

# STRATEGOS

[ Decisiones con información ]

WWW.SEJAL.GOB.MX

SISTEMA ESTATAL DE INFORMACIÓN  
JALISCO

## JULIO ACEVEDO GARCÍA

IMPULSOR DE LA  
ELECTRÓNICA

RUMBO  
AL ESPACIO

COMPETIR  
PARA CRECER

DE FIESTA  
EN COCULA





# STRATEGOS

Decisiones con Información

En línea

Disfruta de este o cualquiera de nuestros números anteriores.

Accede a la sección de productos en nuestra página web

DISPONIBLE EN LA WEB  
www.seijal.gob.mx

Un producto de SEIJAL



**STRATEGOS**  
[Decisiones con información]

\* NÚM. 10 JULIO-SEPTIEMBRE 2010

{ CONTENIDO }

## PROMOTOR INDUSTRIAL

Julio Acevedo García ha sido un factor importante en el desarrollo de la industria electrónica de la Zona Metropolitana de Guadalajara desde sus inicios a la fecha.



EN PORTADA:  
Julio Acevedo  
Fotografía:  
Ramón Campos



LÍDER  
PAG 10

- 6 Preparan camino al espacio  
Buscan capacitar a especialistas en la industria aeroespacial  
**TECNOLOGÍA**
- 8 Van a las alturas  
Una compañía jalisciense alza vuelo en la construcción  
**CULTURA**
- 10 Julio Acevedo García  
Factor clave en la consolidación del Valle del Silicio  
**LÍDER**
- 13 La competencia, solución para el crecimiento  
Piden medidas para disuadir prácticas monopólicas  
**ESPECIAL**
- 16 Industria del mueble  
Encuesta de coyuntura del 2do. semestre de 2009  
**ANÁLISIS**
- 18 De Cocula es la fiesta  
Regresan al centro de la ciudad los festejos  
**CULTURA**
- 22 Entregan estímulos económicos  
Pretenden impulsar la investigación en Jalisco  
**EVENTO**

WWW.SEIJAL.GOB.MX

SISTEMA ESTATAL  
DE INFORMACIÓN  
JALISCO

**pocket**  
Indicadores de Jalisco

### POBLACIÓN OCUPADA NACIONAL / JALISCO

Año	Nacional	Jalisco	Part. Na.
2008	43,255,617	2,961,189	6.85 %
2009	44,535,314	3,090,753	6.94 %
2010 II Trim	44,651,832	3,050,172	6.83 %

Fuente: ENOE-INEGI Nota: Los cifras para 2008 y 2009 corresponden al IV Trimestre.

### TASA DE DESEMPLEO NACIONAL / Z.M.G.

Año	Nacional	ZMG
2008	4.3	4.4
2009	5.3	5.4
2010 II Trim	5.3	5.6

Fuente: ENOE

### INVERSIÓN JALISCO (MILLONES DE DÓLARES)

Año	Total	Var.
2009	2,132.17	-40.96 %
2010 Ene-Mar	479.26	6.31 %

Fuente: SEPROE

### INFLACIÓN NACIONAL / Z.M.G.

Año	Acumulada Nacional	Acumulada ZMG
2008	6.53	5.33
2009	3.57	3.93
2010 Agosto	1.89	3.12

Fuente: Banco de México

### COMERCIO EXTERIOR NACIONAL (MILLONES DE DÓLARES)

	2009	2010 Ene-Jun
Exportaciones	229,783.03	141,262.02
Importaciones	234,384.97	105,519.08

### JALISCO (MILLONES DE DÓLARES)

	2009	2010 Ene-Jun
Exportaciones	24,498.14	14,487.30
Importaciones	29,972.04	18,221.10

Fuente: SEIJAL

### PIB NACIONAL / JALISCO (MILLONES DE PESOS A PRECIOS 2003)

Año	Nacional	Jalisco	Part. Na.
2007	8,348,396	562,195	6.73 %
2008	8,475,564	566,774	6.69 %

### PIB PERCAPITA NACIONAL / JALISCO (PESOS)

Año	Nacional	Jalisco
2007	101,209	98,752
2008	110,106	104,399

Más indicadores de Jalisco en:  
[www.seijal.gob.mx](http://www.seijal.gob.mx)





## Estimado lector

Uno de los sectores económicos más importantes de Jalisco por su dinamismo, creación de empleos y generación de divisas es sin duda el de la industria electrónica.

Su desarrollo colocó a Jalisco en el mapa internacional cuando a mediados de los 90 se empezó a conformar el llamado Valle del Silicio, gracias a la llegada en forma masiva de grandes empresas manufactureras, proveedores de marcas internacionales.

Una de las empresas líderes en la atracción de esta ola fue sin duda Hewlett Packard, a cargo desde entonces de Julio Acevedo García, quien fue uno de los principales operadores de este movimiento y quien en esta edición nos cuenta algo de sus experiencias y de su aprendizaje a lo largo de su vida laboral.

El dinamismo de este sector ha detonado el crecimiento de la infraestructura tecnológica y educativa de la entidad, a tal punto de que Jalisco se ha convertido en una alternativa viable para el desarrollo de las actividades de la Agencia Mexicana Espacial (AEM), creada por decreto del gobierno federal a finales de julio de este año.

Es por ello que el Gobierno estatal, a través de Coecytjal, está lanzando una convocatoria para preparar a maestros y doctores en ingeniería aeroespacial en prestigiosas universidades especializadas de Europa, con el propósito de que contribuyan a sacar adelante los futuros proyectos de la AEM.

En este número introducimos una nueva sección en la cual contaremos la experiencia de empresas jaliscienses que han sabido encontrar oportunidades de mercado, crecer a ritmo vertiginoso y crear empleos.

Ejemplo de esto también son las empresas de la industria mueblera, que están adquiriendo tecnología y apostándole al diseño para lograr crecer en un entorno internacional desfavorable, tal como demuestra una encuesta elaborada por el Sejal.

Por último nos complacemos presentar una de las ferias regionales más importantes del estado por tener como sede a una población que es cuna de uno de los iconos más destacados de la mexicanidad, como lo es Cocula.

Qué disfrute este número.

**Eduardo Antonio Paz**  
DIRECTOR GENERAL  
Sistema Estatal de Información Jalisco  
eduardo.paz@jalisco.gob.mx

**Consejo Editorial**  
**Gobernador Constitucional de Jalisco**  
Emilio González Márquez  
**Secretario de Promoción Económica**  
Alonso Ulloa Vélez  
**Director General de Comunicación Social**  
Héctor Moreno Valencia

**SEIJAL**  
**Director General del Sejal**  
Eduardo Antonio Paz Gómez  
**Director de Estadísticas**  
Néstor Eduardo García Romero  
**Director Administrativo**  
Carlos Villalobos Zalapa  
**Director de Sistemas**  
Dante Delgadillo Rojas  
**Director de Análisis**  
Antonio Salvador Solís Gómez  
**Director de Relaciones Externas**  
Rodolfo Korkowski Sivila

**Editor**  
René Valencia  
**Diseño, Arte y Fotografía**  
José Ramón Campos Gutiérrez  
**Información**  
Alma Rosa Villaseñor Martínez

**Centros de Información e Investigación Municipal**  
Daniel Castellanos Moya  
Omar Eduardo Soto Artega

**Estadísticas**  
Sandra Fausto Ortiz  
Adriana Vallín Alatorre  
Susana Galindo Zamora  
Patricia Patiño García  
Inés Vázquez Gutiérrez  
Olivia Peña Quevedo  
Sugei Alejandro Palma

**Análisis**  
Thelma Molina Tristán  
José de Jesús Andrade Hernández  
Ulises Viramontes Llamas  
Miguel Ángel Quijias Martínez  
Enrique Aguirre Andrade  
Rodrigo González Ramírez  
Gerardo Sánchez

**Administración**  
Roberto Torres Aguilar  
Ninemi Espinosa Valdez

**Sistemas**  
Pamela Aguirre Márquez  
Silvia L. Torres Naranjo  
Jesús Abraham Gutiérrez Guerrero

**Informes y publicidad:**  
Sistema Estatal de Información Jalisco  
López Cotilla No. 1505 1er piso  
Col. Americana C.P. 44140  
Teléfono: 3678 20 75  
Fax: 3678 20 74  
relaciones.externas@jalisco.gob.mx

STATREGOS es una publicación trimestral gratuita del Sistema Estatal de Información Jalisco. Impresa en los talleres gráficos del Periódico Ocho Columnas\*.

Las opiniones expresadas son responsabilidad de quien las escribe y no representan directamente la opinión de SEIJAL. Se permite la reproducción del material siempre y cuando se cite la fuente.



# FOJAL

FINANCIAMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL

## ¿Necesitas dinero para iniciar o impulsar tu negocio?

### CONOCE NUESTROS PROGRAMAS

Empresas nuevas



Empresas establecidas



**LLÁMANOS** | 3615 5557 • 01 800 **F O J A L S I**  
3 6 5 2 5 7 4

## ¡En FOJAL te apoyamos!

- ✓ Créditos de \$5000 hasta \$ 1'000,000  
(Si necesitas más también te ayudamos a conseguirlo)
- ✓ Asesoría gratuita
- ✓ Capacitación Empresarial
- ✓ Consultoría Universitaria

## Nuevas Instalaciones:

Av. López Mateos Norte 1135,  
esquina Colomos  
Col. Italia Providencia, C.P. 44648, Guadalajara Jalisco



[www.fojal.jalisco.gob.mx](http://www.fojal.jalisco.gob.mx)  
PREGUNTA POR NUESTRAS PLÁTICAS INFORMATIVAS



18 de junio del 2010 • 25 Aniversario FOJAL



# PREPARAN CAMINO AL ESPACIO

PRETENDEN CAPACITAR ESPECIALISTAS EN LA INDUSTRIA AEROESPACIAL PARA ATRAER INVERSIONES A JALISCO

Con el propósito de participar en el desarrollo económico y social que implican las actividades relacionadas con la creación de la Agencia Espacial Mexicana, el Gobierno del Estado está dando pasos firmes para la preparación de recursos humanos.

Es por ello que lanzó a través del Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología de Jalisco (Coecytjal) una convocatoria para otorgar becas a 10 profesionistas jaliscienses para que se capaciten en el área de la industria aeroespacial.

A partir de la publicación el 30 de julio pasado en el Diario Oficial de la Federación, del Decreto que crea la Agencia Espacial Mexicana (AEM), se abre un periodo en el cual se va a constituir una junta de gobierno y que luego de foros especiales va a determinar la naturaleza de los trabajos de la agencia.

Mientras transcurre ese proceso, que podría durar cerca de un año, Jalisco estará capacitando a profesionistas en el extranjero que se podrán integrar a los diferentes trabajos que cubra la agencia.

"Jalisco tiene por lo menos tres años preparándose para participar en este proyecto", asegura María del Carmen Navarro Ledgard, directora de Proyectos del Coecytjal.

De hecho la convocatoria para las becas, que son para apoyar a seis estudiantes de maestría y cuatro de doctorado en ingeniería aeroespacial, se lanzó el 10 de junio pasado, casi dos meses antes de la publicación oficial de decreto de la AEM.

La funcionaria estatal asegura que Jalisco tiene las bases de desarrollo tecnológico suficientes para alimentar a ciertas áreas de esa industria, sobre todo en el software. También hay la posibilidad de impulsar escuelas que se especialicen en preparar a especialistas en componentes de la industria.

Las becas, cuyos montos fueron gestionados por el Coecytjal ante el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), permiten el pago total de la colegiatura en una institución de educación superior de cualquier país del mundo que sea de alto nivel en la materia.



Aparte se les otorga manutención y seguro de gasto médico, incluyendo cónyuge, si lo hubiere. Como ejemplos, Navarro Ledgard menciona que en cualquier país europeo se le otorga al becario un monto de 900 euros mensuales, los cuales se incrementan a mil 238 en caso de que vaya con su esposo o esposa.

Entre las universidades que cuentan con prestigio en el área de la industria aeronáutica se encuentran la Universidad Politécnica de Cataluña (España), la Escuela de Aeronáutica y Astronáutica de Toulouse (Francia), la Universidad de Pisa (Italia), y la Universidad de Manchester (Reino Unido), entre otras.

#### UNIÓN DE SECTORES

Guillermo Espinoza Aranda, coordinador general de competitividad empresarial, de la Secretaría de Promoción Económica (Seproe), señala que los diferentes sectores del estado están unidos en la búsqueda de un lugar en el desarrollo de la agencia espacial.

"Existe un consejo aeroespacial en Jalisco en el que están la academia, el gobierno y la industria, de tal suerte que el estado ya participa y quiere incrementar su participación en el sector", señaló.

Destacó que el hecho de que el estado lance convocatorias para la preparación de recursos humanos en el sector indica

*Jalisco tiene las bases de desarrollo tecnológico suficientes para alimentar a ciertas áreas de esa industria, sobre todo en el software.*

que no sólo se tiene en la mira el fomento de la actividad industrial, sino también de la investigación.

En Jalisco existe desde hace un año el Council Aeroespacial de Jalisco, un grupo de 40 representantes de empresas, universidades, organismos e instituciones de gobierno en el que participan compañías como Global Vantage, Hydra Technologies, Jabil, Sanmin-SCI y Flextronics, entre otros.

Espinoza Aranda enfatiza la asesoría que brinda a Jalisco el primer astronauta mexicano, Rodolfo Neri Vela para atraer actividades relacionadas con la Agencia Espacial Mexicana a Jalisco.

"Nos está asesorando en temas especiales. Creemos que tenemos el mejor asesor en el país. Vino a visitar al estado, se reunió con el grupo (council) y ha estado orientando sobre oportunidades que se deben aprovechar".

#### CRONOGRAMA DE LA AGENCIA

ARTÍCULOS TRANSITORIOS DE LA LEY QUE CREA LA AGENCIA ESPACIAL MEXICANA

**1** El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación (30 de julio del 2010).

**2** La Junta de Gobierno se instalará en un periodo no mayor a los cuarenta y cinco días naturales siguientes a la entrada en vigor del presente Decreto.

**3** Una vez instalada la Junta de Gobierno, ésta organizará y convocará a foros y mesas permanentes de trabajo para que en un plazo no mayor a ciento ochenta días, expertos en materia espacial, tanto nacionales como extranjeros, así como Instituciones de Educación Superior y Centros Públicos de Investigación, discutan y formulen las líneas generales de la Política Espacial de México que será desarrollada por la Agencia Espacial Mexicana.

**4** Una vez concluidos los foros y mesas permanentes de trabajo, el Presidente de la Junta de Gobierno expedirá la convocatoria para la designación del Director General de la Agencia Espacial Mexicana, quien será nombrado en un periodo no mayor a los treinta días naturales siguientes a partir de la expedición de dicha convocatoria y de acuerdo a lo dispuesto en este Decreto.

**5** El Director General de la Agencia contará con un plazo de noventa días naturales a partir de su nombramiento para elaborar y presentar el Programa Nacional de Actividades Espaciales, el proyecto de Reglamento Interior, así como el proyecto de Estatuto Orgánico que le permitan a la Agencia cumplir sus funciones, los cuales serán aprobados por la Junta de Gobierno en un plazo no mayor a noventa días naturales a partir de su presentación.

#### INFORMES SOBRE LAS BECAS:

CONSEJO ESTATAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE JALISCO (COECYTJAL)  
Teléfonos: 35-85-65-99 / 35-85-66-01 / 35-85-90-07 / 35-85-90-08  
Dirección: López Cotilla 1505, Planta baja, Torre Seproe, Col. Americana, C.P. 44140 Guadalupe, Jalisco, México.



*Las becas, permiten el pago total de la colegiatura en una institución de educación superior de cualquier país del mundo que sea de alto nivel en la materia.*



# VAN ALAS ALTURAS

UNA EMPRESA JALISCIENSE ALZA VUELO EN LA CONSTRUCCIÓN DE ESTRUCTURAS METÁLICAS DE LA CIUDAD

Generalmente las estructuras metálicas de las obras civiles pasan desapercibidas luego de que dan paso a los recubrimientos y a la pintura de los edificios. Son el esqueleto de un cuerpo, al que le proporcionan forma y fortaleza, pero muy pronto desaparecen ante los ojos de los transeúntes.

**P**ero cuando las obras son gigantes, no pueden dejar de verse mucho tiempo y llegan a formar parte de la vida y el perfil de la ciudad.

Es lo que pasa con Acesta, una empresa que comenzó de forma modesta hace 22 años y que hoy salta a la vista pública al igual que las obras que han emprendido.

El puente atirantado Matute Remus, que se levanta en la confluencia de las avenidas López Mateos y Lázaro Cárdenas, una de las obras más notorias en los últimos meses y que está llamado a ser uno de las estructuras emblemáticas de la ciudad, es una obra que lleva su sello.

Pero antes levantaron la mayor parte de la estructura del auditorio Telmex; las torres Península de Puerto Vallarta; los hospitales Puerta de Hierro y San Javier, de Guadalajara y Puerto Vallarta; el centro de exposiciones de Mazatlán y las plazas Galerías, Centro-Sur y Ciudadela, entre otras obras que cabe destacar.

## DESDE LO BÁSICO

Acesta es una empresa 100 por ciento mexicana que tiene como base Guadalajara y que se dedica al diseño, fabricación y montaje de estructuras metálicas, cubiertas y muros de lámina.

Inició labores en 1987, en su faceta de instalación de cubiertas de lámina, atendiendo principalmente al segmento de tiendas de autoservicios, naves pequeñas y también montaban algunas estructuras.



Plaza Galerías en Guadalajara.

Eliseo León Unzueta, gerente comercial de la compañía, relata que a diferencia de muchas constructoras que sucumbieron durante la crisis de mediados de los años 90, ellos comenzaron a crecer gracias a la inversión extranjera, la cual no paró por su visión de mediano y largo plazo.

“En 1995 instalamos la planta de la Tijera, para poder desarrollar el proyecto de Carrefour”, relata “y a partir del 2000 comenzamos a invertir y enfocarnos en la construcción de estructuras”.

Con el nuevo nicho de mercado, la empresa creció a un gran ritmo a partir de mediados de la primera década de este siglo, aprovechando el desarrollo de construcciones cada vez más altas.

“Crecimos mucho del 2004 al 2008, a tasas de entre 12 y 15 por ciento anuales”, refiere León Unzueta.

Esto los llevó el año pasado a instalar una planta de 110 mil metros cuadrados,

en San Isidro Mazatepec, para una nueva línea de producción. Adquirieron tecnología de origen alemán de la marca Peddinghaus. “Se instalaron líneas para corte, barrenado de perfiles estructurales y otra máquina para procesamiento de placas a base de plasma”.

En la actualidad la empresa tiene una facturación de 32 millones de dólares anuales, con un plantilla laboral permanente de alrededor de 530 personas, en sus dos plantas ubicadas en Jalisco.

## PARA ARRIBA

León Unzueta señala que con base en Guadalajara piensan expandir sus horizontes más allá de los límites del estado.

De hecho un par de sus obras más importantes se desarrollan uno en Aguascalientes, en un puente de acceso carretero a la capital del estado, y la planta de General Motors, en San Luis Potosí, esta última una gigantesca nave industrial de 100 mil metros cuadrados.

“La idea es a nivel nacional atacar el segmento de edificios de altura y también exportar estructura, principalmente a Estados Unidos y Centroamérica”, refiere. Recientemente levantaron un hospital en la ciudad de Puerto Barrios, en el atlántico guatemalteco.

## NÚMEROS DE LA OBRA

Presencia de Acesta en la construcción del atirantado

- 7,800** ton. de estructura metálica
- 50** personas para montaje y soldadura de campo
- 5** personas para fabricación en planta
- 2** generadores de 300 kva
- 4** Ingenieros residentes
- 1** grúa de 150 ton.
- 1** grúa de 120 ton.
- 4** grúas de 30 ton.

## EL ATIRANTADO

El puente Matute Remus que se construye en López Mateos y Lázaro Cárdenas constituye un hito en la arquitectura de puentes en Guadalajara. Significó un contrato por 95 millones de pesos para la empresa Acesta, quien actualmente levanta la estructura metálica.

Eliseo León Unzueta, director comercial de la compañía refiere que al contrario de la que mucha gente piensa de que la tecnología de tirantes es sólo un adorno para el puente, esta fue la mejor solución para resolver el conflicto vial de este cruce de avenidas.

“Abajo hay un túnel vehicular que impedía establecer la infraestructura necesaria para levantar el puente”, indica. Además, de no haber sido así, habría habido conflictos para extender el declive del puente hacia donde comienza el paso a desnivel que pasa por los Arcos del Milenio.

La obra requiere de la colocación de 7,800 toneladas de estructura metálica, que es colocada actualmente por un batallón de 50 personas para el montaje y soldadura de campo.

Una de las estructuras más representativas de las obras son unos tetrapodos que sirven como base para sostener el puente y que fueron diseñados y calculados de manera local.

## CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

La construcción del puente inició en octubre del 2009 y se pretende finalizar a finales del año 2010.

El puente tendrá 3 carriles por cada sentido, con una longitud de 930 metros sobre Lázaro Cárdenas hasta San Ignacio.

Es un puente colgante con dos torres de tirantes con una altura máxima de 50 metros. Tendrá un parque lineal abajo del puente y una nueva unidad deportiva que sustituirá a la que se encontraba originalmente.



ARRIBA. Sede de la empresa en La Tijera.  
IZQUIERDA. Hospital Puerta de Hierro en Guadalajara.



Eliseo León Unzueta, gerente comercial.  
Eduardo Pinzón Mexía, Ventas, obras y proyectos.



# IMPULSOR DE LA ELECTRÓNICA

DESDE SU PUESTO EN HP, JULIO ACEVEDO GARCÍA HA INFLUIDO A TRAVÉS DE LOS AÑOS EN LA CONSOLIDACIÓN DEL VALLE DEL SILICIO EN GUADALAJARA

René Valencia

**F**ue uno de los promotores del boom de la industria electrónica de los años 90 en Jalisco. Al frente de la planta de HP en Guadalajara, logró atraer a la primera gran manufacturera de partes que fue Solectron, tras la cual vinieron decenas de compañías más que le dieron fama a la zona metropolitana como el Valle del Silicio mexicano.

En la actualidad, Julio Acevedo García encabeza el revocacionamiento del sector como centro de atención logística, además de jugar un papel activo como líder social, representando al sector productivo en el diálogo con los gobiernos.

Asegura que el éxito de Guadalajara para atraer las inversiones de sector está basado en el entorno laboral. “La clave es estar en un lugar con gente satisfecha, contenta, en un lugar donde se trabaja bien, con capacitación”, asegura.

## EL INICIO

Es ingeniero industrial de la Universidad Autónoma de Guadalajara, generación 1976-1980. Desde sus años estudiantiles incurrió en las actividades empresariales con una fábrica de tabicón, ya que estaba relacionado con la construcción debido a las actividades de su papá que era ingeniero civil.

En aquellos felices años de finales de los años 70 y albores de los 80, el Grupo Alfa era el *non plus ultra* en la esfera de los negocios en México y al salir de la

universidad lo llamaron para una entrevista de trabajo.

Aunque en principio no quería aceptar la propuesta que le hizo el grupo regiomontano para incorporarse el área de compras de Hylsa, una de sus industrias insignia, ya que la plaza estaba en Colima, al final lo tomó como una oportunidad de cortar el cordón umbilical con su familia.

“El Grupo alfa era una compañía muy sólida y esas cosas me gustaron mucho”, asegura.

Luego de casarse en Colima con su novia de siempre y de tener su primer hijo, quiso regresar a Guadalajara. “Mi esposa vio en el periódico que se requerían compradores para Hewlett Packard para el departamento de compras”, relata.

Así que mandó su currículum y posteriormente lo citaron para una entrevista con más de 10 personas, todas ellas estadounidenses y le hicieron el ofrecimiento de incorporarse en el área de compra de materiales.

“En esa época HP era una compañía muy chiquita. Si una empresa extranjera quería vender en el país tenía que fabricar aquí, tener una balanza comercial positiva y alto grado de integración nacional, por lo que me tocó desarrollar a proveedores”, señala.

Un mercado cerrado a las importaciones requería de trabajar muy de cerca con los fabricantes nacionales, para que tuvieran la calidad que requería HP en los productos que ensamblaban.

Luego de un año de trabajo, el jefe de su jefe lo mandó a llamar y le hizo la pregunta directa: “¿Qué harías si fueras el departamento de compras?”. Acevedo García le comentó sus impresiones y lo nombraron en ese cargo.

Por primera vez tenía mucho personal a su cargo, 10 compradores, lo cual al principio fue difícil, sobre todo porque tuvo que poner orden en la oficina en procesos que no estaban bien hechos.

Durante el siguiente año le tocó experimentar quejas del personal de su área con el departamento de pedidos. “Para tener una buena planeación de compras se tiene que hacer un plan de pedidos, y eso no estaba funcionando”.

Nuevamente le hicieron una pregunta similar: “¿Qué harías si te diéramos los dos departamentos?”, a lo que él contestó tajante: “Correr a la supervisora”. Ahí su superior le dijo que HP pretendía ofrecer un trabajo para toda la vida y que le diera oportunidad a esa persona, que la capacitara.

Ese fue el inicio de un progresivo crecimiento, que lo llevó a agregar las áreas de inventario y producción, llegando a asumir el cargo de gerente de materiales.

“Era un trabajo estresante, porque la responsabilidad era gigantesca por los tiempos. Fueron cinco años de acostarme y soñar con partes”. A raíz de que quería tener un poco más tiempo para sí y convivir con sus dos hijos y su mujer, comenzó a acariciar la idea de tener su propio negocio.





#### TIEMPOS TURBULENTOS

A pesar de los esfuerzos que hiciera su entonces jefe en la compañía para retenerlo, como ofrecerle capacitación en Estados Unidos, Julio Acevedo dejó por sentado que ya había tomado una decisión.

“Así que salí al mundo de la vida real”, señala. Puso un par de negocios de pisos de madera y ventanas de importación.

“Si trabajaba mucho aquí (HP), trabajaba más allá”, indica, riéndose. “Era complicado pagar la nómina”.

En ese periodo de su vida le tocó lidiar con el burocratismo y la ineficiencia gubernamental en el entorno de los negocios y diversificó sus actividades.

“Trabajé muy duro como vicepresidente de la asociación de padres de familia en el Colegio Cervantes”, dijo.

A finales de 1994 llega la crisis, y con ella la devaluación y el colapso de la industria de la construcción. Como era de esperarse, su empresa quebró.

“El doctor Zedillo me pidió que volviera a emplearme”, relata con ironía, refiriéndose al Presidente que le tocó enfrentar la debacle económica nacional.

Estaba en ese trance, cuando al salir de misa se encontró con uno de sus antiguos jefes en HP, quien le preguntó si quería volver a entrar en la empresa.

Señala que se hizo un poco del rogar, aunque de momento no tenía otra salida, para no tener que llegar en un puesto muy bajo a la empresa de la que años antes había salido en un excelente momento de su carrera.

Finalmente le ofrecieron responsabilizarse del área de compras internacionales de HP y posteriormente de América Latina.

#### EL DESPEGUE

El regreso a HP de Julio Acevedo García en el entorno de la crisis económica general se ubica en una situación paradójica para su

empresa y su sector, ya que la devaluación del peso frente al dólar hace que los productos de exportación se vuelvan de pronto muy baratos en el exterior.

“De un día para otro, nos hicimos muy competitivos y empezamos a traer misiones para fabricar en México”, relata, “fuimos a Estados Unidos proponer fabricar en México y convencimos a Solectron de arrancar su primera fábrica en Guadalajara, sin hacer mucho ruido”.

*“El plan era posicionar a Guadalajara como industria de alta tecnología, no de ensamble barato”.*

“Fuimos a traer misiones de Singapur, para traer partes metálicas, plásticas, de ensamble electromecánico y se empezó a crear el clúster”, dice.

Fue entonces que vinieron Jabil, Flextronics, entre otras grandes empresas. “Nos tocó promover en las universidades adecuar sus planes de estudios para adaptarse a las nuevas necesidades de la industria”.

No obstante, este primer impulso decayó en el 2001, con la desaceleración mundial, cuando los fabricantes voltearon a ver a China, como un país en el cual fabricar con costos más bajos.

“Todos los días cotizábamos contra China. Traíamos a la gente de Jabil y concursaban. Todos los meses cotizábamos para bajar los precios”.

Sin embargo muchas de estas recién llegadas comenzaron de manera inexora-

ble a trasladarse a China y a disminuir la producción y el empleo. “Las plantas comenzaron a operar al 50 por ciento de su capacidad”, refiere.

Tras esos hechos comenzaron a diseñar un plan estratégico para la industria electrónica para revitalizar lo que ya estaba instalado.

“El plan era posicionar a Guadalajara como industria de alta tecnología, no de ensamble barato”.

Convencieron a los estadounidenses de aprovechar la infraestructura física y técnica para traer productos de mayor complejidad, que requieran de mayor ingeniería.

HP dejó de trabajar con las grandes manufactureras. “Nos quedamos con la parte del marketing, del *expertise*, del diseño. Lo primero que se hizo en Guadalajara fue hacer un centro de distribución”.

En el 2001 lo buscó un gerente de controlaría de la empresa y le comentó que querían poner un centro de servicio de actividades contables y financieras, y gestionaron para que se quedara en la ciudad.

Fue así que surgió el Guadalajara Business Center (GBC), en donde trabajan 400 personas altamente especializadas que atienden las necesidades de su empresa en Estados Unidos y América Latina.

“La escalabilidad fue tan rápida que entre más procesos traían, mejor se hacían, los mejorábamos, los automatizábamos”, presume.

Actualmente cuentan con un centro de tecnologías de la información que mantiene a 500 ingenieros que están desarrollando nuevas aplicaciones y brindando soporte a todas sus operaciones internacionales.

De la consolidación del sector electrónico, ahora se encuentran impulsando un código de conducta de la industria, que permitirá regular el trabajo que se realiza en las empresas de Guadalajara y la región fronteriza con Estados Unidos.

#### EL VALLE DEL SILICIO

¿Qué parte del Valle del Silicio se le puede atribuir a su trabajo?

Sería mucha soberbia decir que fue gracias a mí. Nosotros fuimos los que trajimos a Solectron y con esa manufactura se vinieron las demás. Y en conjunto trabajamos para el clúster. Es un trabajo en equipo y nunca nos sentamos a ver quién tenía más o menos influencia. El gobierno apoyó con incentivos y escuchando a inversionistas. El trabajo de crear empleo no es del gobierno, sino de los empresarios.

#### SU INSPIRACIÓN

¿Qué persona influyó más en su actividad profesional?

Mi padre. Su disciplina, orden. No enseñó a mis hermanos a ser honestos. El veía sus pendientes de una manera muy sencilla. Tenía un cuaderno con el que iba a sus obras y anotaba todo con detalle. Tenía un sistema muy bueno y se me quedó muy grabado. Si no se da seguimiento, orden y no supervisas, no se hace nada.

#### EXPERIENCIA

¿Qué haría de nuevo y qué dejaría de hacer si volviera a comenzar su actividad profesional?

Seguiría pensando en la gente, que es el activo más importante. Asegurarme que la gente esté reconocida, tener un plan de capacitación, que la gente esté contenta, que sepan que hay un plan, una guía.

Lo que no seguiría haciendo es descuidar la cuestión personal, de salud. Una vez fui a Japón a una junta que se realizó en una mañana y cuando terminé me regresé de inmediato. No hubiera pasado nada si me hubiera quedado un par de días. Tendría un balance más adecuado como el que he tenido en los últimos años, con la familia, con los amigos. Los jóvenes deben sacrificarse un tiempo, pero ponerse por lo menos un día de vacaciones.

#### EL OBSERVATORIO CIUDADANO

Actualmente se encuentra encabezando un proyecto que se llama Observatorio Ciudadano. ¿De qué se trata?

Se determinó que los líderes públicos y privados deben estar sujetos al escrutinio público. Cuando los entrenadores de fútbol pierden partidos los corren. ¿Por qué los funcionarios públicos no se deben ir? Esa fue la filosofía. No me gustaba que se hicieran comentarios sin datos duros, por eso pensamos en que se tenían que hacer una serie de mediciones con datos duros. Si podemos hacerlo queremos influenciar para cambiar las leyes, para que la ciudadanía pueda tomar decisiones. Lo hemos trabajado por seis meses y está a punto de salir adelante en el tema de la educación. Vamos a tener éxito si nos ponemos de acuerdo todos, sociedad, empresarios y gobierno. Hay países que han empujado una agenda única como en Corea. Se sentaron los principales actores y empujaron la agenda.



Isis Rodríguez

Pide Eduardo Pérez Motta, presidente de la Comisión Federal de Competencia, medidas para disuadir las prácticas monopólicas

La crisis ha evidenciado un problema estructural de bajo crecimiento e insuficiente competitividad en la economía mexicana, por lo que se requiere una política económica orientada a la competencia y la eficiencia de mercados como la herramienta para solucionarlo, señaló Eduardo Pérez Motta, presidente de la Comisión Federal de Competencia (CFC).

“Para elevar la competencia, es necesario disuadir eficazmente las prácticas monopólicas y promover reformas procompetitivas al marco regulatorio de los mercados” apuntó durante el Foro Regional de Competencia Económica, que se llevó a cabo el día 17 de agosto, en la Expo Guadalajara.

El objetivo general de este Foro, que contó con el auspicio de USAID (Estados Unidos Agencia Internacional para el Desarrollo por sus siglas en inglés) y de la Secretaría de Promoción Económica de Jalisco, entre otros organismos, fue crear un espacio de discusión en temas de competencia económica y por otro lado asesorar a los funcionarios de los tres órdenes de gobierno en materia de compras públicas y en el diseño e implementación de regulaciones que promuevan el funcionamiento eficiente de los mercados.

En este participaron expertos de la División de Com-

petencia de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), como el Dr. Antonio Cappobianco, quien fue el responsable del desarrollo de los “Lineamientos para Combatir la Colusión entre Oferentes en Licitaciones Públicas”, que recientemente publicó la OCDE así como con el Dr. Sean Ennis, autor de la “Guía para Evaluar la Competencia” que también recientemente publicara este organismo internacional.

Implementar acciones regulatorias de alto impacto como permitir las inversión extranjera en las telecomunicaciones, impulsar criterios procompetitivos en entrega de combustible y rebalanceo de tarifas aeroportuarias; en comercio exterior, simplificar y transparentar procedimientos aduanales, así como reducir la estructura arancelaria; incrementar las multas y la creación de sanciones penales de para las empresas que realicen prácticas monopólicas, fueron otros de los temas tocados en dicho Foro.

La CFC señaló algunas recomendaciones de una política procompetencia, entre ellas la eliminación de comisión sobre flujo en las Afores, que representaría un ahorro de 688.7 millones de pesos para los trabajadores; en telecomunicaciones, la convergencia tecnológica resultaría en paquetes “triple play” (teléfono, cable e internet) a precios más competitivos, y la autorización de aerolíneas de bajo costo, por mencionar las más destacadas.

# LA COMPETENCIA

SOLUCIÓN PARA EL CRECIMIENTO



# Manipulación de licitaciones, otra cara de la corrupción

La manipulación de las licitaciones es una manera de corrupción que consta de cualquier acuerdo (oral o escrito) entre los oferentes que limita o reduce la competencia en la licitación. El acuerdo puede ser entre un comprador y un potencial oferente que en realidad no presenta una oferta, éste puede funcionar bien y durar un largo tiempo, o puede que nos sea duradero en el tiempo. En la mayoría de los países, todos los acuerdos colusorios son ilegales, y en algunos países son penados.

Dentro del Foro Regional de Competencia Económica, Antonio Cappobianco, de la División de competencia, de la OCDE, incitó a combatir eficazmente la colusión vía creación de leyes y reglamentos eficaces, programas de inmunidad efectivos, procedimientos de aplicación de la ley efectivos y sanciones efectivas, así como sensibilizar a los funcionarios de adquisiciones y compradores sobre los riesgos de colusión (listas de verificación y lineamientos).

“Los contratos públicos representan aproximadamente el 15% del PIB en países de la OCDE, la manipulación de las licitaciones pueden elevar los precios de forma significativa (hasta un 20% o más), lo que significaría importantes daños potenciales para los contribuyentes”, aseveró Cappobianco.

Cappobianco asegura que mejorar el conocimiento del mercado y sus proveedores, maximizar la participación de posibles oferentes, reducir la comunicación entre los oferentes y promover los riesgos de la manipulación de licitaciones, así como la permanente alerta sobre las oportunidades que tienen los oferentes para comunicarse entre sí, son elementos de importancia crucial para identificar y evitar la manipulación en las licitaciones, además propuso vigilar patrones sospechosos en la presentación de ofertas y patrones de precios, para la verificación de una licitación según prácticas de la OCDE.

Los mercados más susceptibles a la manipulación de licitaciones son los de productos homogéneos, los pequeños números de compañías en el mercado, las licitaciones repetitivas, productos o servicios idénticos o simples, los de poco o ningún cambios tecnológico y las asociaciones empresariales.



Eduardo Pérez Motta, presidente de la Comisión Federal de Competencia.

México ocupa los lugares más bajos en competitividad internacional. Según el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), México lleva el lugar 32 de 48 en el índice realizado al 2009 y no mejora en las cuentas hechas por instituciones internacionales.

Por ejemplo, para la IMD (Institute of Management Development), en su anuario de competitividad mundial del 2010, México ocupa el lugar 47 de 58, superado por países como Perú, Brasil y Colombia.

Ángel López Hoher, Jefe de la Unidad de Planeación, Vinculación y Asuntos Internacionales de la CFC, habló en pro de la promoción de la competencia, de disuadir la comisión de prácticas monopólicas y la creación de un marco regulatorio favorable a la competencia en los mercados de bienes y servicios. “En el corto plazo, la competitividad y el crecimiento dependen de la asignación eficiente de los recursos. Un ingrediente básico para lograrlo es una regulación eficiente”, señaló López Hoher.

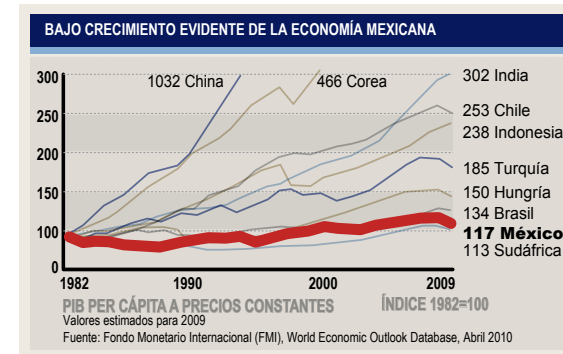
Aseguró que en México, tanto la regulación administrativa como la económica presentan ineficiencias que provocan una asignación subóptima de los recursos y que la regulación administrativa tiene efectos contrarios en la productividad que dificultan el acceso a los mercados y la apertura de nuevas empresas. “México se encuentra en un momento crucial para realizar reformas al marco regulatorio de los sectores regulados, a fin de promover la competencia y elevar la competitividad en beneficio de la población”, comentó.



La CFC cuenta con instrumentos para opinar sobre el marco regulatorio del país y, en palabras de López Hoher, los ha utilizado de manera muy activa en la promoción de un marco regulatorio procompetitivo, esto porque gracias a las opiniones de la CFC se han logrado avances en materia de sectores regulados como el energético (un reglamento procompetitivo que revise la transparencia en ventas a primera mano), telecomunicaciones (permiso a cableras para proveer telefonía), transporte (más permisos de taxis en el AICM), servicios financieros(modificaciones a la Ley del SAR: eliminación de comisión sobre flujo y a la ley de Ins-

tituciones de Crédito: facilitar traspasos y movilidad de cuentas) y comercio exterior (modificaciones a la estructura arancelaria).

Todavía persisten algunas regulaciones locales que crean barreras artificiales a la participación y el desarrollo de la actividad empresarial, sobre todo en sectores como el de la masa y tortilla de maíz, sin embargo, López Hoher asevera que la CFC ha identificado que la regulación municipal limita la competencia en los mercados de la masa y la tortilla, por lo que emitió una opinión y mantiene un acercamiento con los estados para facilitar la denuncia de prácticas monopólicas y regulaciones anticompetitivas.



En México se ha aplicado en sectores regulados como el bancario, telecomunicaciones, estandarización técnica, industria farmacéutica, electricidad, aerolíneas y transporte de pasajeros con apoyo del Senado, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de la Economía.

“La competencia es clave para la productividad y el crecimiento económico. En ocasiones las leyes y los reglamentos obstaculizan innecesariamente la competencia, por ello es necesario revisar las leyes y reglamentos para reducir restricciones del gobierno innecesarias a la competencia”, aseveró el Dr. Sean F. Ennis, de la División de Competencia en la OCDE.

El representante de la OCDE apunta que en ocasiones las normas y reglamentos tienen efectos secundarios negativos como el aumento de precios, la reducción de innovación, de la variedad de productos y calidad e insiste en que las regulaciones pueden alcanzar de mejor forma sus objetivos cuando no dañan la competencia.

“La iniciativa del gobierno federal para eliminar todas las regulaciones no indispensables son un gran paso para México, pero limitada al nivel federal”, comentó.

Formas comunes en que las empresas manipulan licitaciones	
<b>OFERTA DE RESGUARDO</b>	Un competidor se compromete a presentar una oferta que es superior a la oferta del ganador designado o se compromete a presentar una oferta que contenga los términos conocidos como inaceptables para el comprador.
<b>SUPRESIÓN DE OFERTAS</b>	Una o más compañías se comprometen a abstenerse de hacer ofertas o de retirar una oferta presentada anteriormente.
<b>ROTACIÓN DE OFERTAS</b>	Las compañías conspiradoras siguen en el proceso de licitación, pero están de acuerdo en tomar turnos siendo la oferta más baja la ganadora (e.g. la que calificó como más baja).
<b>ASIGNACIÓN DE MERCADO</b>	Los competidores se reparten el mercado y acuerdan no competir por determinados clientes o en determinadas áreas geográficas.

## Asociaciones y Cámaras Empresariales y derecho de la competencia

Las cámaras empresariales y asociaciones profesionales apoyan continuamente la labor de la CFC, ya que son una fuente continua y confiable de información al evaluar los posibles efectos de concentraciones y pueden difundir entre sus asociados la racionalidad de la ley, sin embargo son susceptibles de vigilancia, ya que están en riesgo, incluso accidentalmente, de facilitar acuerdos o intercambios de información anti-competitivos sancionados por la ley.

Rodrigo Morales Elcoro, comisionado de la CFC, participó dentro del Foro Regional de Competencia Económica en la ciudad de Guadalajara, con la ponencia “Asociaciones y Cámaras Empresariales y Derecho de la Competencia”, en la que destacó que una actuación, deliberada o no, que facilite la comunicación de información delicada o acuerdos para fijar precios o reducir la oferta, colocaría a las asociaciones y a sus agremiados ante una contingencia jurídica, a lo que la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE) impone sanciones por acción de prácticas monopólicas y el artículo tercero estipula: “...Están sujetos a lo dispuesto por esta Ley... asociaciones, cámaras empresariales, agrupaciones de profesionistas...”

Morales Elcoro habló de las cámaras empresariales como las que cumplen una función legítima y positiva al representar a sus agremiados ante el público y los órganos de gobierno y buscar condiciones más competitivas en su entorno. Abordó cómo se han incursionado lineamientos para asegurar que sean espacios de encuentro entre competidores, sin incurrir en acuerdos o intercambios de información anti-competitivos.

Las asociaciones deben evitar que sus acciones conduzcan, o incluso parezcan conducir, a facilitar prácticas prohibidas por la LFCE, dichas acciones podrían restringir la oferta o fijar precios, segmentar los mercados, coordinar posturas en licitaciones, las cuales sons prácticas monopólicas absolutas, según el artículo 9 de la ley.

Las funciones principales de éstas asociaciones son representar los intereses generales de sus asociados, anteponiendo el interés público sobre el privado; Ser órgano de consulta y de colaboración para el diseño y ejecución de políticas de fomento económico y estrategias de desarrollo; Operar el SIEM con la supervisión de la Secretaría de Economía; Actuar como mediadoras, árbitros y peritos, nacional e internacionalmente, entre otras.

Prácticas Internacionales en la actuación de cámaras y asociaciones	
<b>Auditorías y Programas de Cumplimiento</b>	A fin de detectar y prevenir posibles acciones contrarias a la Ley, resulta recomendable revisar periódicamente los procedimientos de la asociación y evaluar su apego al mandato de la LFCE.
<b>Difusión de la Ley Federal de Competencia Económica</b>	Capacitación de los asociados y del personal de la propia asociación sobre la LFCE y las salvaguardas que deben adoptarse, así como de sus implicaciones, especialmente en reuniones entre competidores.
<b>Captura de Información</b>	La información que se recopile debe ser agregada y de preferencia histórica.
<b>Evitar toda discusión sobre precios, costos, niveles de producción y asignación de mercados</b>	El intercambio de información sobre precios actuales o futuros, configura una violación equiparable a la de un acuerdo para su fijación, debe adoptarse una disciplina estricta para evitar estos intercambios.
<b>Agendas y minutas de reuniones</b>	Las reuniones entre asociados, especialmente cuando son competidores, deben tener objetivos claros y legítimos, no excluir segmentos de asociados y guardar minutas de los temas tratados.
<b>Criterios de Membresía</b>	Los criterios para la membresía en una asociación deben ser claros y generales y responder a los intereses legítimos de la asociación.
<b>En caso de duda</b>	En el caso mexicano, la LFCE permite a los particulares realizar consultas a la Comisión Federal de Competencia.



# INDUSTRIA MUEBLERA

ENCUESTA DE COYUNTURA DEL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2009

El entorno económico para las empresas fabricantes de muebles en Jalisco mejoró relativamente en el último semestre del 2009 en comparación con el mismo periodo del año anterior, y sus participantes se mantienen optimistas respecto al comportamiento de su producción y ventas para el presente año.

Un estudio de coyuntura realizado en abril y mayo de este año entre el Sistema Estatal de Información Jalisco (Seijal) y la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco (Afamjal) encontró señales positivas en el mercado para este sector.

Para tal efecto se realizaron entrevistas directas a directivos de 150 empresas pertenecientes a la industria mueblera, con un nivel de confianza de 95%, con un margen de error por muestreo de +/- 5%. El principal objetivo del estudio era determinar el grado de afectación a las empresas de la industria de

muebles en Jalisco por la crisis económica en el segundo semestre de 2009 con relación al año anterior, así como las perspectivas de este grupo empresarial para el primer semestre de 2010.

Del entorno macroeconómico, se captó la opinión del empresario de si es favorable o no para los negocios en Jalisco, así como sobre la situación económica del país. Así mismo se les cuestionó si durante el segundo semestre se tuvo limitaciones, considerando los indicadores siguientes, señalando cuando afectan el desarrollo de las empresas o son una oportunidad:

- Apertura comercial
- Economía de Estados Unidos
- Demanda del mercado
- Entorno económico nacional
- Abastecimiento de materias primas

Además, con la aplicación del cuestionario se logró información del comportamiento y perspectivas de la producción de las empresas, del volumen de ventas y costos de producción. Se mencionan los siguientes rubros entre otros:

- Capacidad de producción
- Tipo de producto

A través de las entrevistas directas realizadas, se logró información sobre aspectos relevantes en las empresas de la industria.

- Nuevas inversiones
- Personal ocupado
- Personal contratado
- Nivel de salarios y prestaciones
- Expectativas de contratar nuevo personal para el siguiente año

## ENTORNO ECONÓMICO

El 42.6% de los entrevistados considera normal el entorno económico para los negocios en Jalisco; el 21.6% lo considera favorable.

El 39.8% de los industriales muebleros estiman que la situación económica del país será mejor en el 2009.

## PRODUCCIÓN

En cuanto al nivel de producción comparado con el mismo semes-

tre del año anterior, creció para un 29.2% de los encuestados, permaneció igual para el 26.1% y disminuyó para el 44.3%. El comportamiento promedio fue de una disminución del -7.0%.

La capacidad de producción utilizada en la industria durante el segundo semestre de 2009 fue de 66.6% en promedio.

## TECNOLOGÍA

El 22.4% menciona haber adquirido tecnología nueva este semestre. De esta el 35.7% es de Italia; 14.3%, de Alemania; 14.3%, de Estados Unidos; 14.3%, de Japón; 14.3%, de Taiwán, y 7.1%, de España.

La tecnología de la empresa es nacional en un 54.8% y del extranjero 45.2%. La tecnología extranjera es principalmente de Italia en un 25.7%; de Estados Unidos, 23.8%; de Alemania, 12.9%; Brasil, 11.9%; de Japón, 5.9%; de China, 5.0%; de Es-

paña, 5.0%; Taiwán, 3.0%; Asia, 2.0%; Indonesia, 1.0%, y Polonia, 1.0%

El 41.4% de los entrevistados consideran actualizada su planta productiva.

## VENTAS

El volumen de ventas creció para el 31.0%; permaneció igual para el 26.4%, y para el 42.5% disminuyó. En promedio el comportamiento fue decreciente en un -4.2%.

Los precios de venta para el 39.1% aumentaron; para el 54.0%, permanecieron igual, y para el 6.9%, disminuyeron. En promedio aumentaron un 3.0%.

El 34.8% de las ventas fueron locales; 22.9%, regionales; 38.5%, nacionales, y 3.8%, de exportación.

Los productos se distribuyen por medio de tiendas de ventas por catálogo el 6.2%; tiendas de autoservicio, 7.4%; marcas privadas, 4.8%; a mayoristas, 40.9%; a detallistas,

11.7%; venta directa al consumidor, 29.0%.

## COSTOS

Los costos aumentaron para el 77.9% de los encuestados, permanecieron igual para el 20.9% y bajaron para el 1.2%. En promedio el comportamiento de los costos fue de un incremento de 8.1%.

El incremento en costos es principalmente por el incremento en materia prima de 28.7%.

## INVERSIÓN

El 32.9% realizó inversión en este periodo. El 73.3%, fue en maquinaria y equipo; el 21.7%, en infraestructura; el 3.7%, en capital de trabajo, y el 1.2% en investigación y desarrollo.

El 22.4% realizará inversión en el 2009. Esta será en maquinaria y equipo en un 40.7%; en infraestructura, 14.8%; capital de trabajo, 7.4%.

## EMPLEO

El IMSS registro en diciembre de 2009 14 mil 852 trabajadores. Una disminución de 1.1% comparada con los 15 mil 015 de diciembre de 2008

Estructura del personal: 76.2% es de producción; 14.9%, es de administración, y 8.9% es de ventas.

A diciembre de 2009, el 22.6% de las empresas cierra con más personal que en junio de ese año; el 20.4%, con menos, y el 57.4%, con el mismo. Esto denota un incremento promedio del personal de la empresa de 11.4%.

Para el primer semestre del 2010 el 25.0% de las empresas consideran que aumentará su personal; el 60.4%, que permanecerá igual, y el 14.6%, que disminuirá. Como expectativa de comportamiento tenemos un aumento de 6.6% promedio.

## CAPACITACIÓN

Actualmente brindan capacitación a sus empleados el 80.5% de las empresas entrevistadas. El 27.5% de estos la proporcionan periódicamente, la proporcionan cuando se requiere el 49.3%, y un 36.2% al contratar personal. En el 83.1% de las empresas, la proporciona personal interno, y en el 37.3% otra institución.

El 43.0% requiere capacitación adicional a la que ya tiene.

La capacitación que ya tienen es principalmente en producción. La capacitación que requieren es principalmente en control de calidad y en producción.

## APOYOS

Al preguntarles qué tipo de apoyos necesita la empresa, el 67.9% mencionó financiamiento; un 50.6%, apoyo a eventos y exposiciones; un 29.6%, capacitación.

El 51.2% menciona conocer algún tipo de apoyo gubernamental que favorezca la competitividad de su empresa.

FOJAL resultó ser el más conocido. El 27.1% de los entrevistados han utilizado algún apoyo. FOJAL es el más utilizado.

## COMERCIO EXTERIOR

### Exportaciones

El 10.3% de las empresas entrevistadas exporta. El 88.9% de éstas considera ser exportadora consolidada y el 11.1% exportadora incipiente.

El 71.1% de las exportaciones fueron realizadas a países del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN); 24.4%, a América Latina y el Caribe; el 3.3%, a la Unión Europea, y 1.1%, a Asia.

De las empresas que no exportan, el 42.9% indica no hacerlo por desconocimiento; el 35.7%, por insuficiente capacidad instalada; el 24.3%, por los trámites que implica; el 15.7%, por falta de financiamiento; el 10.0%, porque no es rentable; el 7.1%, no cumple normas; el 4.3%, por falta de calidad; el 1.1%, por la falta de diseño.

Las exportaciones crecieron este semestre en comparación con el mismo del año anterior, para el 11.1%; para el 22.2%, permanecieron igual, y para otro 66.7%, disminuyeron. El comportamiento promedio manifestado es de una disminución del -21.1%.

### Importaciones

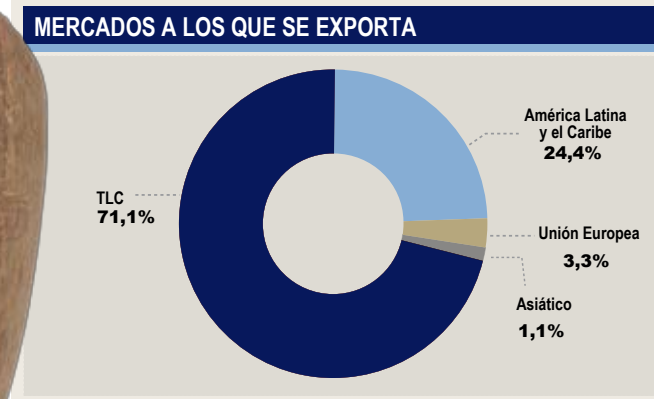
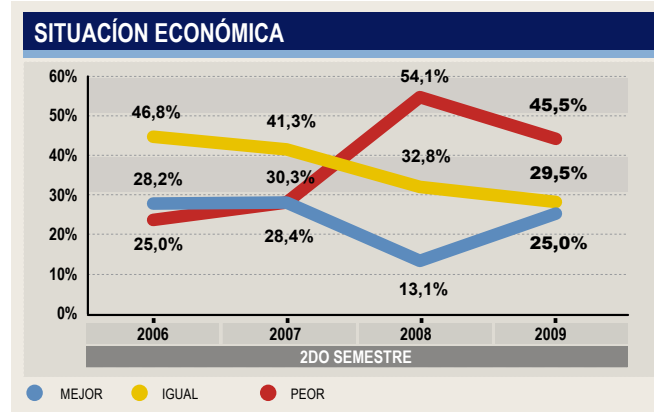
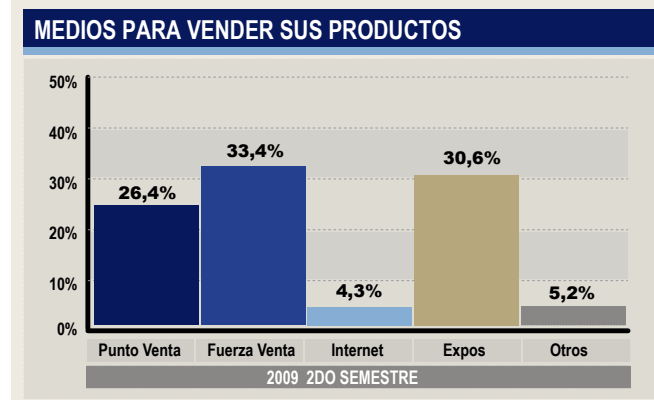
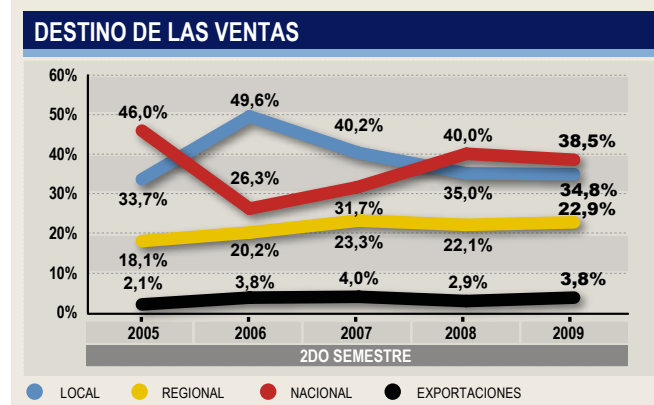
El 10.6% realizó importaciones en el periodo.

El 58.3% fue materia prima, de los cuales, fueron procedente de países miembros del TLCAN en un 42.9%; de Asia, en un 30.0%; de América Latina y el Caribe, un 14.3%, y de la Unión Europea, 12.9%.

El 16.7% de las importaciones fue producto terminado, procedente en un 50.0% del TLCAN, y un 50.0% de América Latina y el Caribe.

El 25.0% de las importaciones es maquinaria y equipo, y esta procede en un 36.7% del TLCAN, y el otro 63.3% de la Unión Europea.

Las importaciones crecieron para el 12.5%, permanecieron igual para el 75.0% y disminuyeron para el 12.5%. Como comportamiento promedio tenemos un incremento del 3.8%.





## COCULA

## HABITANTES:

25, 119 habitantes (2005)

## CULTIVOS PRINCIPALES:

Maíz, garbanzo, caña de azúcar.

## EMPLEOS FORMALES:

1,183 (IMSS, julio 2010)

## GASTRONOMÍA:

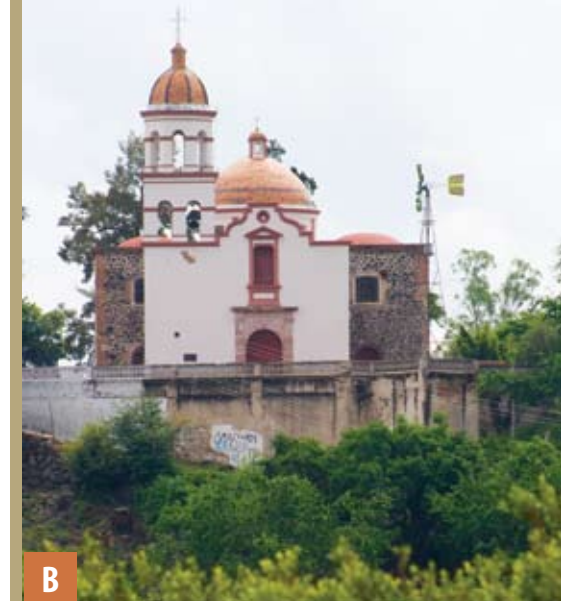
La comida típica es birria, el pozole, mole, tacos, sopes y comidas preparadas con pescado de carpí y tilapio. Bebidas: tequila y el mezcal. Dulces: de tamarindo, cajeta y leche.

## ARTESANÍA:

Destaca principalmente la talabartería y la elaboración de muebles típicos de madera productos de cera, pirotecnia, carrizo, diversos dulces tradicionales, y bordados.



A



B



C



D

# DE COCULA ES LA FERIA

## REGRESAN AL CENTRO DE LA CIUDAD LOS FESTEJOS A SU SANTO PATRONO SAN MIGUEL ARCÁNGEL

A sólo cerca de 50 kilómetros al suroeste de la Zona Metropolitana de Guadalajara, al borde de la carretera que lleva a Autlán de Navarro, se encuentra la ciudad de Cocula, uno de los poblados más conocidos a nivel nacional e internacional, por estar identificado como la cuna del mariachi, debido a una famosa canción del género que lleva el nombre del municipio.

Aunque para historiadores y lingüistas el origen del mariachi y del significado de la palabra todavía es parte de una discusión que no termina, para los coculenses no hay ninguna duda de que su pueblo es la verdadera cuna de éste, aunque no es precisamente su mayor orgullo.

Lo es en cambio la devoción por su santo patrono, San Miguel Arcángel, cuya celebración anual se convierte en el mayor evento cultural y religioso de la región.

Este festejo que se celebra cada 29 de septiembre consiste en una fiesta religiosa que dura exactamente lo que un novenario.

Este año, cuando se celebran 479 de la fundación de la ciudad, los festejos iniciarán el 25 de septiembre y terminarán el domingo 3 de octubre.

Juan Manuel Sevilla González, secretario particular del Presidente Municipal y coordinador de las direcciones de Cultura y Turismo del Municipio, destaca la dualidad que tiene la celebración en el poblado, ya que mientras que el Ayuntamiento se encarga de organizar

los eventos artísticos, la parroquia realiza los festejos religiosos.

Luego de que termina el novenario, la fiesta religiosa continúa por siete domingos más, correspondiente al mismo número de barrios que actualmente conforman a Cocula.

“Los domingos sacan al patrono a cada uno de los barrios. Se llevan la imagen al templo del barrio y en la noche se regresa la parroquia”, indica.

Para tal efecto se construyen ermitas, que son una especie de descansos o altares en los que se coloca a la figura de San Miguel Arcángel cuando se visita cada barrio y se hacen celebraciones vecinales con comida y música de mariachi.

Este año, además de las fiestas patronales, se llevará a cabo la Feria del Mariachi en el mes de diciembre, en el entorno del evento llamado Cocula 2010.

La principal actividad económica de la zona es la agricultura y ganadería. “Comenzamos a tener cierta actividad manufacturera, sobre todo en el corredor industrial 80”, refiere Sevilla González.

La mayor parte de la agricultura es de temporal. Los campesinos invierten en junio para las siembras. “La gente queda bastante gastada, luego en agosto viene la entrada a las escuelas, por lo que las fiestas de septiembre vienen a ser una especie de respiro económico, porque deja una buena derrama para las familias y la población en general”, advierte.

Sevilla González indica que la mayor parte de los puestos que se instalan en las ferias son de los mismos pobladores de Cocula, por lo que el pueblo se revitaliza económicamente durante esta época.

### DESDE LA COLONIA

El profesor Ángel Guardado, historiador de Cocula, refiere que los festejos comenzaron desde la fundación de la ciudad realizada por los franciscanos y desde entonces la celebración ha venido experimentando ciertos cambios con el paso de los años.

A partir del cierre del convento franciscano en 1885, debido a una bula papal, los festejos son encabezados por el clero secular, es decir, de la diócesis.

Desde su fundación, Cocula fue conformada por cuatro barrios: La Ascensión, San Pedro, Santiago y San Juan. En 1826 se construyó el templo de la Santa Cruz y las casas que se construyeron a su alrededor conformaron el barrio número cinco.

Desde la llegada del clero secular, los festejos patronales eran obligatorios e incluso se pasaba lista para corroborar que ahí se encontraban las cabezas de las familias coculenses, hasta que después de la Guerra de la Reforma dejó de serlo.

La visita a cada uno de los siete templos lleva el nombre de enamada. Según explica Ángel Guardado, las enamadas eran los espacios en que los indígenas cocas celebraban a sus dioses.

“Ellos celebraban en lugares llamados mixcoallis, donde danzaban y celebraban a sus dioses. Eran troncos con ramas verdes”, señala el historiador. El nombre se ha heredado para designar a las celebraciones religiosas actuales.

Guardado enfatiza que con la llegada de los españoles, los grupos musicales indígenas comenzaron a adoptar los instrumentos de los colonizadores, integrados por guitarras, vihuelas y violines, entre otros.

Guardado es partidario de la teoría de que el nombre de mariachi no proviene ni del francés marriage (matrimonio), ni de un cántico religioso colonial que repetía el término “María ce son”, sino de la expresión Mar-ia-chi (que significaría “personaje que extra sonidos de la madera”, en alusión a los instrumentos musicales prehispánicos).

Refiere que en el barrio más tradicional, que es el de la Ascensión, se siguen practicando las danzas indígenas precolombinas religiosas, pero esta vez en honor de San Miguel Arcángel.

Otra tradición musical de Cocula, que no fue sustituida por la popularidad del mariachi, es la del conjunto llamado Banda Santa Cecilia, que este año cumple 110 años de

haber sido fundado, y va a ser conmemorado en el Museo de las Artes Populares, en donde se exhibirán fotos antiguas y objetos de la banda.

### ACTUALIDAD

Con el crecimiento de Cocula se constituyeron dos nuevos barrios (Lázaro Cárdenas y Villa de Cáceres) cada uno de ellos con sus propios templos, lo cual ocasionó que los festejos se alargaran para que la imagen del patrono los visitara a todos.

En promedio, todos los días asisten entre tres mil y cuatro mil personas a los festejos en honor de San Miguel Arcángel. “Pero este año creemos que van a llegar 30 por ciento más, por la inversión que estamos haciendo en eventos”, señala Sevilla González.

Los visitantes llegan de pueblos circunvecinos y coculenses que viven en otras ciudades, como Guadalajara, y algunos paisanos que residen en Estados Unidos.

Entre las novedades que tiene la feria para este año destaca el hecho de que los festejos regresan al Centro de la ciudad. Durante la anterior administración se realizó en las instalaciones de la unidad deportiva.

“Para algunos fue muy bueno (que el festejo tuviera un recinto especial), pero las encuestas de vecinos y gente que vive en el extranjero nos dicen que la mayoría quería que se siguiera la tradición y se hiciera en el Centro”, asegura.

El presupuesto para la fiesta es de alrededor de un millón 200 mil pesos, que serán financiados por patrocinadores, debido al recorte de participaciones de origen federal al erario de Cocula.



San Miguel Arcángel, santo patrono de Cocula. Durante las celebraciones, cada domingos su imagen es llevada a alguno de los barrios y por la noche regresa a la parroquia.

### A. Plaza Principal

Al fondo la parroquia donde se encuentra la imagen de San Miguel Arcángel.

### B. La Iglesia de la Santa Cruz

Arriba de una colina con una vista panorámica de la región.

### C. Los Portales

Aquí se albergan las oficinas principales del Ayuntamiento.

### D. Los Arcos

Es el acceso principal, en su fachada se puede leer Cuna Mundial del Mariachi.

### MAS INFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA DE COCULA EN [www.seijal.gob.mx](http://www.seijal.gob.mx)

Servicios y productos: herramientas: cédulas municipales



El Presidente Municipal de Cocula, Héctor Jesús Castillo Andrade asegura que el presupuesto para la fiesta es de alrededor de un millón 200 mil pesos, que serán financiados por patrocinadores. Con ello se espera atraer una mayor afluencia con espectáculos de gran calidad.



\* La lista de organizaciones que aparece a continuación es una selección al azar. Si su organización desea aparecer pongase en contacto con nosotros al correo: relaciones.externas@jalisco.gob.mx.

## ENLACE GUBERNAMENTAL

**Despacho del C. Gobernador**  
T: (0133) 36681800  
[www.jalisco.gob.mx](http://www.jalisco.gob.mx)

**Contraloría del Estado**  
T: (0133) 36681622  
<http://contraloria.jalisco.gob.mx>

**Procuraduría General de Justicia del Estado de Jalisco**  
T: (0133) 38376000  
<http://pgj.jalisco.gob.mx>

**Procuraduría Social**  
T: (0133) 30302901  
<http://procuraduriasocial.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Administración**  
T: (0133) 38182802  
<http://secadmon.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Cultura**  
T: (0133) 39421200  
<http://cultura.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Desarrollo Humano**  
T: (0133) 39421213  
<http://desarrollohumano.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Desarrollo Rural**  
T: (0133) 38262035  
<http://seder.jalisco.gob.mx/index>

**Secretaría de Desarrollo Urbano**  
T: (0133) 38192300  
<http://sedeur.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Educación**  
T: (0133) 38192701  
<http://educacion.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Medio Ambiente para el Desarrollo Sustentable**  
T: (0133) 38808258  
<http://semades.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Finanzas**  
T: (0133) 36681701  
<http://sefin.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Planeación**  
T: (0133) 38192375  
<http://seplan.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Promoción Económica**  
T: (0133) 30302000  
<http://seproe.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Salud**  
T: (0133) 30305000  
<http://ssj.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Seguridad, Prevención y Readaptación Social**  
T: (0133) 36687997  
<http://seguridad.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Turismo**  
T: (0133) 36681602  
<http://visita.jalisco.gob.mx>

**Secretaría de Vialidad y Transporte**  
T: (0133) 38192404  
<http://svt.jalisco.gob.mx>

**Secretaría del Trabajo y Previsión Social**  
T: (0133) 30301000  
<http://trabajoyps.jalisco.gob.mx>

## ENLACE EMPRESARIAL

**AMECE**  
T: (52) 33 3641-5380  
[www.wisenet.com.mx](http://www.wisenet.com.mx)

**Consejo Agropecuario de Jalisco, A.C.**  
T: (0133) 38107056  
[www.caj.org.mx](http://www.caj.org.mx)

**Consejo Mexicano de Comercio Exterior**  
T: (0133) 38106047  
[www.comcecoctc.org.mx](http://www.comcecoctc.org.mx)

**Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara**  
T: (0133) 38809090  
[www.canacogdl.com.mx](http://www.canacogdl.com.mx)

**Centro Empresarial de Jalisco**  
T: (0133) 38184100  
[www.coparmexjal.org.mx](http://www.coparmexjal.org.mx)

**Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco, A.C.**  
T: (0133) 33433800  
[www.cci.org.mx](http://www.cci.org.mx)

**Cámara de Aceites y Proteínas de Occidente**  
T: (0133) 36163080  
[capo1911@prodigy.net.mx](mailto:capo1911@prodigy.net.mx)

**Cámara de la Industria Alimenticia de Jalisco**  
T: (0133) 38104177  
[www.ciaj.org.mx](http://www.ciaj.org.mx)

**Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas**  
T: (0133) 33433822  
[www.canagraf.org](http://www.canagraf.org)

**Cámara Textil de Occidente**  
T: (0133) 38535005

**Cámara Regional de la Industria de la Curtiduría en Jalisco**  
T: (0133) 36380946

**Dirigentes de Empresas y Mercadotecnia de Gdl. A.C.**  
T: (0133) 31 22 50 30

**Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco**  
T: (0133) 38240728  
[www.cicej.com.mx](http://www.cicej.com.mx)

**Cámara Regional de la Industria de la Transformación**  
T: (0133) 32680000  
[www.careintra.org](http://www.careintra.org)

**Cámara Regional de la Industria del Hule y Látex**  
T: (0133) 36135420  
<http://www.cihulinnox.com.mx>

**Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción**  
T: (0133) 36157212  
[www.cmic.org](http://www.cmic.org)

**Cámara Nacional de la Industria del Vestido**  
T: (0133) 31226897  
[www.canaive.com](http://www.canaive.com)

**Cámara Nacional de la Industria Maderera**  
T: (0133) 36141376  
[cnim1@df1.telnet.net.mx](mailto:cnim1@df1.telnet.net.mx)

**Cámara de la Industria Mueblera del Estado de Jalisco**  
T: (0133) 31213950  
[www.cimejal.com](http://www.cimejal.com)

**Cámara de la Industria Metálica de Guadalajara**  
T: (0133) 31228730  
[cimeg@cybercable.net.mx](mailto:cimeg@cybercable.net.mx)

**Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión**  
T: (0133) 31221922  
[www.cirt.com.mx](http://www.cirt.com.mx)

**Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico**  
T: (0133) 36161920

**Expo Guadalajara**  
T: (0133) 33433000  
[www.operadoradeferias.com](http://www.operadoradeferias.com)

**ENLACE UNIVERSITARIO**

**Universidad de Guadalajara**  
T: (0133) 31341678  
[www.udg.mx](http://www.udg.mx)

**Universidad Autónoma de Guadalajara**  
T: (0133) 36488824  
[www.uag.mx](http://www.uag.mx)

**Universidad del Valle de Atemajac**  
T: (0133) 31340800  
[www.univa.mx](http://www.univa.mx)

**Universidad Panamericana**  
T: (0133) 36271550  
[www.up.mx](http://www.up.mx)

**ITESO**  
T: (0133) 36693434  
[www.iteso.mx](http://www.iteso.mx)

**Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas**  
T: (0133) 36271550  
[www.ipade.mx](http://www.ipade.mx)

**Tecnológico de Monterrey**  
T: (0133) 36693010  
[www.itesm.mx](http://www.itesm.mx)

**Universidad del Valle de México**  
T: (0133) 31340800  
[www.univa.mx](http://www.univa.mx)

## ENLACE EJECUTIVO

**Asociación de Hospitales Particulares de Jalisco AC**  
T: (0133) 32802541  
[www.asociacionhospitales.org](http://www.asociacionhospitales.org)

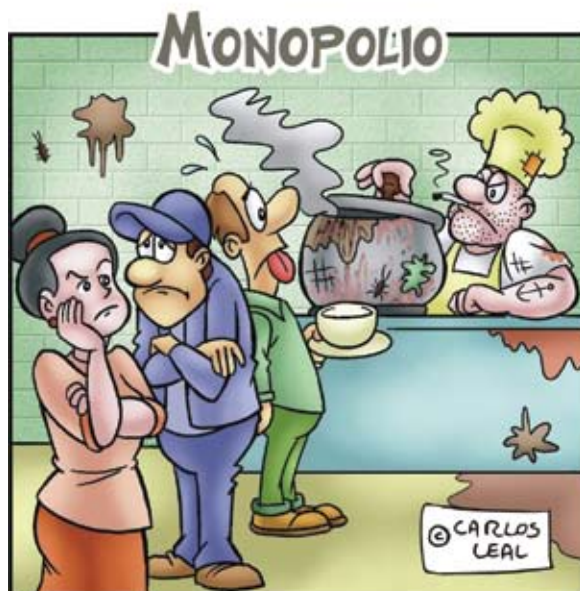
**Consejo Regulador del Tequila**  
T: (0133) 10001900  
[www.crt.org.mx](http://www.crt.org.mx)

**El Colegio de Jalisco**  
T: (0133) 36330772  
[www.coljal.edu.mx](http://www.coljal.edu.mx)

**Club de Industriales de Jalisco**  
T: (0133) 36151010  
[www.clubdeindustriales.com](http://www.clubdeindustriales.com)

**Asociación de Hoteles y Moteles de Jalisco**  
T: (0133) 31227544

## COCINA ECONÓMICA



<http://carlosleal.blogspot.com>



e-mail: [carlosleal@iteso.mx](mailto:carlosleal@iteso.mx)

# 8 de cada 10 empleos son generados por empresas como

# PEPE Y TOÑO

## Así todos salimos ganando

[pepeytono.com.mx](http://pepeytono.com.mx)

Consejo de la Comunicación  
Voz de las Empresas





# Entregan estímulos económicos a investigadores

SEÑALA ALONSO ULLOA QUE PRETENDEN IMPULSAR LA INVESTIGACIÓN EN JALISCO



**D**urante una ceremonia realizada en la Plaza del Software, el Secretario de Promoción Económica, Alonso Ulloa Vélez, entregó estímulos por casi cuatro millones y medio de pesos a 60 investigadores jaliscienses y reconocimientos a otros 140 miembros honoríficos que pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores.

El propósito de estos estímulos es reconocer la labor científica y tecnológica que realizan hombres y mujeres jaliscienses y promover que sigan preparándose para continuar con su labor productiva en el estado.

Las áreas de investigación premiadas corresponden a diversas áreas: ciencias de la vida, ciencias agropecuarias, ciencias de la salud, biotecnología, economía, sociedad, medicina, entre otras.

Durante el evento, el director del Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología (Coecytjal), Francisco Medina Gómez, advirtió del envejecimiento de los actuales miembros del sistema, lo que a su juicio provocará riesgos de largo plazo.

“La edad promedio de los investigadores del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) es del orden de los 51 años, lo cual es preocupante, porque nuestro país es de jóvenes, la edad promedio es de 25 años, y éste solo dato demuestra que México no está renovando sus cuadros de investigadores y la demografía, que es implacable, nos va a pasar la factura tarde que temprano”, comentó el director de Coecytjal.

Por su parte, Ulloa Vélez destacó el creciente papel que realiza el gobierno estatal en este rubro, ya que mientras en el 2006 Jalisco invirtió 16 millones de pesos, para el 2010 fue de 300 millones.

Resaltó que Jalisco es la capital de la alta tecnología, con una producción superior a los 12 mil millones de dólares.

RECONOCIMIENTOS Y ESTÍMULOS			
CATEGORÍA	MONTO ANUAL	ESTÍMULOS OTORGADOS	MONTO TOTAL
Asistente de Investigación	38,347,20	20	\$766,944.00
Investigador Estatal Joven	76,694,40	24	\$1,840,665.60
Investigador Estatal Asociado	115,041,60	16	\$1,840,665.60
Investigador Honorífico	-	141	Reconocimiento
TOTAL	-	201	\$4,448,275.20



Grupo

EL VALOR DE LA VERDAD  
**Ocho Columnas**

Beneficios por más de \$2,000.00

\*Aplican restricciones. Hasta agotar existencias.

# Suscríbete

y recibe la tarjeta



Donde obtendrás grandes beneficios en los restaurantes..

Talento Cocina Fuzión ° Adobe Martha Figueroa  
La Diablita Cantina ° La Mar Restaurante-Bar  
Dalí, Restaurante-Bar ° De Santos, Restaurant-Bar  
¿Qué Pacho? Restaurante-Bar

Más de 250 platillos preparados por expertos, gran variedad en sabores, texturas, aromas y los más selectos vinos.

16 chefs internacionales trabajando para darte gusto, el ambiente que más disfrutas y lo mejor de todo pagando menos que los demás.

*¡Solo elige en cuál de nuestros restaurantes deseas comer hoy!*

Suscripción anual

**\$1,500**

**Suscríbete al 3648 8044**



¡NUEVO SITIO!

www.seijal.gob.mx

Ahora es más sencillo navegar y consultar la información económica del Estado.

Estadísticas

Indicadores

Publicaciones

Herramientas



Encuestas

Noticias

Eventos

Análisis

Decisiones con Información

BUSCA LA REVISTA STRATEGOS en línea

Un producto de OSEIJAL GOBIERNO DE JALISCO