hacer más explícita la exposición y poder ofrecer un panorama más concreto.

Abrigamos la esperanza de que este trabajo contribuya aunque sea en una pequeña proporción al conocimiento de los problemas a los que se enfrenta la pequeña y mediana empresa, así como, motivar el interés para la realización de nuevas investigaciones sobre este tema.

Capítulo 1

MARCO TEORICO

1.1 DEFINICION DE EMPRESA.

Los estudiosos de la Administración a través del -- tiempo han tratado de integrar en un sólo concepto todos los componentes o partes integrantes que deben de - considerarse en una empresa.

A continuación exponemos algunas definiciones de - autores mexicanos, en donde, se define a las empresas - desde el punto de vista del autor.

- Es la unidad económica social en la que el capital de trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en el que la propia organización actúa.

(ISSAC GUZMAN VALDIVIA)

- Una empresa puede ser definida, como la entidad que utiliza sus conocimientos y recursos para elaborar- productos, prestar servicios que se suministran a terceros, en la mayoría de los casos mediante lucro o ganancia.

(LEONARDO RODRIGUEZ)

- Unidad productiva o de servicios constituida por aspectos legales o prácticos, se integra por recursos - humanos, materiales y tecnológicos, que valiéndose de - la buena administración logran sus objetivos.

(AGUSTIN REYES PONCE)

- Cuando hay un objetivo en común en una comunidad y el esfuerzo por alcanzarlo se dice que hay empresa.

(FRANCISCO J. LARIS CASILLAS)

- Es la unidad económica de producción o distribu- ción de bienes o servicios.

(LEY FEDERAL DEL TRABAJO)

Dentro de las definiciones anteriores, se observa que para algunos autores, la empresa tiene como función principal proporcionar bienes y servicios para satisfacer las necesidades de terceros, para otros es un medio de obtener ganancias o lucro, mediante una eficaz coordinación de los recursos humanos, técnicos y materiales, todo esto siguiendo los lineamientos legales establecidos.

A continuación describimos los elementos que a nuestro juicio deben de integrar o conformar toda empresa.

Es la unidad económica social que con un capital - de trabajo y una buena planeación y coordinación de los recursos humanos, técnicos y materiales, pueden proporcionar bienes o servicios para la satisfacción de necesidades de una sociedad, todo envuelto dentro de un marco legal establecido y teniendo como fin preestablecido el lucro o ganancia.

1.2 CLASIFICACION E IMPORTANCIA DE LA PEQUEÑA Y - MEDIANA EMPRESA.

1.2.1 Clasificación:

El papel que desempeña la industria pequeña y mediana en las políticas de inversión, empleo y productividad principalmente, ha originado diferentes clasificaciones de la misma.

Por ejemplo, el Plan Nacional de Desarrollo Industrial, para efectos de estímulos fiscales, define como "pequeña empresa" a aquella cuyos activos fijos totales a valor de adquisición suman un máximo de 200 veces el salario mínimo anual vigente en el Distrito Federal. - Este monto es de alrededor de 33'000,000 de pesos en la actualidad, (1983)

Para propósito de ocupación se define como "pequeña empresa" a la que emplea hasta 25 trabajadores y como "mediana empresa" a la que ocupa de 26 a 250 personas.

Igualmente, el FOGAIN para cumplir con su función crediticia, se basa en el capital contable para definir el tamaño de las empresas. En la actualidad se clasifi

ca como "pequeña" a la que tiene un capital contable - que oscile entre 50,000.00 pesos y 20'000,000.00 de pesos; "mediana empresa" es la que tiene un capital contable mayor de 20'000,000 de pesos y hasta 80'000,000.00 de pesos como máximo.

1.2.2 Importancia:

Cuando el proceso de industrialización ha alcanzado un cierto nivel de desarrollo suele experimentar retraso a menos que se fortalezca a la pequeña y mediana empresa, la cual casi siempre representa al segmento - preponderante del sector secundario de la economía.

Los grandes complejos industriales por sí solos, - no otorgan al país los efectos deseados en cuanto a mayor productividad, mejor distribución del ingreso, desarrollo regional y muchos otros, sino se apoyan en un estrato de eficientes empresas pequeñas y medianas. La - experiencia de México ha demostrado que el crecimiento industrial, por sí mismo, no ha resuelto los problemas económicos y sociales en el sentido de que no ha conseguido aumentar suficientemente las oportunidades de empleo y la mejor distribución del ingreso.

1.2.2.1 La pequeña y mediana industria y su participación en la Economía:

Según el censo industrial de 1975 la industria de la transformación está representada por 120 mil establecimientos, de los cuales el 75%, o sea 90 mil son industrias medianas y pequeñas.

La importancia de estas 90 mil industrias pequeñas y medianas puede mostrarse por los siguientes datos:

- Su participación en la producción manufacturera total significa aproximadamente un 65%.

- Se estima que estas empresas generan el 83% de los empleos que existen actualmente en la industria

Además en los países en proceso de desarrollo, la pequeña y mediana industria tiene ventajas sobre la grande, tanto por su baja inversión por hombre ocupado, como por su versatilidad en su localización, lo cual es relevante para los programas de creación de fuentes de empleo y de descentralización de las actividades económicas del país.

De ahí que:

- El porcentaje de utilidad que obtuvieron sobre ventas fue del 10% y sobre el capital propio del 18%.

- Los capitales invertidos promedio por empresa, fueron aproximadamente de 2.5 millones y por empleado - de 135 mil pesos.

- Las ramas industriales donde existe un mayor número de estas empresas son las de alimentos; textiles; - fabricación de prendas de vestir; industrias metal-mecánicas e imprenta; litográficas; editoriales e industrias conexas.

1.2.2.2 Importancia social de la pequeña y mediana industria:

La importancia de la pequeña y mediana industria - en cualquier país no importando el grado de industrialización, no sólo es de carácter económico sino también de orden social.

La pequeña y mediana industria al incorporar fuerza de trabajo al sector manufacturero, procedente del - agro-mexicano contribuye, por un lado, a elevar un ran-

go social distinto a este sector de desocupados a semi-desocupados, debido a la capacidad de compra que les proporciona la industria, a través de sus salarios y por los bienes que adquieran con él.

Por otro lado, contribuye a formar y a capacitar la mano de obra que por la estructura educacional, característica de países en proceso de desarrollo, no habría encontrado los elementos para su entrenamiento y capacitación.

Asimismo, en un país en proceso de permanente cambio, hacia una estructura industrial mas compleja, pero que aún no ha logrado desarrollar la capacidad gerencial a niveles con que cuentan naciones como Estados Unidos de América, Inglaterra, Francia, Alemania o Japón, la pequeña y mediana industria se constituye en la escuela práctica. En ella se gesta la formación gerencial que necesita forzosamente un país para mejorar su estructura administrativo-productiva para una sólida y pujante industria. Hoy se considera que un especialista estará mejor preparado si completa su educación haciendo su servicio social, precisamente en la planta industrial.

Es responsabilidad de la pequeña y mediana indus--

tria reducir sus costos y mejorar su calidad de manera insoslayable, para que contribuya con efectividad a propicar y desarrollar el mercado interno. Es decir, en nuestro país existen aún considerables sectores marginados de uso y consumo no sólo de artículos industriales procedentes de la industria del calzado, el vestido, la alimentación y el alojamiento, sino de bienes industriales intermedios y duraderos.

La pequeña y mediana industria contribuye a elevar el nivel de ingresos de la población, al constituir un mecanismo redistributivo de la propiedad entre parientes y amigos que son quienes forjan una idea e inician una actividad industrial en pequeña escala. De esta manera, la pequeña y mediana industria, son un mecanismo de captación de pequeños ahorros para hacerlos productivos, ahorros que de otro modo hubieran permanecido ociosos.

La significativa participación de la pequeña y mediana empresa en el sector industrial la convierten en la piedra de toque para el diseño de políticas, estrategias y planes de desarrollo de la industria de transformación en general.

En efecto, la industria pequeña y mediana del país desempeña en la actualidad un papel estratégico dentro del proceso de consolidación económica, y en la puesta en marcha del nuevo modelo de desarrollo nacional que el gobierno federal trata de implementar

Su importancia radica principalmente en el uso intensivo que hace de la mano de obra, materias primas e insumos nacionales, cuya acción combinada favorece la incorporación del valor agregado a la producción del país, así como, el adecuado aprovechamiento de los recursos públicos y privados disponibles.

En particular, es interesante destacar el papel que juega la pequeña empresa como fuente de empleo local y de capacitación obrero y empresarial; igualmente, juega un papel destacado en el proceso de desarrollo regional, y con todo ello, en la democratización de las oportunidades económicas del país.

Es de hacer notar que las cifras aquí mencionadas requieren actualizarse por efecto combinado de la inflación, las 3 devaluaciones sufridas en 1982 y el deslizamiento constante del peso de 0.13 a partir del 2 de diciembre de 1982.

1.3 DEFINICION DE PLANEACION Y SU IMPORTANCIA EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.

La planeación representa una parte del proceso de administración que consiste en fijar el curso de acción concreto que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempos y de costos necesarios para su realización. De acuerdo con esto es evidente la necesidad de que las empresas apliquen para determinar con anticipación lo que debe hacerse sin pasar por alto que dicha planeación tendrá que ajustarse, además de los aspectos operativos propios del negocio, a los cambios económicos de la actividad, del sector industrial y del país en general.

En particular la planeación resulta una gran ayuda para el empresario de la pequeña y mediana empresa, -- quien con sus limitaciones y desventajas ante las grandes corporaciones, debe tomar decisiones que abarquen todas las actividades y funciones de la empresa. La finalidad es proyectar la acción de la misma más allá del futuro inmediato, es decir, el industrial debe adoptar una estrategia que le permita la supervivencia y además

el beneficio adecuado; como apoyos necesarios para su desarrollo y que lógicamente debe traducirse en un incremento de su productividad.

IMPORTANCIA:

Planear es tan importante como hacer, porque:

- La eficiencia, obra de orden, no puede venir del acaso, de la improvisación.

- Así como en la parte dinámica lo central es dirigir, en la mecánica el centro es planear; si administrar es "hacer a través de otros", necesitamos primero hacer planes sobre la forma de como esa acción habrá de coordinarse.

- El objetivo sería infecundo si los planes no lo detallarán, para que pueda ser realizado íntegra y eficazmente; lo que en la previsión se descubrió como posible y conveniente, se afina y corrige en la planeación.

- Todo plan tiende a ser económico; desgraciadamente, no siempre lo parece, porque todo plan consume tiempo, que, por lo distante de su realización, puede parecer innecesario e infecundo.

- Todo control es imposible si no se compara con un plan previo.

Sin planes se trabaja a ciegas.

PLANEACION DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA:

Para que las empresas pequeñas y medianas puedan alcanzar una mejor planeación es necesario que hagan uso de las técnicas básicas ya probadas en la práctica por algunas de ellas, y con mucho éxito. Entre dichas técnicas se encuentran la comercialización; el control-presupuestario; el control de la producción; la determinación de los costos de operación; la delegación de autoridad asignando responsabilidades; y la capacitación y adiestramiento proporcionados al personal.

- La comercialización:

La comercialización es sin duda alguna, la técnica que más se descuida en las empresas pequeñas, pues en un buen número de casos luchan por salir adelante en un tipo de negocios erróneos. En función de esta idea el empresario debería de plantearse las siguientes preguntas: ¿De acuerdo a los objetivos planteados, se dedica nuestra empresa al negocio apropiado? ¿Se encuentra -

dentro de un mercado en crecimiento? ¿A ciencia cierta, se conoce cuál es el potencial del establecimiento, para participar en el mercado?

Sin mayor razonamiento, por simple apreciación, - las preguntas que anteceden, representan una invitación para hacer un breve paréntesis que permita meditar acerca de si el producto que se vende es lo que el consumidor requiere, en este sentido es necesario tener presente que uno de los principales objetivos de toda la empresa, independientemente de los beneficios a obtener, debe ser relacionado con el servicio que se desea proporcionar al cliente, esencialmente en función de lo que quiere y le gusta como consumidor; más que venderle lo que la empresa puede hacer.

Otra consideración al respecto es el conocimiento sistemático, que el industrial ha de tener sobre el crecimiento del mercado. Esto permite establecer las estrategias más adecuadas, sobre todo si se trata de establecer políticas que permitan a la empresa participar competitivamente dentro del mismo. De las políticas deben enunciarse los precios, plazos de crédito, y la oportunidad de entrega. Por su parte, entre las princi

pales fuentes externas de información para establecer - estrategias, se encuentran la Secretaría de Programación y Presupuesto, la Secretaría de Patrimonio y Fomento In dustrial y el Banco de México, S.A.

En relación a la tercera pregunta, el deseo de participar en el mercado y el de proporcionar el servicio- más adecuado al cliente, no es suficiente. En el fondo el potencial de participación en el mercado debe estar- acorde con los recursos o medios de que disponga la em- presa, cuyas limitaciones pueden estar dadas por los si guientes factores; producción, personal, organización ad ministrativa y finanzas.

- Control Presupuestario:

Como herramienta básica de la dirección de cualquier empresa se tiene la formulación de presupuestos. Como- tal, la elaboración presupuestal debe hacerse apoyándo- se en un plan de utilidades que permita tomar decisio-- nes basadas en la realidad. Esto ayuda a reducir los costos y evita el gasto innecesario en actividades que- no se traducen en ningún beneficio, y que por lo gene-- ral reportan pérdidas.

Aunque en una empresa pequeña, por lo general el dueño es la persona que funge como principal administrador, y por lo mismo, quien centraliza todas las actividades. Ello no significa que se deseche la oportunidad de hacer la planeación formal, como proceso es una necesidad, no importa el tamaño de la empresa.

Por otro lado, es posible formular planes sin utilizar la técnica presupuestaria; pero hay que tomar en cuenta que una planeación bien definida, como la que ofrece un presupuesto debidamente fundamentado, permite que los resultados sean mucho mejores, además, la magnitud o tamaño de una empresa nada tiene que ver con la necesidad de planeación, ésta se justifica por sí misma y quizá en un negocio pequeño sea más sencillo hacerlo, pero eso no significa que dicha tarea sea menos importante.

- Control de la Producción:

El control de la producción también es un factor de ayuda, dada su importancia en la reducción de costos. Por ejemplo, el mejor plan de mercado resulta inútil si el cliente no recibe el pedido a tiempo, o los costos de producción se elevan por ese mismo concepto. Como -

procedimiento, el control de la producción se lleva a cabo mediante la preparación de informes oportunos, que faciliten la toma de decisiones o la rectificación de las acciones.

En su caso para ser eficaces, los informes tienen que ser claros, completos y oportunos. Es inoperante el derrochar tiempo y esfuerzo para preparar información que por su presentación tardía no puede ser utilizada. Los buenos informes asumen la forma de cuadros comparativos, lo cual facilita su preparación y presentación, como una herramienta esencial en el control de la producción.

Además, el sistema de información debe de funcionar en concordancia con los objetivos de producción establecidos en la empresa, según sus características particulares y en base a sus planes de mercado.

- Determinación de los costos de operación:

El objetivo de este procedimiento, por demás significativo, es el de reducir los costos, pues a una empresa pequeña le es posible vender sus productos por abajo de sus costos, tal y como lo suelen hacer temporalmente algunas grandes corporaciones, sin saberlo ni desearlo.

El primer paso a seguir es la elección de los precios a que se va a vender el producto o los productos, - en función de los costos y de las condiciones del mercado. Para ello, una herramienta que puede auxiliar, es el cálculo del margen bruto de ventas, que consiste en multiplicar el costo normal unitario de cada artículo - por el número de unidades cuya venta se estima. Esta cifra a su vez debe deducirse de las ventas previstas.

Al estudiarse las cifras del margen bruto calculado, de acuerdo con la experiencia que se tenga en materia de gastos de distribución, de administración y gastos financieros, se estará en condiciones de ejercer un mejor control respecto a los costos de operación.

- Delegación de autoridad asignando responsabilidades:

Como antes se mencionó en la mayoría de las empresas pequeñas, la organización interna se caracteriza - porque las actividades administrativas se concentran en una sola persona. De esto resulta que, de la actuación de dicha persona dependa el éxito o fracaso de la empresa.

Por la experiencia obtenida de algunas empresas pe

queñas que han puesto en práctica la delegación de funciones en unas segundas manos, se ha detectado que el propietario o principal administrador dispone de mayor tiempo para atender los asuntos más relevantes de la misma, como son la estructuración de los planes estratégicos y de la fijación de objetivos; factores base en una planificación empresarial.

Debido a esto es factible y necesario desarrollar al personal de mayor confianza en la empresa, como ejecutivos de segundo nivel, que sustituyan al administrador principal en sus actividades repetitivas o de rutina, capacitándolos según el grado de responsabilidad y autoridad que habrá de tener respecto a sus decisiones.

La mecánica recomendable para preparar un ejecutivo de segundo nivel consiste, en permitir al prospecto la adaptación progresiva con las nuevas responsabilidades y autoridad que se le delegue añadiéndolo nuevos retos e interesándolo en los diversos problemas conforme se vayan presentando. El éxito reside, en darle la oportunidad bajo una revisión de logros alcanzados evitando la supervisión directa diaria o de cada toma de decisión. Además de que la inyección de ánimo influirá en desarrollar su iniciativa, creatividad y confianza -

en lo que puede hacer.

Siendo el factor humano un elemento importante para todo éxito empresarial reviste especial cuidado el llevar a cabo un buen adiestramiento de personal, auxiliándose de las instituciones existentes que para el objeto fueron constituidas.

Para algunos negocios pequeños, el adiestramiento tiene que hacerse sobre la marcha, y generalmente, si no se dispone de recursos suficientes para un tipo de adiestramiento profesional, las experiencias y habilidades requeridas pueden ser fácilmente enseñadas como parte del trabajo diario.

Otro método de capacitación y adiestramiento es el que se apoya en la rotación de puestos, ya sea por horas al día, varios días sustituyendo ausencias, o varias semanas dependiendo de las características del trabajo y de la organización de la empresa.

La década de los ochenta está en su desarrollo y la economía del país está sufriendo un cambio sustancial, no solo desde el punto de vista económico, sino también desde el punto de vista social, y el papel que ha de jugar la pequeña y mediana empresa aumenta en importancia.

Ante los cambios que surgen, la pequeña y mediana empresa deberán participar y ajustar sus estrategias de planeación para hacer frente a los cambios significativos que puedan ocurrir.

Debemos de tener en cuenta que si bien los cambios en el ambiente económico y social presentan problemas - también presentan retos y crean oportunidades, especialmente aquellas empresas que sean bien administradas y - que estén siguiendo estrategias de planeación adecuadas.

1.4 REQUISITOS LEGALES DE CONSTITUCION DE UNA EMPRESA.

Independientemente de los requisitos que en forma especial exige la Ley para cada tipo de sociedad en particular, deben implementarse algunos que son genéricos, mismos que a continuación se señalan:

1.4.1 Inscribirse en el Registro Público de Comercio.

La escritura constitutiva correspondiente debe contener:

- a) Nombre, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad.

- b) El objeto de la sociedad.
- c) Su razón social o denominación.
- d) El importe del capital social.
- e) Su duración.
- f) La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y el criterio seguido para su valorización. Si el capital es variable, así se expresará e indicando el mínimo que se fija.
- g) El domicilio de la sociedad.
- h) La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad.
- i) El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social.
- j) La forma de hacer la distribución de las utilidades y pérdidas entre los miembros de la sociedad.
- k) El importe del fondo de reserva.
- l) Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
- m) Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y el modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente.

Anteriormente se señaló que las sociedades cooperativas se rigen por su propia ley, por tanto, en ésta se deben localizar los requisitos de formación.

Finalmente, si alguna sociedad ha omitido inscribirse ante el Registro Público de Comercio, pero se ha ostentado como tal ante terceros, tendrá personalidad jurídica, conste o no en escritura pública.

1.4.2 Registro Federal de Contribuyente.

De acuerdo a las modificaciones sufridas por el Código Fiscal de la Federación, vigentes a partir de 1983, mismas que fueron publicadas en el "Diario Oficial" de la Federación del 1º de enero de 1983, tienen obligación de inscribirse en el Registro Federal de Contribuyente, las personas morales (o sea las sociedades y asociaciones), las unidades económicas sin personalidad jurídica, así como las personas físicas que deben presentar declaraciones periódicas relativas a impuestos federales.

El "darse de alta" ante el Registro Federal de Contribuyente implica el uso de las formas o formatos que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público ha autorizado para tales efectos, que son los siguientes:

- FORMA FISCAL H.R.F.C. - 1

Utilizada por las personas físicas cuyas actividades quedan comprendidas dentro del comercio, la industria, la agricultura, la ganadería y la pesca.

- FORMA FISCAL H.R.F.C. - 2

Utilizada por las personas morales (sociedades y asociaciones), unidades económicas o instituciones rectoras del Impuesto sobre la Renta para todas sus actividades, incluyendo a las sociedades y asociaciones civiles cuando, indirectamente, sean causantes del Impuesto al Ingreso Global de las Empresas o del Impuesto sobre Productos o Rendimientos del Capital.

Por otra parte, en los casos de aumento o disminución de obligaciones fiscales, diversas de las de la Ley del Impuesto sobre la Renta, deberá formularse aviso ante la Oficina Federal de Hacienda correspondiente, utilizando al efecto la forma H.R.F.C. - 20

Las modificaciones de la situación fiscal de los contribuyentes que con anterioridad se hubieren inscrito en el Registro Federal de Causantes, debe comunicarse a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a través de la forma oficial señalada anteriormente, ya que-

la consecuencia será la modificación de las obligaciones fiscales y probablemente, queden afectos a otro y otros impuestos federales, o por el contrario, cese la obligación de seguir cumpliendo con algún o algunos impuestos federales a los que estaban afectos.

En el caso de que se presente alguno de los supuestos que se señalan a continuación, se deberá utilizar y presentar la forma H.I.S.R. - 21.

Clausura definitiva:

Traspaso total

Cambio de razón social o denominación

Cambio de domicilio

Cambio de actividad

Aumento o disminución del capital social.

La obligación de inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes, se encuentra contenida tanto en el Código Fiscal de la Federación como en las diversas leyes fiscales especiales.

1.4.3 Empadronamiento:

En relación al Impuesto al Valor Agregado, la obligación de empadronarse se encuentra contenida en el ar-

título 27 de la Ley de la materia, debiéndose hacer separadamente por cada uno de los giros, sucursales, bodegas o dependencias.

Debe establecerse que el empadronamiento de una negociación no es una obligación que deba hacerse año con año o frecuentemente, no se trata de una obligación única de acuerdo con el artículo 32 de la propia Ley del Impuesto al Valor Agregado, y para cumplir con esta obligación es necesario presentar una solicitud de suscripción, dentro de los 10 días siguientes a la fecha de iniciación de operaciones, ante las oficinas autorizadas correspondientes, en el D. F. en la Tesorería del D. F.

Es conveniente aclarar que tratándose de estas empresas, se deberá presentar copia de la solicitud de inscripción ante la oficina exactora local, o sea en la Oficina de Rentas de la Entidad Federativa de que se trate.

Anteriormente se señaló que el plazo para la suscripción corre a partir de la fecha de iniciación de operaciones, siendo ésta, de acuerdo con el artículo 29 de la Ley, cualesquiera de las siguientes:

La de la apertura del local.

La obtención del primer ingreso gravable; y

La celebración de contratos que den lugar a ingresos gravados.

Una vez presentada la solicitud ante la oficina correspondiente, ésta expedirá dentro de los 10 días siguientes a la fecha de presentación de aquélla, la cédula de empadronamiento y entregará, además, la placa metálica respectiva. Esta cédula tendrá una vigencia y duración indefinida, por lo mismo, no requiere su renovación, sino en los específicos que previene la ley, - que pueden ser:

Cambio de objeto, giro, nombre o razón social

Traspaso; y

Traslado.

En la práctica, la oficina receptora envía el tarjetón correspondiente.

1.4.4 Registros Obligatorios.

Los registros contables son básicos en casi todos los negocios, ello obedece no sólo a las disposiciones legales de carácter fiscal, sino también a las contenidas en el Código de Comercio.

Para efectos fiscales, la contabilidad está sujeta a diversos ordenamientos, pero uno que es general se -- ubica en el artículo 95 del Código Fiscal de la Federación, que señala lo siguiente:

- Los sistemas contables previamente a su utiliza ción deberán ser autorizados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

- Los asientos de contabilidad serán especifica-- dos y deberán correrse dentro de los sesenta días si-- guientes a la fecha en que se realicen las operaciones-- respectivas.

- Los libros, registros y documentos comprobato-- rios de los asientos respectivos y los comprobantes de-- haber cumplido con las obligaciones fiscales, deberán - conservarse en el lugar en que esté establecida la admi-- nistración principal del negocio, durante cinco años - contados a partir de la fecha en que se presentaron las declaraciones con ello relacionadas. La documentación correspondiente a aquellos conceptos respecto de los - cuales se hubiere promovido algún recurso o juicio, se-- conservarían durante un plazo de cinco años, computando-- a partir de la fecha en que se firme la resolución que

ponga fin al negocio.

Por lo que se refiere a la Ley del Impuesto sobre la Renta, las obligaciones relacionadas con la contabilidad están señaladas en el artículo 42 fracción 1 del citado ordenamiento, las cuales son las siguientes:

- Llevar su contabilidad de acuerdo con las disposiciones de la Ley de la materia, su reglamento y del Código de Comercio, cuando la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, de acuerdo con la Cámara de Comercio o de Industria respectiva, aprueba catálogos uniformes de cuentas por ramas de actividad, o por regiones, los causantes miembros de dichos organismos, deberán sujetarse a ellos.

El artículo 76 del Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta, señala que como mínimo se deben utilizar los libros:

- Diario
- Mayor
- De inventario y balance

Con la publicación del reglamento de la ley (14 de octubre de 1977) quedó eliminada la obligación de llevar

el libro de compras y ventas, si estas últimas sobrepasan los \$3'000,000.00 M.N.

Para dar cumplimiento a la obligación de que se trata; podrá usarse indistintamente los siguientes métodos de registro.

- Manual
- Mecanizado
- Electrónico

En el primer caso, se presentan los libros para su autorización ante la oficina correspondiente, al tiempo en que se da el aviso de iniciación de operaciones. Los libros deben llevarse debidamente encuadernados y foliados. En relación al libro de inventarios y balances deberá anotarse cuando menos el balance y el estado de resultados correspondientes a cada ejercicio.

Por otra parte, el artículo 38 del Código de Comercio señala que el libro de inventarios y balances debe contener:

- a) La relación exacta del dinero, valores, créditos, efectos de toda clase, apreciados en su valor real

y que constituyan su activo.

- b) La relación exacta de las deudas y toda clase de obligaciones pendientes, si las tuviere, y que formen su pasivo.
- c) Fijará, en su caso, la diferencia exacta entre el activo y el pasivo, que será el capital con que principia sus operaciones.

Si se adoptan registros mecanizados de contabilidad, la fracción II del artículo 76 del Reglamento de la Ley el Impuesto sobre la Renta, señala los siguientes requisitos:

- Presentar para su autorización las hojas destinadas a formar el libro diario.

- Que las hojas sean preimpresas y prenumeradas consecutivamente, conteniendo el nombre, domicilio y Registro Federal de Causantes del contribuyente.

- En caso de iniciación de operaciones, presentarse ante la oficina correspondiente dentro de los 60 días siguientes a esa fecha, aún sin haber corrido en ellos ningún asiento

- En caso de nueva dotación de hojas se acompaña-

rán a éstas, la última hoja utilizada.

Las hojas que se destinen a formar los libros que son electrónicos, los requisitos serán los siguientes:

- Formular aviso a la oficina autorizada al efecto dentro de los 15 días siguientes a la fecha en que se adopten.

- El aviso se presentará en la forma oficial aprobada.

Se deberán señalar, entre otros, los siguientes datos:

Marca de equipo

Capacidad

Características de las máquinas

Lenguaje que utilicen

Porcentaje de su contabilidad sujeto al sistema eléctrico

Diagrama general

Descripción de los programas que se pretende usar;

y

Balanza de comprobación de saldos a la fecha en que se adopten estos registros.

Si no se reúne alguno de los requisitos mencionados, no se otorgará autorización por parte de la autoridad administrativa correspondiente.

Los cambios de sistema deberán comunicarse por medio de aviso que se presentará dentro de los 15 días siguientes a la fecha en que ocurran, indicando la balanza de comprobación de saldos a la fecha en que se produzcan.

Tanto para el sistema mecanizado como para el electrónico las hojas de los libros diario, mayor y de inventarios y balances se presentarán debidamente encuadernados ante la autoridad exactora que corresponda a más tardar el día en que el contribuyente deba presentar su declaración para que las autorice y tome nota de los folios que comprende cada tomo.

1.4.5 Documentación comprobatoria de Ingresos.

El artículo 42 fracción II de la Ley del Impuesto sobre la Renta establece como una de las obligaciones del contribuyente el expedir documentos que acrediten las ventas que efectúa y conservar una copia de los mismos a disposición de la Secretaría de Hacienda y Crédito

to Público.

La "documentación" a que se hace referencia no es otra cosa que la facturación que se debe efectuar por las ventas realizadas y puede hacerse a opción del contribuyente en cualesquiera de las formas siguientes:

En el propio talonario de las facturas, o
Expidiéndolas en original y copia.

Si son talonarios, éstos deberán estar foliados y empastados, la matriz contendrá los datos completos y - el talón contendrá su extracto.

Si se requiere el uso simultáneo de varias series, se podrán llevar las que fueren necesarias, debiendo - identificarlas siguiendo un orden alfabético.

Si se opta por llevar documentos en original y copia, deberán foliarse y conservar copias, empastándose éstos por su orden. Si no se usan en su totalidad, se conservarán los originales y las copias, anotando en - ellas la palabra "cancelado".

1.4.6 Registro I. M. S. S.

Para el cumplimiento de las obligaciones impuestas

por la ley del Seguro Social, es necesario que el contribuyente se inscriba en dicho instituto.

La inscripción patronal se realiza a través de la forma I - A denominada "Aviso de Inscripción de Patrón"; a la presentación del aviso se acompañará copia simple de la escritura constitutiva; si se trata de persona física, se anexará una copia fotostática de la apertura o "alta".

En el Distrito Federal, zona metropolitana, Monterrey, y Guadalajara, el servicio se ha dividido en áreas y para el trámite correspondiente existen agencias administrativas que están ubicadas de acuerdo al domicilio de la empresa.

Tratándose del trabajador, la forma que se utiliza para inscribirlo en el Instituto es la 2 - A (formato - para comercio, se debe recordar que existen 2 formatos - más, que son para industria y servicios), y se denomina "Aviso de Inscripción del Trabajador".

El plazo para dar de alta a un trabajador es el lapso comprendido dentro de los primeros cinco días después de haber empezado a laborar.

1.4.7 Registro Sanitario.

Independientemente del giro o actividad a que se dedique el contribuyente, debe obtener la licencia sanitaria para llevar a cabo su actividad correspondiente, y a este respecto el artículo 394 del Código Sanitario señala; "Los establecimientos industriales, comerciales o de servicios requieren para su funcionamiento de licencia sanitaria".

La solicitud debe ser presentada en la forma F -25 -DL de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, la cual se entrega y llena en las mismas oficinas.

La vigencia de esta licencia es de dos años, debiéndose señalar que existen también dos tipos de formas para registrarse; una para el Distrito Federal, y la segunda para el resto de la República.

A pesar de que los formatos existen en el mercado, cuando se presentan ante la oficina correspondiente, el empleado toma los datos y los transfiere a otra forma idéntica, excepto que esta última está foliada (numerada progresivamente); los datos que generalmente se deben anotar son los siguientes:

Nombre del solicitante

Domicilio del negocio

Clase de actividad

Número de obreros y empleados

Tipo de maquinaria que se utilizará

Registro de la Cámara correspondiente

Croquis para identificar las calles adyacentes.

Finalmente los empleados de la negociación deben - de obtener su tarjeta de salud, que normalmente son -- aquéllos que tienen contacto directo con alimentos, medicamentos, etc.

Se recomienda que antes de llevar a cabo la apertura de una negociación se soliciten informes directamente en la Secretaría de Salubridad y Asistencia acerca - de si existe o no reglamento especial sobre el giro que se pretende explotar.

Capítulo 2

ANTECEDENTES

2.1 ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA ADMINISTRACION EN MEXICO.

2.1.1 El México independiente del pasado.

Al nacer México como nación no contaba con una base cultural y tecnológica que le permitiera un desarrollo económico sano tal y como lo habían iniciado las colonias inglesas en Norteamérica, lo que les permitió conquistarnos tecnológicamente.

En la época de la Reforma, había cerca de 60 empresas manufactureras de tejidos de algodón que ocupaban -

11,000 obreros, además existían innumerables talleres - artesanales y fábricas de papel, jabón, aceites, vasos-de vidrio y destiladores de licor de caña de azúcar.

2.1.2 El Porfiriato.

El intento más importante para impulsar la industria se dio durante la Dictadura de Porfirio Díaz, quien introduce el ferrocarril, la electricidad, el teléfono y muchas fábricas de capital extranjero, bajo un liberalismo económico muy rancio que permitió; los abusos que ocasiona, entre otras cosas, la Revolución Mexicana.

2.1.3 La época pos-revolucionaria.

La evolución a partir del cese del fuego de la lucha armada continúa pero ya bajo las nuevas estructuras de los ordenamientos legales del artículo 123 de la -- Constitución y la formación del sindicalismo que osciló entre las corrientes marxistas y las del movimiento -- obrero estadounidense. Se puede decir que México en - 1938 pretendió su independencia económica al expropiarlas compañías petroleras de capital extranjero.

2.1.4 Revolución Industrial en México.

La expropiación petrolera, la llegada de españoles

intelectuales refugiados, la 2a. guerra mundial que provoca compras masivas de alimentos por parte de Estados Unidos, son los que generan una pequeña Revolución Industrial en México. Con lo anterior empieza el desarrollo en lugares como la colonia Industrial Vallejo en la ciudad de México y en Monterrey.

2.1.5 Evolución de los estudios de administración en México.

A partir de nuestra industrialización surge en México la necesidad del estudio de la administración, ante la perspectiva de lograr la máxima eficiencia o aprovechamiento de los recursos humanos, materiales y técnicos.

La primera escuela de administración surgió en Monterrey en 1943 bajo el nombre de Administración de Negocios, en el Instituto Tecnológico de Monterrey, y fue - hasta el año de 1957, que la carrera se aprobó en la U.N.A.M., en la Facultad de Contaduría y Administración.

2.1.6 Autores mexicanos.

Es importante hacer referencia de los principales autores mexicanos que se han preocupado por el estudio-

de la administración y su importancia dentro del ámbito económico y social de las organizaciones mexicanas.

2.1.6.1 Agustín Reyes Ponce.

Sus obras que han logrado gran aceptación son:

- Administración de Empresas.
- Análisis de Puestos.
- Administración de Personal.
- Administración por objetivos.

Podemos considerar que este autor sigue la escuela clásica o científica de Taylor y Fayol; con una notable influencia de autores estadounidenses como Kontz, --- O'Donell, Odiorne y otros.

2.1.6.2 Issac Guzmán Valdivia.

Ha escrito mucho sobre el tema de administración:

- La ciencia de la administración.
- Problemas de la Administración de Empresas.
- Reflexiones sobre Administración.
- Sociología Industrial.
- Humanismo Trascendental y Desarrollo.

Guzmán Valdivia reitera y refuerza las teorías de

Reyes Ponce aunque se preocupa más por lo que debe ser la administración y la conducta del administrador frente a la organización tanto formal como informal.

2.1.6.3 José Antonio Fernández Arena.

Ha escrito diversas obras entre las que destacan:

- El Proceso Administrativo.
- Auditoría Administrativa.

Este autor rompió con los esquemas tradicionales - tanto en los estudios de la administración como en la - implantación del sistema modular como forma de enseñar - el proceso administrativo.

2.1.6.4 Miguel F. Duhalt Krauss.

Ha escrito diversos libros entre los que destacan:

- Los Manuales de Procedimientos en las Oficinas - Públicas.
- Aspectos de la Administración Pública y el Desarrollo en México.
- Técnicas de Comunicación Administrativa.

2.1.6.5 Francisco Javier Laris Casillas.

El L.A.E. y C.P. Francisco J. Laris Casillas obtuvo ambos títulos en la Facultad de Contaduría y Administración de la U.N.A.M.

Ha publicado los siguientes libros:

- Administración Integral. (CECSA)
- Comercialización Dinámica. (DIANA)
- Estrategias para la Planeación y Control Empresarial (TRILLAS)
- El Futuro de Mañana de México. (LIMUSA)

Además de muchas colaboraciones y artículos técnicos publicados en revistas técnicas de México y el extranjero, hay varios casos y notas técnicas escritas por él, que se utilizan en el IPADE.

Después de analizar la secuencia lógica de los acontecimientos con los que nace la administración en México, se detecta que tuvo que pasar mucho tiempo para que la administración fuera considerada como un procedimiento esencial en el desarrollo de la estructura empresarial.

Ante esta perspectiva, surge la necesidad de formalizar estudios sobre la administración en las universidades del país, con el fin de lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un órgano social.

2.2 ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA PEQUEÑA Y MEDIA NA EMPRESA EN MEXICO.

La pequeña industria surgió muchos años antes de que naciera el Capitalismo Industrial, teniendo como fuente creadora, las necesidades primarias del hombre; como el tallado de la piedra, el trabajo de metales, la manufactura de prendas de vestir y ornamentales, etc.

Así se constituyó no sólo en fuente de abastecimiento de artículos para el consumo, sino al mismo tiempo en la piedra angular que había de propiciar el desarrollo de las fuerzas productivas, y es principalmente la industria de modestos recursos donde se apoya la Revolución Industrial y con ello la tecnología que hoy fomentan y desarrollan las grandes empresas.

En México, desde la etapa de la vida independiente, el fenómeno de la industrialización, despuntó, con industrias como la textil, productos alimenticios, muebles de madera, productos químicos, etc. Antes de 1910, había surgido la primera fundidora de fierro y Aceros de Monterrey, la industria del cemento, la industria del jabón y otras unidades que en esa época se consideraban grandes empresas; sin embargo, tras de éstas ya existía

la incipiente industria y artesanía casera, utilitaria y de ornato.

Después de la Revolución Mexicana, al ampliarse el mercado interno aparecieron más industrias grandes, medianas y pequeñas. Pero la predominante en esa estructura industrial, que crece y se desarrolla permanentemente, es la pequeña y mediana industria.

En 1930 según cifras que ha elaborado el FOGAIN en base a los censos industriales, la pequeña y mediana industria del país, por el número de establecimientos, representaba el 12% del total de la industria de transformación, en tanto que el 86.4% correspondía a la industria menor que pequeña, es decir, talleres y artesanías. Para 1950, el mismo sector de la pequeña y mediana industria representaba el 25.5%; la industria menor que pequeña redujo su participación a 71.9%. En 1955, la pequeña y mediana industria significó el 45.8% y la artesanal el 51.9%. En 1960, la industria pequeña y mediana representó el 56.7% y los talleres artesanales, 42.8%. Para 1965 la misma pequeña y mediana industria ascendió ligeramente a 56.8% en tanto que la industria menor que pequeña descendió a 41.8%.

El censo industrial de 1971 reportó un total de - 118,740 establecimientos de la industria de transformación de los cuales el 64%, son industrias pequeñas y medianas, el 34.9% talleres y artesanías, y sólo el 0.44% que equivalen a 523 industrias cuentan con capital contable mayor de 25 millones de pesos.

Al observar la evolución histórica de la estructura industrial en México, por tamaños o niveles, podemos concluir lo siguiente:

- La dinámica de la economía mexicana propicia necesariamente el crecimiento absoluto de sus componentes. Es decir, al crecer el producto nacional bruto, crecen los elementos que lo componen, entre ellos el sector industrial.

- El crecimiento del sector industrial, dentro de la economía hace que aumente la dimensión de las unidades productivas, por lo que los niveles de industria se trasladan de los sectores artesanales o de incipiente - industria, a los de pequeña industria, y de éstos a los niveles medianos o grandes, o sea, lo que en 1930 era - artesanía o muy pequeña industria dejó de serlo para - convertirse en pequeña y mediana industria y lo que era

mediana industria se convirtió en gran empresa.

La importancia de la pequeña y mediana industria - no sólo puede medirse por el número de establecimientos, sino por el capital invertido que representan; por el - valor de su producción; por el valor agregado que le introducen; por las materias primas que consumen; por la formación de capital fijo; por los empleos que generan - y por la capacidad de compra que dan a la población trabajadora a través de los sueldos y salarios y los impuestos que pagan.

Estos conceptos de la economía también han venido - cambiando su posición o su importancia, en la correlación de valores que componen la estructura industrial.

Por lo que se refiere a la pequeña y mediana industria el capital invertido, que en 1930 significaba sólo el 40.3%, para 1970 representó el 69.8%. El valor de - la producción, que en el primero de estos años sólo significó el 43.4%, para 1970 fue de 73.4%, el valor agregado que en 1930 representó el 43.8% en la pequeña y mediana, para 1970 fue de 75.4%. Los sueldos y salarios que en 1930 apenas representaban el 37.9% del total que pagaba la industria de transformación, para 1970 eran -

de 78.9%. Por el número de trabajos de la pequeña y me
diana industria sólo absorbía el 25% de la mano de obra
fabril, para 1970 daba empleo al 83.2% de la fuerza la-
boral.

Estamos totalmente convencidos que la pequeña y me
diana empresa a través de su desarrollo ha tenido y se-
guirá teniendo un papel esencial en el cuadro económico
de nuestro país.

No solamente ofrece oportunidades a todas aquellas
personas con genio emprendedor para que desarrollen ple
namente sus inquietudes y capacidades, sino también, to
mada en conjunto, ellas representan una fuerza que está
en posición de hacer una significativa contribución al
sistema económico de cada nación, como ha sucedido en -
el desarrollo histórico de éstas en cualquier lugar, -
especialmente en nuestro país.

2.3 ANTECEDENTES HISTORICOS Y DESARROLLO DE LA - INDUSTRIA DEL VESTIDO EN MEXICO.

Desde la aparición del hombre en la tierra hasta la actualidad, éste tuvo que cubrir distintas necesidades, entre las principales, su alimentación y vivienda, posteriormente ante los cambios e inclemencias del tiempo, tuvo que buscar su protección corporal con vestimentas rudimentarias, como fueron las distintas pieles de los animales con los pelos hacia adentro para procurarse más calor.

Se sabe que las primeras telas aparecieron muy temprano en la mayor parte de las civilizaciones, en la cuenca mediterránea, el algodón era desconocido y se tejía la lana y el lino.

Es un hecho histórico que el algodón se cultivaba en México antes del siglo XV. Cuando los conquistadores españoles llegaron, encontraron a los autóctonos vestidos con tejidos de algodón, agaves o de palmera enana.

Por motivos de índole política, la producción algodona durante la época colonial disminuyó en un principio en Nueva España y, por consiguiente, la fabricación

de tejidos. Incluso llegó a ser importado el 80% de las lanas, algodones y sedas. Sin embargo, las labores de lana y algodón se fabricaban en todas las provincias mexicanas y, según una crónica "la mayoría de las personas de clase media y todas las de la clase inferior, se vestían con productos de la tierra".

Durante mucho tiempo, las telas sólo fueron tiras-rectangulares que se enrollaban al cuerpo o servían para cubrirlo a modo de capa. Más tarde se cortaron y se hicieron alguna costura, naciendo así el "vestido".

No debemos creer que cuando empezaron a teñir las telas cualquiera podía lucirlas, éstas se usaban para distinguir las jerarquías, la ropa en las clases humildes dependía más bien del clima; y si en los lugares fríos se usaban pieles y telas gruesas de lana, en los climas cálidos no se usaba ropa o si acaso un pequeño taparrabo.

Al pasar el tiempo el hombre fue modificando su forma de vestir y el usar la misma ropa que los demás les dio y les ha dado la sensación de pertenecer a un grupo, de ser aceptado por ser igual a todos, hasta en su indumentaria naciendo con esto "la moda".

La vestimenta fue adquiriendo tanta importancia - que se constituyó en una industria que ha tenido muchos cambios, principalmente por la moda imperante en determinada época, los estilos que se van perfeccionando cada vez de acuerdo a las telas existentes y los instrumentos que van revolucionando día con día. Este conjunto de circunstancias ha dado como resultado que la industria del vestido se desarrolle.

La segunda guerra mundial fue el episodio que influyó al fortalecimiento de la industria del vestido en México, ya que la mayoría de los países fuertes económicamente estaban dedicados a resolver el conflicto bélico, descuidando sus principales actividades productivas.

Todavía no hace diez años se solía considerar que la industria de la confección no se prestaba a la automatización. Actualmente se han introducido en la maquinaria de fabricación de prendas de vestir innovaciones revolucionarias que pueden hechar por tierra esa suposición. Muchas de esas nuevas máquinas cuestan más de \$100,000 dólares cada una, de modo que es evidente que sólo las mayores empresas pueden automatizarse. A medida que se extienda esa tecnología aumentará el desempleo y desaparecerán las empresas más pequeñas (cuyas -

débiles bases de capital y comercialización excluyen - por completo el recurso de esa tecnología). Así pues, - la automatización resulta otra causa de concentración.

Los notables progresos hacia la automatización completa en los sectores de la hiladuría, el tesaje y los tejidos de punto explican en parte el dominio de esos - sectores del mercado por los países desarrollados hasta fines del decenio de 1960, la industria de la confección no había experimentado un cambio técnico comparable, lo que explica la participación relativamente alta de países en desarrollo en el mercado mundial de ese sector - concreto de la industria textil.

Para considerar los adelantos en la industria de - la confección hay que tener presente que su producción - consiste en artículos de consumo de valor relativamente bajo, que con la tecnología actual tienen un contenido - extraordinariamente alto de mano de obra. Desde la invención de la máquina de coser a fines del siglo XIX casi no hubo cambios importantes en la industria de la - confección hasta el decenio de 1970. El mercado, el - corte de patrones, el planchado, la inspección, el etiquetado y el empaquetado seguían siendo procesos principalmente manuales; las innovaciones en la costura, prin

principalmente hacia el aumento de la velocidad de funcionamiento.

No obstante, la industria experimenta actualmente innovaciones muy importantes tanto en la maquinaria como en lo que hace a la reorganización de la fábrica.

2.3.1 CARACTERISTICAS.

La industria del vestido se compone de las empresas y actividades dedicadas a la confección de prendas de vestir. La confección del vestido absorbió en 1979, el 72% del consumo de productos textiles, en tal virtud constituye el principal mercado de la industria textil. (ver cuadro No. 1)

Los productos de la industria pueden clasificarse tanto por el uso de la prenda: en ropa exterior, interior y otros; por el sexo al que se fabrican; por el peso de la tela empleada, en prendas de telas ligeras, - prendas de telas pesadas y otros; y por su importancia en prendas básicas y otras prendas de vestir.

Los productos en la industria del vestido se clasifican en:

Prendas de telas pesadas.

- Vestidos y conjuntos para dama.
- Pantalones para dama y niña.
- Vestidos y conjuntos para niña.
- Trajes, pantalones y chamarras.
- Uniformes.

Prendas de telas ligeras.

- Blusas para dama y niña.
- Camisas.
- Playeras.
- Ropa interior.
- Forros y entretelas.

Otros.

- Medias.
- Suéteres.
- Calcetines.
- Abrigos e impermeables.
- Otras prendas.

Por lo que toca al número de empresas, en 1975 el décimo censo industrial registró 11,438 establecimientos, esto es, 5% menos que los censados en 1970. No -

obstante el gran número de establecimientos de la industria se caracteriza por un alto grado de concentración.

Esta situación queda de manifiesto si se atiende a que tan sólo el 1.5% de los establecimientos cuenta con el 49% tanto de los activos fijos brutos, como del valor de la producción. En contraparte, el 79% de los establecimientos genera sólo el 3.7% del valor de la producción. Esto último puede atribuirse a que por sus características, la confección del vestido es una industria con bajos requerimientos de capital, lo que permite la existencia de un gran número de pequeñas empresas. En este sentido, se puede considerar que no existen barreras de entrada para las industrias que operan a pequeña escala.

2.3.2 MARCO ECONOMICO.

El PIB de la industria del vestido evolucionó a una tasa media de 9.4% durante el período 1960-79, 3 puntos arriba del crecimiento del PIB nacional y 2 de la industria textil y manufacturera. Este comportamiento se puede dividir en dos etapas; la primera durante los sesentas cuando su crecimiento fue 11.6% en promedio anual y la segunda, en el lapso de 1970 a 1979 en -

que mostró un menor dinamismo, con 7.0% en promedio -- anual.

Como resultado de este comportamiento, la contribución de la industria del vestido a la formación del PIB nacional, pasó de 0.7% en 1960 a 1.2% en 1979.

Por lo que toca al empleo, a fines de 1975, el décimo censo industrial registró 115,380 personas ocupa--das en esta industria de los cuales el 74.8% eran obre--ros, 13.9% empleados y el resto, personas que trabajan--sin recibir sueldo o salario. Sin embargo, si se consi--dera el comportamiento informal del empleo, se tiene -- que en 1976 la población total ocupada ascendía a --- 138,655 personas, de las cuales el 56.5% correspondía a la ocupación informal.

2.3.3 MARCO DE MERCADO.

La industria en su conjunto:

Durante los setentas el consumo de prendas de ves--tir aumentó a una tasa media de 4.6% anual, hasta alcan--zar 273,000 toneladas en 1979. El segmento de otros - que como se mencionó anteriormente agrupa suéteres, me--dias, calcetines, abrigos, impermeables y otras prendas, registró el mayor dinamismo con 9.2% en promedio anual.

Este comportamiento motivó que su participación en el consumo de vestuario se incrementara de 11% a 16% durante la década.

El consumo de prendas de telas ligeras (blusas, camisas, playeras, ropa interior y de dormir y forros y entretelas) en cambio, mostró el menor crecimiento con 3.4% en promedio anual. Finalmente el segmento de prendas pesadas (vestidos, conjuntos, faldas, pantalones, trajes y chamarras y uniformes) evolucionó a un ritmo ligeramente inferior al del mercado, 4.3% promedio anual, por lo que su participación en el total se redujo de 52% a 51%. (Ver cuadro No. 2).

En términos per cápita el consumo de prendas de vestir en 1979 ascendió a 4.2 kilogramos, esto es, 1.16 veces el de 1970. No obstante, conviene señalar que entre 1970 a 1974, éste se mantuvo prácticamente estable en 3.6 kilogramos y que de ese año a 1979 aumentó 3.3% en promedio anual.

Durante los setentas el índice de precio de la producción de la industria del vestido evolucionó a un ritmo de 17.2% en promedio anual, esto es, superó 5 puntos el de la industria textil y casi duplicó al de las-

fibras químicas. Por otra parte, con excepción de 1975, el índice de precios de algodón fue superior al de la industria del vestido durante toda la década.

Durante el lapso de 1970-75, el índice de precios de la industria del vestido evolucionó a un ritmo similar al del índice de precios al consumidor; de ese año a 1979 el crecimiento del primero excedió en 5 puntos porcentuales, al del segundo.

Prendas de Telas Pesadas.

Dentro del segmento de prendas de telas pesadas, los vestidos y conjuntos para dama crecieron a un ritmo de 5.1% en promedio anual durante los setentas alcanzando 51,250 toneladas al finalizar la década, los que significó el 18.8% del consumo total de prendas de vestir, los trajes, pantalones y chamarras registraron un dinamismo de 8.8% en promedio anual durante el mismo periodo, motivando que su participación sobre el total pasara del 9.1%, en 1970 a 11.7% en 1979, esto es 32,000 toneladas. Los uniformes y delantales, en cambio, disminuyeron su participación al pasar de 19.9% a 8.8% respectivamente, (Ver cuadro No. 3)'

Prendas de Telas Ligeras.

En el grupo de telas de prendas ligeras, destacan las blusas para dama y niña con un crecimiento de 12.2% en promedio anual durante el período en estudio, lo que implicó que pasaran de una participación de 4.3% en 1970, a 8.0% en 1979. Otro hecho importante dentro de este segmento, fue el descenso de la participación de ropa interior y de dormir, así como el de forros y entretelas. (Ver cuadro No. 4).

Otros Productos.

En el segmento de otras prendas, sobresale el dinamismo que presentaron los suéteres al crecer a un ritmo de 11.4% en promedio anual, alcanzando en 1979, 15,000 toneladas. (Ver cuadro No. 5).

CUADRO No. 1EVOLUCION DE LA ESTRUCTURA DEL CONSUMO DE PRODUCTOS TEXTILES(% SOBRE EL CONSUMO TOTAL)

	<u>1970</u>	<u>1975</u>	<u>1976</u>	<u>1977</u>	<u>1978</u>	<u>1979</u>
Vestuario	77.8	72.0	72.3	72.4	75.2	71.9
Artículos del Hogar	13.4	17.8	18.1	18.1	16.2	17.2
Industrias	3.4	3.5	3.1	3.2	3.1	3.6
Otros	5.4	6.7	6.5	6.3	5.5	7.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

FUENTE: Diversas empresas productoras de fibras textiles.

CUADRO No. 2

EVOLUCION DEL CONSUMO DE PRENDAS DE VESTIR

(% SOBRE EL CONSUMO TOTAL)

	<u>1970</u>	<u>1975</u>	<u>1976</u>	<u>1977</u>	<u>1978</u>	<u>1979</u>
Prendas de Telas Pesadas	52	53	52	53	52	51
Prendas de Telas Ligeras	37	34	35	34	34	33
Otras	11	13	13	13	14	16
<hr/>						
Total	100	100	100	100	100	100
Miles de Toneladas	181.9	222.9	228.7	238.6	258.3	273.0
<hr/>						

FUENTE: Elaborado en base a información proporcionada por diversas empresas productoras de fibras textiles.

CUADRO No. 3EVOLUCION DEL CONSUMO DE PRENDAS DE TELAS PESADAS(% SOBRE EL CONSUMO TOTAL)

	<u>1970</u>	<u>1975</u>	<u>1976</u>	<u>1977</u>	<u>1978</u>	<u>1979</u>
Vestidos y Conjuntos/Dama	16.3	19.4	16.6	18.0	17.0	18.8
Pantalones/Dama y Niña	2.4	4.9	7.2	8.1	8.1	4.9
Vestidos y Conjuntos/Niña	5.0	4.3	3.4	3.4	3.1	4.1
Falde/Dama y Niña	2.7	3.4	2.0	1.9	1.8	2.8
Trajes, Pantalones y Chamarras	9.1	12.3	12.6	12.5	13.1	11.7
Uniformes	16.9	8.8	9.8	9.1	8.9	8.8
<hr/>						
Participación del Segmento en el consumo total	54.4	53.1	51.6	53.0	52.0	51.1
MILES DE TONELADAS	95.2	118.3	117.9	126.4	134.4	139.6

FUENTE: Elaborado en base a información proporcionada por diversas empresas productoras de fibras textiles.

CUADRO No. 4EVOLUCION DEL CONSUMO DE PRENDAS DE TELA LIGERA(% SOBRE EL CONSUMO TOTAL)

	<u>1970</u>	<u>1975</u>	<u>1976</u>	<u>1977</u>	<u>1978</u>	<u>1979</u>
Blusas/Dama y Niña	4.3	7.5	6.0	7.2	7.6	8.0
Camisas	8.2	6.8	8.0	7.9	7.8	6.8
Playeras	4.0	5.0	5.2	4.0	4.5	4.5
Ropa Interior y de Dormir	13.0	9.7	10.3	9.2	8.7	9.5
Forros y Entretelas	7.5	4.8	5.5	5.2	5.0	4.4
<hr/>						
Participación del Segmento en el consumo total	37.0	33.8	35.0	33.5	33.6	33.2
Miles de toneladas	67.3	75.3	80.1	80.1	86.8	90.8

FUENTE: Elaborado en base a información proporcionada por diversas empresas productores de fibras textiles.

CUADRO No. 5EVOLUCION DEL CONSUMO DE OTROS PRODUCTOS(% SOBRE EL CONSUMO TOTAL)

	<u>1970</u>	<u>1975</u>	<u>1976</u>	<u>1977</u>	<u>1978</u>	<u>1979</u>
Medias	1.0	1.0	1.0	0.9	0.8	1.2
Suéteres	3.2	5.3	5.1	5.1	6.1	5.5
Calcetines	1.3	1.7	1.7	1.9	2.0	1.9
Abrigos e Impermeables	1.3	1.3	1.0	1.1	1.0	1.1
Otras prendas	3.9	3.8	4.7	4.4	4.4	5.9
<hr/>						
Participación del segmento en el consumo total	10.7	14.1	13.5	13.4	14.3	15.6
Miles de toneladas	19.4	29.3	30.8	32.1	37.0	42.7

FUENTE: Elaborado en base a información proporcionada por diversas empresas fabricantes de fibras textiles.

2.3.4 CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO.

A continuación haremos referencia del organismo regulador de los asuntos y problemas que atañen a la industria del vestido.

La Cámara de la Industria del Vestido surgió por los conflictos existentes entre comerciantes e industriales que estaban integrados en una cámara (Cámara de la Industria y Comercio). Después de 1942, los conflictos entre comerciantes e industriales se agudizaron lo que propició que se dividieran formando cada uno su cámara-respectiva para la solución de sus problemas.

En 1944, se reunieron las industrias dedicadas a la confección, principalmente miembros de la Asociación de Sastres, presentándose ante la Secretaría de Industria y Comercio para solicitar por medio de amparo, la autorización para constituirse como cámara.*

Los requisitos que la Secretaría de Industria y Comercio les exigió para constituirse como tal fueron:

- a) Que existieran 20 industrias dedicadas a la confección, como mínimo.

* Datos obtenidos a través del Sr. Fernando del Moral, Consejero de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido. (J.E.P.D)

- b) Que demostraran su capacidad económica para sostenerla.
- c) Voluntad de reunirse.
- d) Aprobación de sus estatutos; y
- e) Que su reglamento se ajuste a las reglas generales de la Ley de Cámaras.

En noviembre de 1944, se firma el acta constitutiva de la Cámara de la Industria del Vestido, empezando a funcionar en enero de 1945.

El estatuto que nació junto con la Cámara fue: "Que toda la empresa dedicada a la confección de prendas de vestir deberían de pertenecer a la Cámara de la Industria del Vestido".

La cámara en sus inicios clasificó en cuatro grupos o secciones a sus socios:

- a) Fabricantes que utilizaban como materia prima la lana y sus mezclas.
- b) Fabricantes que utilizaban como materia prima únicamente el algodón.
- c) Fabricantes que utilizaban como materia prima fibra sintética o artificial; y
- d) Fabricantes que utilizaban como materia prima las

mezclas.

En el primer registro de la Cámara de la Industria del Vestido, se inscribieron 500 socios. Actualmente la Cámara cuenta con 7,000 socios y se divide a través de la experiencia en 17 grupos o secciones.

DEFINICION:

La Cámara Nacional de la Industria del Vestido, es un organismo autónomo de carácter público con personalidad jurídica propia que tiene por objeto representar - los intereses de la industria del vestido, preservar su existencia, fomentar su desarrollo, ser órgano de consulta del Estado, y, en general, realizar todos y cada uno de los objetivos que señala la Ley de Cámaras de Comercio y de las Industrias.

CLASIFICACION E INTEGRACION DE LA CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO.

La Cámara Nacional de la Industria del Vestido, es tá integrada por XVII secciones, cada una de ellas formada por industriales o actividad igual afín. Las secciones cada año eligen entre sus miembros a su mesa directiva, que está compuesta de un Presidente, un Secre-

tario y Vocales, lo mismo que cada dos años elegirán a su Consejo propietario y suplente, que representará a la sección ante el Consejo Directivo, en donde podrán exponer todo asunto relacionado con su sección y con la industria.

Clasificación:

- Sección I : Sastrería sobre medida.
- Sección II : Sastrería fabril.
- Sección III : Fabricantes de camisas y ropa interior.
- Sección IV : Alta costura y sombreros para dama.
- Sección V : Vestidos en serie para damas.
- Sección VI : Ropa íntima para damas.
- Sección VII : Ropa tejida de punto de algodón.
- Sección VIII: Ropa de trabajo.
- Sección IX : Maquiladores en general.
- Sección X : Fabricantes de bolsas, guantes y cinturones.
- Sección XI : Ropa para niños.
- Sección XII : Fabricantes de Corsés, fajas y portabustos.
- Sección XIII. Fabricantes de ropa sanitaria y blancos.

Sección XIV : Fabricantes de suéteres y trajes de baño.

Sección XV : Fabricantes de pantalones en general.

Sección XVI : Fabricantes de corbatas y pañuelos.

Sección XVII: Chamarras y ropa sport para caballeros.

Integración:

A) Asamblea General.

La Asamblea General de socios activos es la autoridad suprema de la Cámara. Las asambleas generales se integran por socios activos registrados, por las secciones correspondientes y por representantes de las delegaciones que concurren debidamente acreditadas.

B) Consejo Directivo:

El consejo directivo es el órgano administrativo y ejecutivo de la cámara y se integra por un consejero propietario y suplente de las 17 secciones que forman esta institución, los cuales duran en función dos años, reuniéndose una vez al mes o en sesiones extraordinarias cuando esto sea necesario.

C) Comisión Ejecutiva:

Dentro de las facultades y obligaciones del consejo directivo está la de elegir en la primera sesión posterior a la asamblea general ordinaria de la comisión ejecutiva, cuyas facultades entre otras son las de:

1. Vigilar la correcta ejecución de los acuerdos tomados por la asamblea y consejo directivo.
2. Proponer a la asamblea general y al consejo directivo todas las iniciativas que a su juicio resulten necesarias para el buen camino de la Cámara.
3. Realizar cualesquiera otras actividades sin limitación específica, que a juicio del consejo directivo, requieran de la dirección de esta comisión.
4. Asimismo se eligen en este consejo las demás condiciones que marcan los estatutos, y las que se requieran para llevar a cabo la mejor formación, las actividades realizadas, revisadas y aprobadas por la asamblea general ordinaria de la cámara.

Comisiones:

- Organización y Finanzas
- Relaciones y Propaganda
- Trabajo y Previsión Social

- Información y Estadística.
- Comercio Exterior.

BENEFICIOS QUE LA CAMARA OTORGA A SUS SOCIOS:

- A) Información, asesoría personal y telefónica de actuación en materia de:**
- Vo. Bo. de bomberos.
 - Estímulos Fiscales.
 - Salarios mínimos y profesionales.
 - Diarios Oficiales.
 - Ley Federal del Trabajo (no especializada).
 - Horario de carga y descarga.
 - Registro en el Padrón de Proveedores de la Administración Pública.
 - INFONAVIT.
 - I.V.A.
 - Productos básicos.
 - Abastecimientos de Materias Primas.
 - IMSS (no especializado).
 - Protección al consumidor.
 - Registro de Precios.

B) Secretaría de Salubridad y Asistencia.

De las obligaciones con esta Secretaría el socio - puede disponer de:

a) Asesoría sobre:

1. Código Sanitario (Ley y su Reglamento)
2. Sanciones (inconformidades, multas, revocaciones, etc.).

b) Gestiones de:

1. Aperturas de licencias sanitarias.
2. Renovaciones de licencia sanitaria.
3. Modificaciones a los giros sanitarios.
4. Obtención de placas metálicas y tarjetones.
5. Vo. Bo. de saneamiento ambiental.
6. Vo. Bo. de ubicación.

C) Etiqueta obligatoria:

Textiles y Pielés.

- a) Toda clase de asesoría.
- b) Multas (renovaciones, inconformidades, deducción, etc.).

D) Instrumentos de Pesar o medir:

1. Asesoría y gestiones de verificación a domicilio sobre aparatos de medir y pesar.

2. Multas (impugnaciones, inconformidades, reducciones, etc.).

E) Trabajo y Previsión Social:

Asesoría sobre:

1. Capacitación y adiestramiento.
2. Seguridad e higiene en el trabajo.

F) Invencciones y Marcas.

Una marca en uso capta los resultados de la actividad industrial en todas sus particularidades, como son: diseño, confección, creatividad entre otras; es por ello que es importante su registro como protección contra usurpamientos o confusiones.

Este servicio se proporciona sin costo alguno salvo los derechos que por este concepto establece la tarifa relativa a inversiones y marcas.

Se cuenta además con:

a) Asesoría sobre:

1. Marcas (Legislación y Reglamento)
2. Nombres Comerciales (Legislación y Reglamento)
3. Avisos Comerciales (Legislación y Reglamento)

4. Análisis de nombre (posibilidades de registro, conforme a la Ley).
5. Transferencias y tecnología de marcas.

b) Gestiones de:

1. Registro de marcas y sus modificaciones (cambio de propietario, cambio de dirección, etc.)
2. Registro de avisos comerciales (frases publicitarias).
3. Registro de nombres comerciales.
4. Renovación de marcas, avisos comerciales y nombres comerciales.
5. Comprobación de usos de marcas

G) Comercio Exterior.

En esta área se ofrece lo siguiente:

a) Información sobre:

1. Ferias y exposiciones internacionales.
2. Seminarios de Exportación
3. Enlace en el IMCE para promoción de exposiciones y ferias.
4. Ofertas y demandas.

Importaciones:**a) Asesoría sobre:**

1. Trámites ante la Secretaría de Comercio y Dirección General y aduanas.
2. Ley Aduanera y su Reglamento.
3. Tarifa general de importación (fracciones arancelarias de productos, derechos de cubrir y - además requisitos señalados en la fracción correspondiente.
4. Proveedores en el extranjero (maquinaria y materia prima).
5. Formularios (solicitudes de importación, definitivas o temporales, permisos abiertos, modificaciones, etc.)
6. Cuotas de Importación.
7. Subsidios.

b) Gestiones de:

1. Importación de maquinaria, accesorios, refacciones y materias primas.
2. Modificaciones de permiso de valor, (prórrogas de vigencia, etc.)
3. Clasificación arancelaria (maquinaria, refacciones, telas, adornos, etc.)

4. Registro fiscal de importaciones y exportaciones.
5. Constancias.
6. Registro de firmas y tramitadores ante la Secretaría de Comercio.

Exportaciones:

a) Asesoría sobre:

1. Instituto Mexicano de Comercio Exterior.
2. Certificados de origen.
3. Estímulos.
4. Formularios diversos.

b) Gestiones de:

1. Devolución de impuestos.
2. Certificados de origen ante la Secretaría de Comercio.

H) Boletín y Circulares.

Este servicio pretende en forma constante establecer una comunicación y ser el nexo entre su cámara y los socios incluye Leyes, Decretos, Reglamentos, Circulares y en general cualquier disposición que afecte a la industria, lo mismo que da a conocer actividades internas de interés general, para sus agremiados.

REQUISITOS MINIMOS PARA INGRESAR A LA CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO.

- a) Capital mínimo de \$2,500.00
- b) Fabricación de todo tipo de prendas de vestir, con excepción de los que fabrican ropa tejida de punto, a partir de telares.
- c) Cubrir una cuota de acuerdo a las ventas de enero, febrero y marzo.

CARACTERISTICAS ESPECIALES DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO.

- a) La mayoría de las empresas se constituyen con un capital bajo.
- b) La industria del vestido se caracteriza por la -- existencia de un gran número de talleres clandestinos.
- c) Genera la realización de otras industrias (cierres, botones, hilos, etc.)
- d) Es generador de un amplio porcentaje de fuentes de empleo, ya que casi no utiliza máquinas automáticas.
- e) Absorbe un gran porcentaje de mano de obra, principalmente mujeres.

Es indispensable conocer cuales son las principales características, funciones y obligaciones que tiene la Cámara Nacional de la Industria del Vestido con sus socios; ya que del buen funcionamiento de éstas depende la obtención de mayores beneficios, de todos aquéllos - que se dediquen a cualquier rama comprendida entre las 17 secciones con las que la cámara cuenta.

Capítulo 3

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 Planteamiento del estudio.

3.1.1 Justificación del tema.

De acuerdo a la importancia que representa la industria del vestido dentro del aspecto económico y social de México, por ser considerada como pionera de la vida industrial del país, el papel que juega dentro de la pequeña y mediana empresa, el índice de mano de obra ocupada y por la relación directa que tenemos con esta rama, consideramos que era importante profundizar para-

conocer sus características principales y la problemática que actualmente le afecta y frena su desarrollo.

Con esta investigación pretendemos integrar en la medida de nuestras posibilidades toda la información existente sobre este tema, ya que a través de la investigación hemos podido detectar que a pesar de la importancia que reviste esta rama industrial, no existen -- fuentes bibliográficas exactas, ni estudio alguno enfocado a suministrar datos que nos pudieran ayudar.

3.1.2 Objetivo.

Por medio de la presente investigación damos a conocer, los principales problemas y causas que afectan la planeación de la pequeña y mediana empresa en México, dentro de la industria del vestido, con la finalidad de aportar datos concretos obtenidos de la misma, para que los dueños y administradores detecten las desviaciones y apliquen las medidas correctivas; asimismo desarrollar sobre esta área el interés, dado que las investigaciones que se han llevado a cabo son ajenas a la problemática que estamos planteando.

3.1.3 Planteamiento de la hipótesis.

El planteamiento de la hipótesis lo realizamos de

acuerdo a la importancia que tiene la planeación dentro de toda estructura organizacional.

Entendiendo por hipótesis; a un supuesto o suposición sujeto a comprobación.

De lo anterior se deduce que las hipótesis son:

- Ante un problema planteado establecen una conjetura.
- Proponen una explicación tentativa.
- Buscan relaciones entre los elementos empíricos y los conceptuales.
- Son una anticipación a los hechos que puedan existir.

Para poder comprobar una hipótesis necesitamos factores o elementos que traten de explicar nuestra investigación, mismos que serán nuestras variables de estudio.

HIPOTESIS DE TRABAJO:

La falta de planeación en la pequeña y mediana empresa, en México, dentro de la industria del vestido ha ocasionado el estancamiento o fracaso de las mismas.

Variable independiente: Es aquella que va a ser controlada por el investigador, en este caso el grupo de investigadores.

Por lo tanto en nuestra investigación la variable independiente es el contenido del cuestionario ya que al elaborarlo se consideró que no se saliera del objetivo planteado. "La falta de planeación de la pequeña y mediana empresa en México dentro de la industria del vestido".

Variable dependiente: Es la que está constituida por los resultados obtenidos en la investigación. "El estancamiento o fracaso de la pequeña y mediana empresa en México dentro de la industria del vestido".

3.2 RECOLECCION DE DATOS.

3.2.1 Fuentes de información.

Las principales fuentes de información a las que -
acudimos fueron: bibliotecas, cámaras y dependencias gu-
bernamentales tales como, Biblioteca da la Facultad de-
Contaduría y Administración, Biblioteca Nacional de la
UNAM, Cámara Nacional de la Industria del Vestido, Cáma-
ra Nacional de Comercio, Cámara Nacional de la Industria
Textil, Nacional Financiera, S. A., FOGAIN, Dirección -
General de Estadística, dependiente de la Secretaría de
Programación y Presupuesto, Instituto Mexicano de Comer-
cio Exterior, Departamento de Documentación del PRI y
bibliografía varia.

De las fuentes anteriores obtuvimos, la informa---
ción documental que nuestra investigación requería, bus-
cando de esta forma unificar los distintos criterios -
que sobre el tema hay escrito.

Cabe mencionar que sobre la industria del vestido,
es poca la información que se tiene, no obstante que -
existe una cámara que debiera contar con estudios y es-
tadfsticas que en la actualidad se requieren. Después-

de haber obtenido la información documental, nos abocamos a conocer más sobre la industria del vestido mediante las entrevistas directas que realizamos con las personas que se encuentran relacionadas con este ramo industrial; cabe indicar que para ello nos encontramos con cierta renuencia, ya que la mayoría de estas personas son extranjeras.

3.2.1.1 Universo.

Para determinar nuestro universo consideramos que es necesario conocer un poco nuestra zona de estudio, por lo cual daremos a continuación un breve esbozo de éste.

La ciudad de México se halla al suroeste de la cuenca del Valle de México, en la parte central de la república. Constituye una cuenca cerrada, en cuyas partes más bajas existieron grandes lagos comunicados entre sí.

A partir de los primeros años de la década de los cuarentas, con el inicio del período industrial, la localidad con más ventajas en el país fue la ciudad de México, pues contó con la mejor infraestructura vial y de -

servicios. La situación internacional de guerra favoreció el modelo denominado de "crecimiento hacia adentro" con un auge de las exportaciones de productos primarios. En esta coyuntura la política económica se orientó al proteccionismo y a la eliminación de todo tipo de restricciones relacionadas con factores de costo y de ubicación.

Como consecuencia de ello, la industria se concentró en áreas urbanas con los servicios y el aparato administrativo que apoyaba sus operaciones y el mercado de consumo inmediato.

Las principales ramas industriales situadas en la ciudad de México son las ligeras, las cuales incorporan un elevado valor a la materia prima y requieren un nivel de capacitación bajo de mano de obra. Por lo general son industrias de bienes de consumo generalizado.

El valor de la producción de las principales ramas industriales en 1975 sumó el 41.5% del valor total nacional, y la componen el ensamble de automóviles, autobuses camiones o partes; la fabricación de productos farmacéuticos y medicamentos; la fabricación de jabones, detergentes, perfumes y cosméticos; la fabricación de prendas de vestir y la de productos alimenticios.

Los usos industriales en el D. F. ocupan el 5.7% - del área urbana y se encuentran principalmente en las - delegaciones de la periferia. Cabe señalar, sin embargo, que los pequeños establecimientos están frecuentemente ligados al uso habitacional o comercial, como en el caso del centro de la ciudad, donde se encuentra con centrada la industria del vestido.

En lo que toca al tipo de actividad de los estable cimientos industriales destacan los que se dedican a la producción de alimentos, bebidas y tabacos con el 28.1%, la industria metal-mecánica el 20%, y los de cuero, cal zado y prendas de vestir con el 19.4%, es decir, estos tres tipos de actividades contaron con el mayor número de establecimientos. En cuanto al total de personal - ocupado las tres actividades mencionadas, más la industria química ocuparon el 74% y pagaron el 75% de las re muneraciones.

Considerando lo anterior determinamos que nuestra zona de estudio sería la ciudad de México, dada la concentración tan grande que presenta de pequeñas y medianas industrias destacando dentro de éstas la industria del vestido.

Para poder determinar nuestro universo tuvimos que recurrir a la Cámara Nacional de la Industria del Vestido en donde se nos proporcionó el directorio de la misma, encontrando que actualmente están registrados 7,000 establecimientos, los cuales están divididos en varias-secciones de acuerdo a lo que fabrican.

Escogiendo para nuestra investigación la sección - 5a. que abarca vestidos en serie para damas, ya que es la que presenta cambios constantes debido a la diversificada moda femenina y con la cual estamos más identificadas.

En esta sección encontramos que hay 621 establecimientos, mismos que van a constituir nuestro universo - para los fines de esta investigación.

3.2.1.2 Determinación de la muestra.

Con la finalidad de recopilar información suficiente, representativa y significativa para el objetivo del presente estudio, llevamos a cabo la determinación de - una muestra; partiendo de la aplicación de un método - cuantitativo que a continuación describimos.

- En primer lugar, del cuestionario tomamos la pregunta No. 6 que se refiere a: el establecimiento de políticas, planes, programas, procedimientos y presupuestos para la obtención de mejores resultados, y que fue tomada como base para determinar p (probabilidad de éxito), q (probabilidad de fracaso), siendo aplicable para este caso la siguiente relación.

p = Que los entrevistados marquen o indiquen dos o menos de las cinco determinantes de respuesta correspondientes a los elementos de la planeación.

q = Que los entrevistados señalen tres o más de las alternativas de respuesta correspondientes a los elementos de la planeación.

- En segundo lugar utilizamos un marco muestral consistente en la lista de 621 establecimientos, para elegir de éste, 30 elementos mediante una tabla de números aleatorios a efecto de integrar una premuestra.

- En tercer lugar, aplicar un cuestionario a los integrantes de esta premuestra.

- Analizar la información correspondiente a los 30 elementos o encuestados, determinando lo siguiente:

21 personas o encuestados manifestaron llevar a cabo o aplicar 2 o menos de los elementos de la planeación.

9 manifestaron que aplicaban tres o más elementos de la planeación.

Por consiguiente se determinaron las siguientes proporciones:

$$p = \frac{21}{30} = 0.7$$

$$q = \frac{9}{30} = 0.3$$

Tomando en consideración estas proporciones y utilizando la fórmula para proporciones finitas, que se deriva de la siguiente forma, llegamos a la determinación de la muestra.

$$E = zTp$$

$$Tp = \sqrt{\frac{PQ (N - n)}{n (N - 1)}}$$

$$E = z \sqrt{\frac{PQ (N - n)}{n (N - 1)}}$$

$$\frac{E^2}{z^2} = \frac{PQ (N - n)}{n (N - 1)}$$

Dado que:

$$D = \frac{E^2}{z^2}$$

Entonces:

$$D = \frac{PQN - PQn}{n - N - n}$$

$$D = (nN - n) = PQN - PQn$$

$$DnN - Dn + PQn = PQN$$

$$n(DN - D + PQ) = PQN$$

$$n = \frac{PQN}{DN - D + PQ}$$

$$n = \frac{NPQ}{D(N-1) + PQ}$$

Donde:

$$D = \frac{E^2}{z^2}$$

Para este estudio.

N = Universo	621
p = Probabilidad de éxito	0.70
q = Probabilidad de fracaso	0.30
E = Error muestral máximo	0.07
z = Area bajo la curva normal	1.96
Nivel de confianza	95 %
n = Tamaño de la muestra	X

Sustitución con valores.

$$D = \frac{.07^2}{1.96^2} = 0.0012755$$

$$n = \frac{621 (0.7) (0.3)}{0.0012755 (621 - 1) + (0.7) (0.3)}$$

$$= \frac{130.41}{1.00081} = 130$$

Por lo tanto nuestra muestra queda conformada por 130 elementos de los cuales 30 ya fueron entrevistados en la premuestra, quedando por entrevistar 100.

3.2.2 Instrumento para la recopilación de datos.

De acuerdo al tema elegido, considerando la hipótesis planteada, así como el objetivo de nuestra investigación elaboramos un modelo para recabar la información necesaria; éste consiste en un cuestionario, considerando que es uno de los instrumentos más importantes para perfeccionar el poder de observación.

El cuestionario utilizado es el estructurado, en donde las preguntas y respuestas se encuentran predeterminadas. Las preguntas utilizadas fueron principalmente cerradas para facilitar el análisis y tabulación de las mismas.

A continuación anexamos un ejemplar del mismo.

3.2.3 Procedimiento utilizado en la aplicación de cuestionarios.

1. Preparación de un directorio de entrevistados.
2. Realización de un estudio piloto.
3. Identificación del investigador.
4. Solicitud de cooperación.
5. Aplicación que fue orientada a los dueños, adminis
tradores, contadores, o jefes de taller en forma -
personal.
6. Observación paralela de los establecimientos e ins
talaciones.

3.3 DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO EMPLEADO PARA - EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS.

- a) Concentración de los cuestionarios aplicados.
- b) Revisión de los cuestionarios.
- c) Elaboración de una hoja de trabajo para efectuar -
el vaciado de la información, que por un lado con-
tiene el total de respuestas y por el otro el to--
tal de alternativas de respuesta a contestar.
- d) Vaciado de los datos a la hoja de trabajo.
- e) Obtención de totales y porcentajes de respuestas.
- f) Elaboración de gráficas representativas de la in--
formación.

México, D. F. Mayo de 1983.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION
SEMINARIO DE INVESTIGACION

El siguiente cuestionario ha sido elaborado con el fin de tener una fuente de información sobre la pequeña y mediana empresa en México dentro de la fabricación de ropa para dama.

Para que este estudio cumpla con sus objetivos, solicitamos que usted conteste con la mayor veracidad posible.

INVESTIGADORES:

ARRIAGA MAYA MA. INES Tel. 5-34-96-35

CRUZ CHAVEZ MA. DE LOURDES Tel. 5-51-58-74

REYES ROJAS GRACIELA

VILLANUEVA GOMEZ MA. ISABEL Tel. 7-94-87-48

DATOS GENERALES:

Nombre o razón social _____

Dirección _____

Fecha de iniciación de operación _____

Giro _____

Actividad más importante _____

1) ¿Con cuánto personal cuenta su empresa?

Número de empleados _____

Número de obreros _____

2) ¿Con qué número de profesionistas cuenta su empresa?

a) Administrador ()

b) Contador ()

c) Ingeniero ()

d) Otros ()

3) ¿Su empresa está afiliada a alguna cámara?

SI () NO () ¿Cuál? _____

4) ¿Conoce usted los beneficios o prestaciones que su cámara le otorga?

SI () NO () ¿Cuáles? _____

5) De los siguientes problemas, ¿a cuáles se enfrenta con mayor frecuencia?

- a) Financieros ()
- b) Cargas fiscales excesivas ()
- c) Abastecimiento de materia prima ()
- d) Mano de obra especializada ()
- e) Constante rotación de personal ()
- f) Sindicales ()
- g) Otros ()

¿Cuáles? _____

6) Para la obtención de mejores resultados (producción y utilidades), establecen:

- a) Políticas ()
- b) Planes ()
- c) Programas ()
- d) Procedimientos ()
- e) Presupuestos ()
- f) Ninguno ()

7) ¿Cuáles son las causas que provocan que usted con--trate personal?

- a) Renuncia inesperada ()
- b) Inicio de temporada ()

c) Ampliación de instalaciones ()

d) Otras ()

¿Cuáles? _____

8) ¿Quién supervisa al personal?

a) Usted Mismo ()

b) Encargado de Taller ()

c) Jefe de Sección ()

9) ¿Cuántas prendas terminadas elaboran semanalmente?

a) De 100 a 200 ()

b) De 201 a 250 ()

c) De 251 a 300 ()

d) De 300 o más ()

10) ¿Su personal trabaja por línea o por operación?

a) Línea ()

b) Operación ()

11) ¿Qué porcentaje de desperdicios tiene en la fabricación de sus prendas?

10% () 15% () 20% () 21 a 30% ()

12) ¿Qué tipos de clientes atiende?

a) Boutiques ()

b) Tiendas por departamento ()

c) Tiendas de autoservicio ()

- d) Pedidos especiales a Compañías ()
- e) Ventas Directas ()

13) ¿De los requisitos siguientes, cuáles son los que usted exige para aceptar nuevos clientes?

- a) Anticipo del 50% ()
- b) Recomendación ()
- c) Por volumen de pedido ()
- d) Por pago de contado ()
- e) Ninguna ()
- f) Otras ()

¿Cuáles? _____

14) De acuerdo al volumen del pedido, ¿cuál es el promedio de tiempo de entrega?

- a) 8 días ()
- b) 15 días ()
- c) 30 días ()
- d) 40 días ()
- e) 60 días ()

15) ¿De acuerdo a qué circunstancia realiza usted sus compras de materia prima?

- a) Necesidades ()

b) Inicio de Temporada ()

c) Otra ()

¿Cuál? _____

16) ¿Tiene crédito con sus proveedores?

SI () NO ()

17) ¿De los siguientes requisitos, cuáles son los que -
le piden con mayor frecuencia los proveedores para
otorgarle crédito?

a) Capital ()

b) Instalaciones ()

c) Ventas mínimas ()

d) Número de Clientes ()

e) Referencias Comerciales ()

f) Otras ()

g) Ninguna ()

¿Cuáles? _____

18) ¿Con qué fuentes de financiamiento cuenta?

a) Bancos ()

b) Familiares ()

c) Fondo de Apoyo a la Pequeña y Mediana
Empresa ()

d) Ninguno ()

19) ¿Qué tipo de cuentas bancarias maneja?

- a) Cheque ()
- b) Ahorros ()
- c) Inversiones ()
- d) Ninguna ()

20) ¿Quién maneja la contabilidad de su negocio?

- a) Dueño ()
- b) Contador ()
- c) Empleado ()
- d) Despacho ()

21) ¿El Lic. en Administración le ha dado asesoría en alguna de las siguientes Areas?

- a) Personal ()
- b) Finanzas ()
- c) Mercadotecnia ()
- d) Producción ()
- e) Otras ()
- f) Ninguna ()

¿Cuáles? _____

22) ¿Desde el inicio de operaciones de su empresa ha tenido algún incremento en?:

- a) Personal ()

- b) Instalaciones ()
- c) Capital ()
- d) Producción ()
- e) Clientes ()
- f) Ninguna ()

23) ¿Qué intensiones tiene de ampliar su negocio?

24) ¿De las siguientes causas cuáles cree que influyen para que usted no pueda ampliar su negocio?

- a) Escasez de mano de obra especializada ()
- b) Costo de materia prima ()
- c) Espacio para nuevas instalaciones ()
- d) Falta de planes y programas a largo plazo ()
- e) Situación económica actual ()
- f) Ninguna ()

Capítulo IV

ANALISIS DE LA INFORMACION

4.1 Interpretación de la Información.

Pregunta número 1:

Del total de las personas ocupadas en las empresas entrevistadas el 23.5% corresponde a empleados administrativos y el 76.5% corresponde a obreros.

Pregunta número 2:

De las empresas entrevistadas resultó que del total de profesionistas ocupados el 28.7% son administradores, el 37.1% contadores, el 13.9% ingenieros, y el 20.3% corresponde a otros profesionistas.

Pregunta número 3:

El 97% de las empresas entrevistadas están afiliadas a la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, - el 1.5% no está afiliada a la Cámara y el 1.5% no contestó.

Pregunta número 4:

De las empresas entrevistadas sólo el 14.6% conoce los beneficios y prestaciones que la Cámara Nacional de la Industria del Vestido otorga y el 85.4% los desconoce.

Pregunta número 5:

De las empresas entrevistadas, contestaron que se enfrentaban con mayor frecuencia a los siguientes problemas: el 28% al problema financiero, el 12.2% a las cargas fiscales excesivas, el 23.8% al problema del -- abastecimiento de materia prima, el 22.2% al problema - de mano de obra especializada, el 11.9% al problema de constante rotación de personal, el 10.3% a problemas - sindicales y el 1.6% a otros problemas.

Pregunta número 6:

De las empresas entrevistadas contestaron que para la obtención de mejores resultados establecen: el 11.2% políticas, el 24.2% planes, el 22.9% programas, el 11.2 % procedimientos, el 26.4% presupuestos y el 6.9% no establecen nada.

Pregunta número 7:

De las empresas entrevistadas, contestaron que las causas que provocan la contratación de personal son: - para el 77.7% renuncia inesperada, para el 13.8% el inicio de temporada, para el 6.9% la ampliación de instalaciones y para el 1.6% otras causas.

Pregunta número 8:

Del total de las empresas entrevistadas el 31.4% - el dueño supervisa al personal, el 37.9% es un encargado de taller el que supervisa al personal y el 30.7% - cuenta con un jefe de sección que supervisa al personal.

Pregunta número 9:

De las empresas entrevistadas el 9.2% elabora de - 100 a 200 prendas semanalmente, el 16.2% de 201 a 250 -

prendas, el 44.6% de 251 a 300 prendas, el 22.3% elabora más de 300 prendas y el 7.7% no contestó cuantas -- prendas elaboran semanalmente.

Pregunta número 10:

De las empresas entrevistadas el 35.4% de su personal trabaja por línea, el 55.4% el personal trabaja por operación y el 9.2% no contestó.

Pregunta número 11:

De las entrevistas realizadas en las empresas tienen desperdicios en la elaboración de sus prendas en -- los siguientes porcentajes: el 76.9% tiene el 10%, -- 16.9% tiene el 15%, el 5.4% tiene el 20% y el 0.8% tiene del 21 al 30%.

Pregunta número 12:

Del total de las empresas entrevistadas el 30% -- atiende a boutiques, el 17.1% atiende a tiendas por departamentos, el 18.2% atiende tiendas de autoservicio, el 10.3% atiende pedidos especiales a compañías y el -- 24.4% atiende ventas directas.

Pregunta número 13:

De los requisitos que las empresas exigen para -- aceptar nuevos clientes, el 4.6% corresponde a exigir - el 50% de anticipo, el 56.4% a recomendaciones, el 3.1% a determinado volúmen de pedido, el 30.1% pago de conta do, el 3.1% no exige ningun requisito y el 2.6% exige - otros requisitos.

Pregunta número 14:

La entrega de pedidos en las empresas entrevista-- das es: en 8 días el 4.6%, en 15 días el 15.4%, en 30- días el 38.5%, en 40 días el 17.7%, en 60 días el 23.1% y, el 0.7% no contestó.

Pregunta número 15:

La compra de materia prima dentro de las empresas- entrevistadas se realiza: en un 76.1% de acuerdo a las necesidades, un 23.1% lo realiza al inicio de temporada y, el 0.8% por otras causas.

Pregunta número 16:

El 98.5% de las empresas entrevistadas tiene crédi to con sus proveedores de materia prima y el 1.5% no -

contestó.

Pregunta número 17:

En las empresas entrevistadas los requisitos que - sus proveedores les piden para otorgarles crédito son: el capital en un 7.3%, las instalaciones en un 4%, ventas mínimas mensuales en un 3.3%, el número de clientes en un 2.7%, referencias comerciales en un 79.3%, otros-requisitos en un 1.4% y en el 2% no les pidieron requisitos.

Pregunta número 18:

El financiamiento en las empresas entrevistadas es otorgado por el banco en un 85.7%, por familiares en un 5.7%, por el Fondo de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa en un 2.9% y el 5.7% no cuenta con ningún tipo de financiamiento.

Pregunta número 19:

Dentro de las empresas entrevistadas se manejan - cuentas bancarias, de cheques en un 92%, de ahorros en un 0.7%, de inversiones en un 5.1% y en un 2.2% no manejan ninguna cuenta bancaria.

Pregunta número 20:

La contabilidad en las empresas entrevistadas es - manejada, en un 8.7% por el dueño de la empresa, en un 60% por un contador, en un 2% por un empleado y, en un 29.3% es manejado por un despacho.

Pregunta número 21:

El Licenciado en Administración ha dado asesoría - en el área de personal a un 21.5% de las empresas entre vistadas, en el área de finanzas a un 7.7%, en el área- de mercadotecnia a un 8.5%, en el área de producción a un 8.5%, en otras áreas a un 2.3% y; el 51.5% no ha recibido asesoría en ninguna área.

Pregunta número 22:

Las empresas entrevistadas han incrementado su negocio en: personal el 17.9%, en instalaciones el 19.1%, en capital el 7.3%, en producción el 8%, en clientes el 46.9% y el 0.8% no presta ningún incremento.

Pregunta número 23:

El 94.6% de las empresas entrevistadas no tiene in tensión de ampliar su negocio, mientras que el otro --

5.4% si tiene intenciones de ampliar su negocio.

Pregunta número 24:

Las causas que influyen para que no puedan ampliar su negocio las empresas entrevistadas son: en el 17.9% la escasez de mano de obra especializada, en el 19.1% - por el costo de la materia prima, en el 7.3% por la falta de espacio para nuevas instalaciones, en el 8% por la falta de planes y programas a largo plazo, en el -- 46.9% a causa de la situación económica actual y; en el .8. % no han querido ampliarlo.

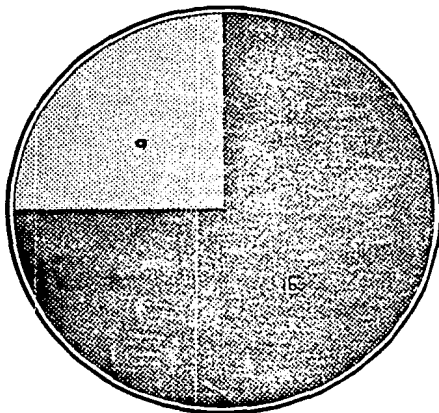
4.1.1 Gráficas Representativas de la Información Recopilada.

A continuación presentamos las gráficas que ilustrarán la información recabada.

Gráfica

No. 1

¿Con cuántas personas cuenta su empresa?



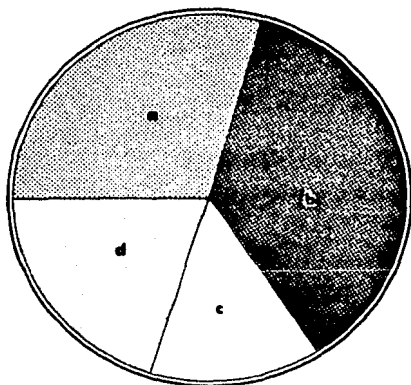
a) El 23.5% de las personas ocupadas son empleadas.

b) El 76.5% de las personas ocupadas son obreros.

Gráfica

No. 2

¿Con qué número de profesionistas cuenta su empresa?

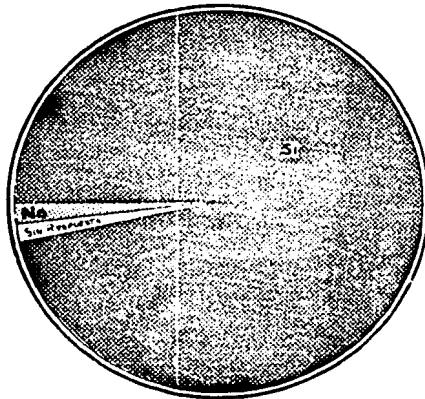


- a) El 28.7% de profesionistas ocupados son Administradores.
- b) El 37.1% de profesionistas ocupados son Contadores.
- c) El 13.9% de profesionistas son Ingenieros.
- d) Otros profesionistas ocupan el 20.3%.

Gráfica

No. 3

¿Su empresa está afiliada a alguna Cámara?



El 97% de los entrevistados está afiliado a la Cámara de la Industria del Vestido.

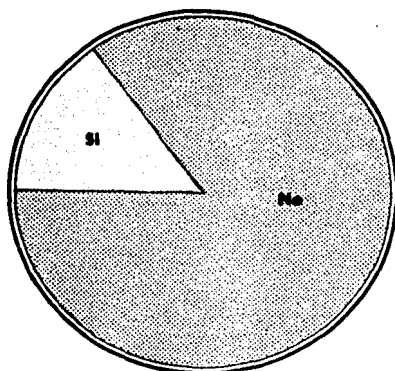
El 1.5% de los entrevistados no está afiliado a la Cámara de la Industria del Vestido.

El 1.5% de los entrevistados no contestó.

Gráfica

No. 4

¿Conoce usted los beneficios o prestaciones que su Cámara le otorga?



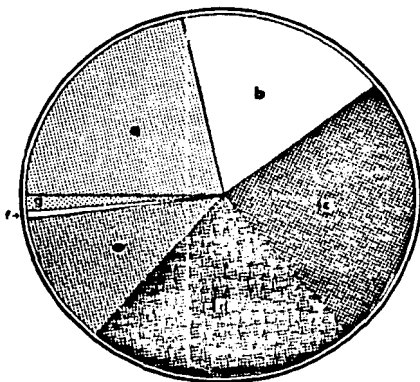
El 14.6% si conoce los beneficios y prestaciones que le otorga la Cámara Nacional de la Industria del Vestido.

El 85.4% no conoce los beneficios y prestaciones que le otorga la Cámara Nacional de la Industria del Vestido.

Gráfica

No. 5

¿De los siguientes problemas, a cuáles se enfrenta con mayor frecuencia su empresa?

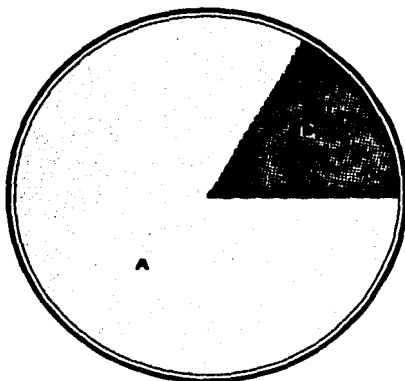


- a) El 28.6% de las empresas se enfrenta al problema financiero.
- b) El 12.2% de las empresas se enfrentan a cargas fiscales excesivas.
- c) El 23.3% de las empresas se enfrenta al abastecimiento de materia prima.
- d) El 22.2% de las empresas se enfrenta al problema de mano de obra especializada.
- e) El 11.9% de las empresas se enfrenta a la constante rotación de personal.
- f) El 0.3% de las empresas se enfrenta a problemas sindicales.
- g) El 1.6% de las empresas se enfrenta a otros problemas.

Gráfica

No. 6

Para la obtención de mejores resultados (producción y utilidades), establecen.



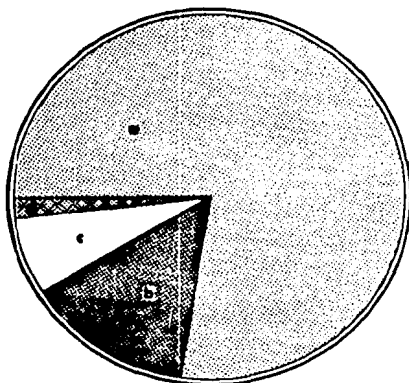
a) 83.8% de los entrevistados establecen 2 o menos elementos de la planeación.

b) 16.2% de los entrevistados establecen 3 o más elementos de la planeación.

Gráfica

No. 7

¿Cuáles son las causas que provocan que usted contrate personal?

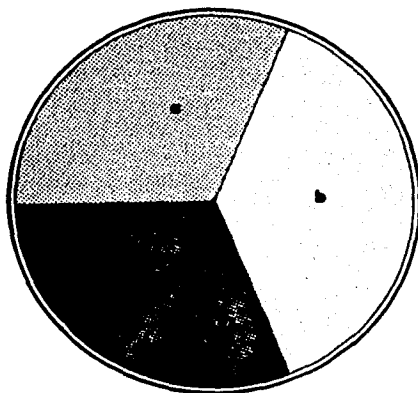


- a) El 77.7% de los entrevistados contrata personal por renuncia inesperada
- b) El 13.8% de los entrevistados contrata personal por inicio de temporada
- c) El 6.9% de los entrevistados contrata personal por ampliación de instalaciones
- d) El 1.6% de entrevistados contrata personal por otras causas

Gráfica

No. 8

¿Quién supervisa al personal?

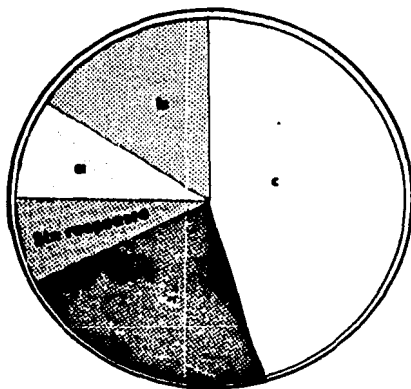


- a) El 31.4% el dueño supervisa al personal
- b) El 37.9% un Encargado de taller supervisa al personal
- c) El 30.7% un jefe de sección supervisa al personal.

Gráfica

No. 9

¿Cuántas prendas terminadas elaboran semanalmente?

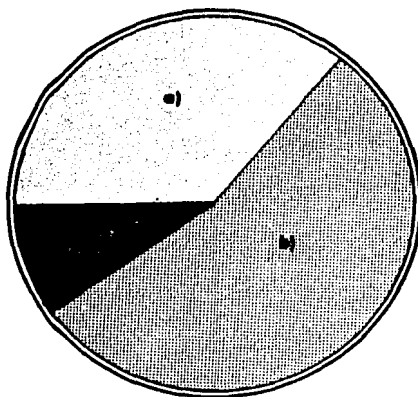


- a) El 9.2% elabora de 100 a 200 prendas semanalmente.
 - b) El 16.2% elabora de 201 a 250 prendas semanalmente.
 - c) El 44.6% elabora de 251 a 300 prendas semanalmente.
 - d) El 22.3% elabora 300 o más prendas semanalmente.
- El 7.7 no contestó

Gráfica

No. 10

¿Su personal trabaja por línea o por operación?

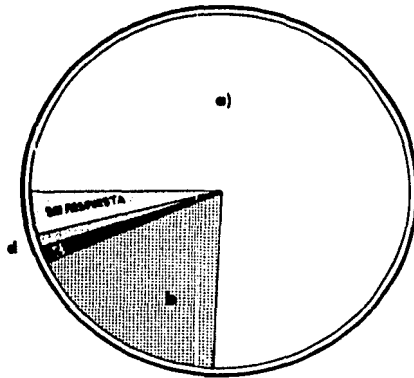


- a) El 35.4% de los obreros trabaja por línea
b) El 55.4% de los obreros trabaja por operación
El 9.2% no contestó

Gráfica

No. 11

¿Que porcentaje de desperdicio tiene en la fabricación de sus prendas?

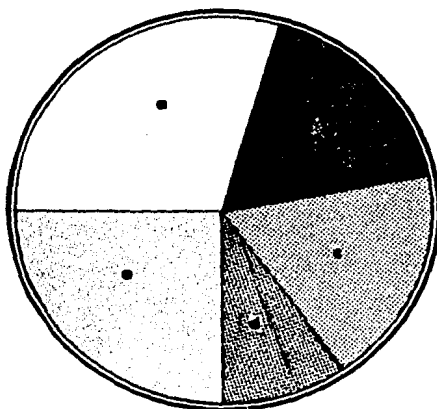


- a) El 76.9% tiene el 10% de desperdicio
- b) El 17.0% tiene el 15% de desperdicio
- c) El 1.5% tiene el 20% de desperdicio
- d) El 0.8% tiene del 21 al 30% de desperdicio
- El 3.8% no contestó

Gráfica

No. 12

¿Qué tipo de clientes atiende?

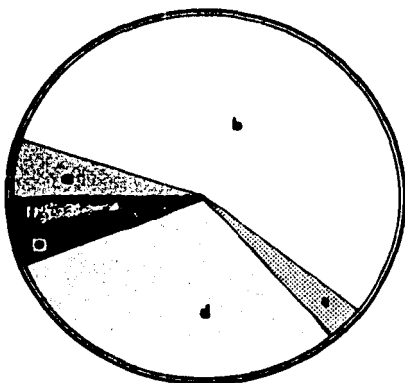


- a) El 30% atiende boutiques
- b) El 17.1% atiende tiendas por departamento
- c) El 18.2% atiende tiendas de autoservicio
- d) El 10.3% atiende pedidos especiales
- e) El 24.4% atiende ventas directas

Gráfica

No. 13

De los requisitos siguientes ¿cuáles son los que usted exige para nuevos clientes?

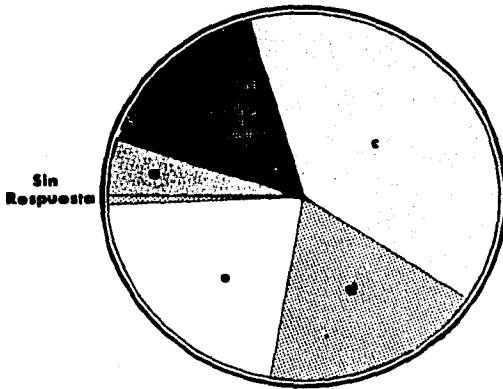


- a) El 4.6% de las empresas entrevistadas exigen a sus clientes el 50% de anticipo
- b) El 56.4% de las empresas entrevistadas exigen a sus clientes recomendaciones
- c) El 3.1% de las empresas entrevistadas exigen a sus clientes determinado volúmen de pedido.
- d) El 30.1% de las empresas entrevistadas exigen a sus clientes pago de contado.
- e) El 3.1% de las empresas entrevistadas no exige ningún requisito
- f) El 2.6% de las empresas entrevistadas exigen otros requisitos

Gráfica

No. 14

De acuerdo al volúmen del pedido ¿Cuál es el promedio de tiempo de entrega?

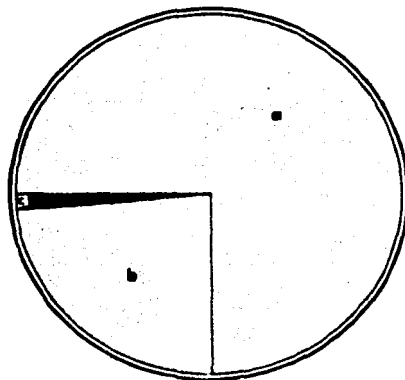


- a) El 4.6% tarda en entregar pedido 8 días
- b) El 15.4% tarda en entregar pedido 15 días
- c) El 38.5% tarda en entregar pedido 30 días
- d) El 17.7% tarda en entregar pedido 40 días
- e) El 23.1% tarda en entregar pedido 60 días
- El 0.7% no contestó

Gráfica

No. 15

¿De acuerdo a que circunstancias realiza usted sus compras de materias primas.?



a) El 76.1% realiza sus compras de acuerdo a sus necesidades

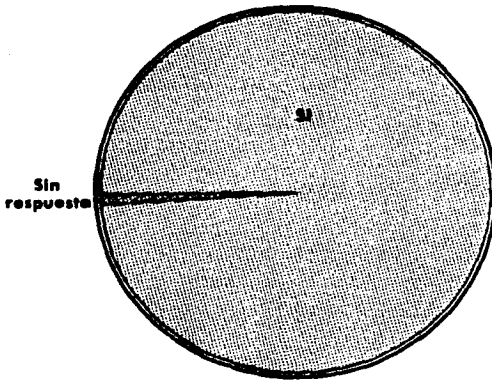
b) El 23.1% realiza sus compras al inicio de temporada

c) El 0.8% realiza sus compras por otras causas.

Gráfica

No. 16

¿Tiene crédito con sus proveedores?



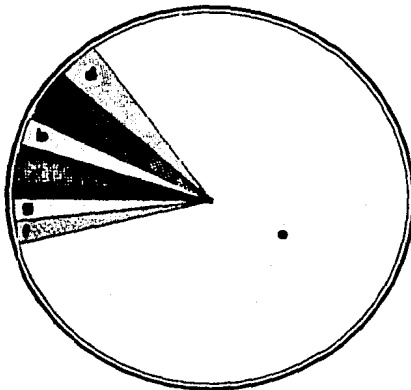
El 98.5% tiene crédito con sus proveedores

El 1.5% no contestó

Gráfica

No. 17

De los siguientes requisitos, ¿Cuáles son los que le piden con mayor frecuencia los proveedores para otorgarle crédito?

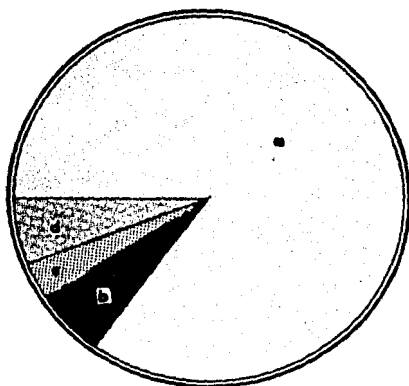


- a) Al 7.3% le piden capital
- b) Al 4% le piden instalaciones
- c) Al 3.3% le piden ventas mínimas mensuales
- d) Al 2.7% le piden número de clientes
- e) Al 79.3% le piden referencias comerciales
- f) Al 1.4% le piden otros requisitos
- g) Al 2% no le piden requisitos

Gráfica

No. 18

¿Con qué fuentes de financiamiento cuenta?

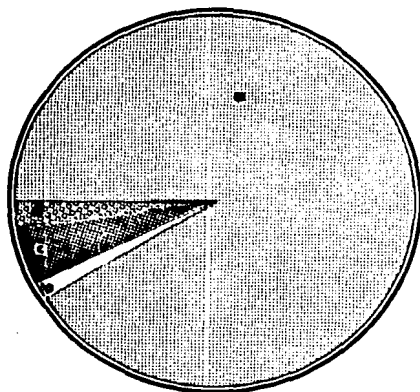


- a) El 85.7% cuenta con fuentes de financiamiento bancario
- b) El 5.7% cuenta con fuentes de financiamiento familiar
- c) El 2.9% cuenta con fuentes de financiamiento del Fondo de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa
- d) El 5.7% no cuenta con ninguna fuente de financiamiento

Gráfica

No. 19

¿Qué tipo cuentas bancarias maneja?

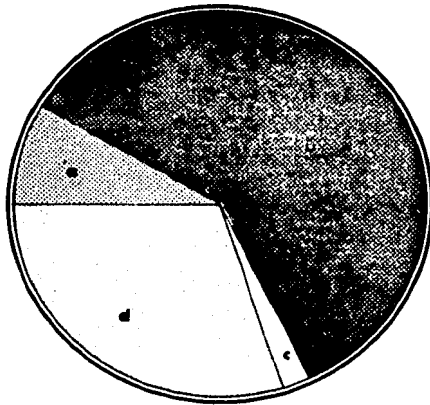


- a) El 92% maneja sus cuentas bancarias por medio de cheques
- b) El 0.7% maneja sus cuentas bancarias por medio de ahorros
- c) El 5.1% maneja sus cuentas bancarias por medio de inversiones
- d) El 2.2% no maneja ninguna cuenta bancaria

Gráfica

No. 20

¿Quién maneja la contabilidad de su negocio?

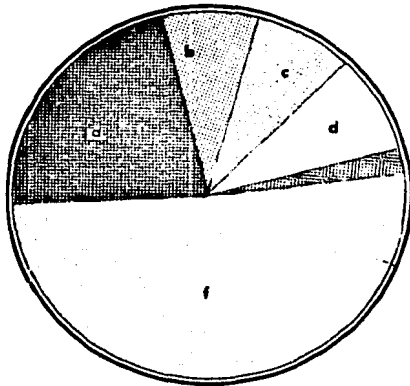


- a) El 8.7% de las empresas entrevistadas el dueño maneja la contabilidad
- b) El 60% de las empresas entrevistadas maneja la contabilidad un contador
- c) El 2% de las empresas entrevistadas maneja la contabilidad un empleado
- d) El 29.3% de las empresas entrevistadas maneja la contabilidad un despacho.

Gráfica

No. 21

¿El Lic. en Administración le ha dado asesoría en alguna de las siguientes áreas?

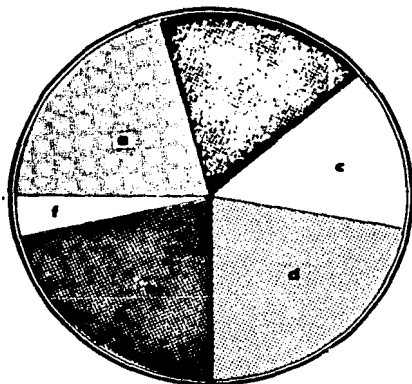


- a) Al 21.5% le ha dado asesoría en personal
- b) Al 7.7% le ha dado asesoría en finanzas
- c) Al 8.5% le ha dado asesoría en mercadotecnia
- d) Al 8.5% le ha dado asesoría en producción
- e) Al 2.3% le ha dado asesoría en otras áreas no especificadas
- f) El 51.5% no ha recibido asesoría en ninguna área

Gráfica

No. 22

Desde el inicio de operaciones de su empresa ha tenido algún incremento en:

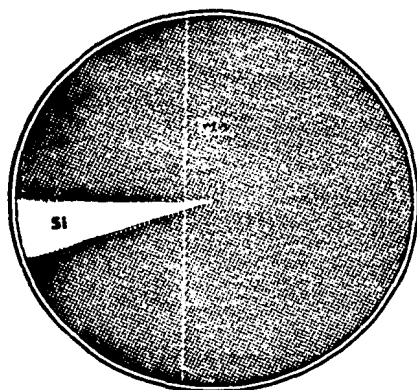


- a) El 20.4% presenta un incremento en su personal
- b) El 18.1% presenta un incremento en sus instalaciones
- c) El 15.9% presenta un incremento en su capital
- d) El 21.2% presenta un incremento en su producción
- e) El 21.9% presenta un incremento en sus clientes
- f) El 3.4% no presenta ningún incremento

Gráfica

No. 23

¿Qué intenciones tiene de ampliar su negocio?



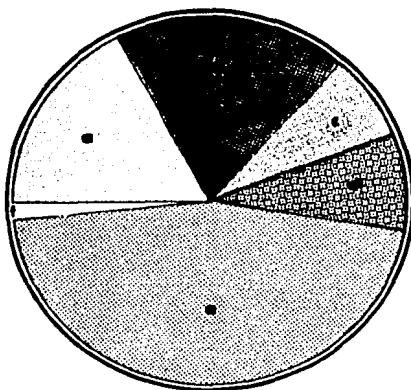
El 94.6% no tiene intenciones de ampliar su negocio

El 5.4% si tienen intenciones de ampliar su negocio

Gráfica

No. 24

De las siguientes causas ¿cuáles cree que influyan para que usted no pueda ampliar su negocio?



- a) El 17.9% no ha ampliado su negocio por la escasez de mano de obra especializada
- b) El 19.1% no ha ampliado su negocio por el costo de la materia prima
- c) El 7.3% no ha ampliado su negocio por falta de espacio para nuevas instalaciones
- d) El 8% no ha ampliado su negocio por falta de planes y programas a largo plazo.
- e) El 46.9% no ha ampliado su negocio por la situación económica actual
- f) El 0.8% no ha querido ampliar su negocio

4.2 COMPROBACION DE LA HIPOTESIS.

HIPOTESIS:

La falta de planeación en la pequeña y mediana empresa en México, dentro de la industria del vestido ha ocasionado el estancamiento o fracaso de las mismas.

De acuerdo a los resultados arrojados en la investigación pudimos comprobar nuestra hipótesis, por las siguientes razones:

1. En la pequeña y mediana empresa dentro de la industria del vestido, la falta de planeación es evidente.
2. La falta de planeación ha ocasionado que estas empresas no se desarrollen y como consecuencia se estancan o en ocasiones desaparezan del mercado.
3. Ante la estructura organizacional e ideológica de este tipo de empresas, pudimos comprobar que no es aceptada gente especializada en el área administrativa, que lleve consigo los cambios e implantación de nuevas técnicas necesarias que permitan el desarrollo de las mismas.

CONCLUSIONES

De acuerdo al resultado obtenido en la investigación y a las experiencias vividas en ésta, llegamos a determinar las características predominantes, en la planeación que se realiza por parte de la pequeña y mediana empresa dentro de la industria del vestido, derivando así las siguientes conclusiones:

1. La pequeña y mediana empresa del país, participa ampliamente en el desarrollo de la economía nacional; por el capital invertido que representan, el valor de su producción y el número de establecimientos que existen. Su importancia radica en el-

uso intensivo que hace de la mano de obra, materias primas e insumos nacionales.

2. La mayoría de las medianas y nequeñas empresas dentro de la industria del vestido, se constituyen con un capital bajo.
3. Tienen un promedio de 25 a 150 trabajadores, divididos en dos tipos: personal obrero y personal administrativo. De acuerdo a la investigación el 76.4% son obreros integrado principalmente por mujeres y el 23.6% personal administrativo.
4. El porcentaje de profesionistas que prestan sus servicios en este tipo de industrias es mínimo de acuerdo a los resultados obtenidos, ya que oscila de 1 a 4, destacándose en su gran mayoría los contadores.
5. Los principales problemas a los que se enfrenta con mayor frecuencia son:
 - 1° Financieros
 - 2° Abastecimiento de materia prima
 - 3° Mano de obra especializada
 - 4° Cargas fiscales excesivas
 - 5° Constante rotación de personal
 - 6° Otros
 - 7° Sindicatos

6. Presentan en su estructura organizacional una falta de Planeación, ya que en un gran porcentaje no cubren un mínimo de tres elementos que conforman a la Planeación, es decir, no tienen establecidos políticas, planes, programas, procedimientos y presupuestos.

Unicamente tratan de cubrir la obligación de estar inscritos en la Cámara Nacional de la Industria - del Vestido. Desconocen casi en su totalidad los beneficios y prestaciones que les otorga, debido a que ésta no da una difusión adecuada de las funciones y obligaciones que tiene para con sus socios.

7. La producción y el personal están supervisados -- principalmente por un jefe de taller o en su defecto por el dueño de la empresa, que en la mayoría - de los casos funge como administrador general.
8. Otro de los factores que nos ayudan a deducir la - falta de planeación en las pequeñas y medianas em- presas dentro de la industria del vestido son: que no exigen un respaldo económico que garantice el - costo de producción que implica un pedido; no pla- nean la compra de materia prima al no elaborar planes y presupuestos a corto plazo; no investigan el mercado, ya que sus adquisiciones son realizadas -

de acuerdo a las necesidades que van surgiendo.

9. Las fuentes de financiamiento a las que acuden en un gran porcentaje, son las instituciones bancarias y los principales problemas a los que se enfrentan para obtener financiamiento son: falta de garantías reales y limitada capacidad de pago.
10. El manejo del efectivo es llevado principalmente por cuentas de cheques, ya que no tienen interés ni proyección financiera para que su dinero les reditúe mayores beneficios económicos, utilizando otros servicios bancarios.
11. Se pudo comprobar que a los dueños de estas empresas no les interesa contar con un Licenciado en Administración que con sus conocimientos profesionales le ayude a estructurar su organización de una manera más científica, por desconocer su existencia o competencia.
12. La industria se caracteriza por un gran número de talleres clandestinos, que no están registrados en la Cámara Nacional de la Industria del Vestido.
13. Esta industria genera otro tipo de empresas como son las de cierres, botones, hilos, etc.

14. Esta rama de la industria de transformación no tiene ninguna intención de ampliar su negocio por las siguientes circunstancias:
- 1° Situación económica actual
 - 2° Costo de materia prima
 - 3° Escasez de mano de obra especializada
 - 4° Falta de planes y programas a largo plazo
 - 5° Espacio para nuevas instalaciones
15. Creemos que si los dueños de estas empresas aceptaran hacer cambios e innovaciones a su estructura organizacional, su producción y desarrollo no se verían truncados como se demuestra en la actualidad y en esta investigación.

Ante este problema, consideramos que el papel del administrador profesional en la pequeña y mediana empresa es de vital importancia y cuya tarea consiste en implantar nuevas técnicas, sistemas, procedimientos y programas que vayan acordes, con las necesidades y recursos de las mismas con el fin de evitar su estancamiento y lograr una mejor planeación, dirección y control.

BIBLIOGRAFIA

- BOSCH, García Carlos, Las técnicas de la investigación documental. Ed. U.N.A.M.
- CANAINTEX, Análisis sobre la industria textil. México, -
Cámara Nacional de la Industria Textil. 1981.
- DE LA MADRID, Hurtado Miguel, Monografía del Distrito -
Federal. Ed. Partido Revolucionario Institucional. 1982.
- ENCICLOPEDIA, Temática, Tomo V, Ed. Cumbre.
- FERNANDEZ, Arenas José Antonio, El Proceso Administrativo
vo. México, Ed. Herrero Hnos.
- FIBRAS, Textiles, Dimensiones del poder de las empresas
transnacionales. Editada por las Naciones Uni-
das, 1981.

- FOGAIN, Revista Pequeña y Mediana industria. No. VI y No. IX, México, 1981.
- FRANCO, Huerta Julio Hector, La importancia de la industria textil mexicana y su proyección internacional. Universidad la Salle, Escuela de comercio y Administración.
- FREUD E. Josek y Williams Frank, H. Elementos Modernos de Estadística Empresarial. Ed. Prentice Hall Internacional.
- HERNANDEZ, y Rodríguez Sergio y Ballesteros Inda Nicolás, Fundamentos de Administración. Facultad de Contaduría y Administración, U.N.A.M., Sistema de Universidad Abierta, México, 1981, - Ed. Interamericana.
- LARIS, Casillas Francisco Javier, Administración Integral. México, Ed. CECSA.
- NAFINSA, Principales características y problemas de la industria Pequeña y Mediana en México. 1981.-
- NAFINSA, Programa de apoyo Integral a la industria Pequeña y Mediana. Documentos Programativos, México, Tomo I y III 1980.
- NAFINSA, Programa de apoyo Integral a la industria Pequeña y Mediana. México, Tomo II-A, 1980.

- PARDINAS, Felipe, Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. Ed. Siglo XXI, -- 1979.
- REYES, Ponce Agustín, Administración de Empresas. Tomo I, México, Ed. Limusa.
- SERIE, Productos Básicos, Bienes de consumo, análisis y espectativas. Ed. Coordinación general de programas para productos básicos de la Presidencia de la República, Secretaría de Programación y Presupuesto, Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial y Secretaría de Comercio.
- TRUEBA, Urbina Alberto, Ley Federal de Trabajo reformada. Ed. Porrúa.
- ZUBIZARRETA, G. Armando F, La aventura del trabajo intelectual. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú, Ed. Fondo Educativo Interamericano, 1982.