

# STRATEGOS

[Decisiones con información]

WWW.SEJAL.GOB.MX  
SISTEMA ESTATAL DE INFORMACIÓN

**CIDIJAL,**  
VISION AL FUTURO  
INDUSTRIAL

**ZAPOTLANEJO,**  
UNA OPCION  
INNOVADORA

**JUEGOS  
PANAMERICANOS,  
¡A CELEBRAR!**

**MACKECH,**  
ÉXITO DE  
ORIGEN MAYA

**EMPREENDEDORES,  
HACE DEL DISEÑO  
UN NEGOCIO**

## INDUSTRIA DE **LA MODA**

LA CONQUISTA DEL VALOR AGREGADO

# STRATEGOS

Decisiones con Información

En línea

Disfruta de este o cualquiera de nuestros números.

Accede a la sección de productos en nuestra página web



Un producto de SEIJAL



**STRATEGOS**  
[Decisiones con información]

\*NÚM. 12 ENERO.FEBRERO.2011

**SEIJAL**  
GOBIERNO DE JALISCO



EN PORTADA:  
Consejo de la Moda  
Fotografía:  
Adrián Lagos

{CONTENIDO}

## SINERGIA QUE GENERA VALOR

Al Consejo de la Industria de la Moda lo forman cuatro industrias que dejan atrás lo tradicional: Vestido, Calzado, Textil y Joyería, en un ejemplo de unión en beneficio del crecimiento de una beta con gran potencial, el valor agregado.



PAG 10

- 5 A celebrar la Fiesta de las Américas  
Panamericanos renovación y capacitación para las Micros y Pymes  
**ESPECIAL**
- 6 Zapotlanejo una opción innovadora  
Vanguardia en turismo, innovación agropecuaria y restructuración urbana.  
**CULTURA**
- 8 Hecho en Jalisco: la industria del vestir  
Con empresarios de vocación hasta la médula genera el 4.2% nacional de empleos  
**ANÁLISIS**
- 9 Minerva Fashion e Intermoda  
Diseño mexicano en escarpatas internacionales  
**EVENTO**
- 10 Con paso firme en la pasarelas  
Dejan atrás lo tradicional para transformarse en el sector moda  
**ESPECIAL**
- 17 Geraldina Vega de Herrera  
El desarrollo de marca fue la clave de su éxito  
**LÍDER**
- 19 Benito Santos: Diseñador con visión  
Ve en la moda unidades múltiples de negocio  
**EMPRESAS**
- 20 Alejandra Aceves: vendiendo deseos  
Apostó por el diseño y ganó status como empresa  
**EMPRESAS**
- 21 El Cidijal, un proyecto de vida industrial  
Apoyo al empleo en el sector Textil-vestido  
**TECNOLOGÍA**

WWW.SEIJAL.GOB.MX

**SISTEMA ESTATAL DE INFORMACIÓN**  
JALISCO



### POBLACIÓN OCUPADA

NACIONAL / JALISCO

Año	Nacional	Jalisco	Part. Nal.
2008	43,255,617	2,961,189	6.85 %
2009	44,535,314	3,090,753	6.94 %
2010 III Trm	44,480,562	3,073,650	6.91 %

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

### TASA DE DESEMPLEO

NACIONAL / JALISCO

Año	Nacional	Jalisco
2008	4.3	4.1
2009	5.3	5.0
2010	5.4	6.0

Fuente: ENOE

### INVERSIÓN

JALISCO (MILLONES DE DÓLARES)

Año	Total	Var.
2009	2,132.17	-40.96 %
2010	2,734.84	28.27 %

Fuente: SEPROE

### INFLACIÓN

NACIONAL / Z.M.G.

Año	Acumulada Nacional	Acumulada ZMG
2008	6.53	5.33
2009	3.57	3.93
2010	4.40	4.99
ENE/2011	0.49	0.49

Fuente: Banco de México

### COMERCIO EXTERIOR

NACIONAL (MILLONES DE DÓLARES)

	2009	2010
Exportaciones	229,783.03	298,361.16
Importaciones	234,384.97	301,481.82

### JALISCO (MILLONES DE DÓLARES)

	2009	2010
Exportaciones	24,498.14	30,285.77
Importaciones	29,972.04	37,119.77

Fuente: SEIJAL

### PIB

NACIONAL / JALISCO (MILLONES DE PESOS A PRECIOS 2003)

Año	Nacional	Jalisco	Part. Nal.
2007	8,359,312	563,086	6.74 %
2008	8,487,137	567,302	6.68 %
2009	7,977,300	529,583	6.64 %

### PIB PERCAPITA

NACIONAL / JALISCO (PESOS)

Año	Nacional	Jalisco
2007	102,275	98,814
2008	110,859	104,685
2009	105,526	102,675

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



## Estimado lector

Desde hace ya muchos años se viene hablando de la industria "tradicional" de Jalisco. Esta industria incluía entre otros al sector calzado, confección, joyería, textil, metal mecánico, alimenticio, maderas, muebles y cuero; industrias claramente definidas por el principal insumo y materia prima.

Sin embargo, con la apertura comercial, ésta industria se vio fuertemente competida, es especial por mercancía de origen asiático. La preocupación más grande versó sobre producir al menor costo posible, con salarios bajos, poca inversión en diseño y con márgenes de utilidad mínimos o nulos.

Hoy en nuestro Jalisco, la industria tradicional renace con el sector moda, el cual mediante la innovación y el diseño, les permite competir en mercados internacionales. Surgen marcas de prestigio hechas en Jalisco, hoy sinónimo de moda.

Tres significativos representantes de la moda jalisciense comparten con nosotros el éxito de su trayectoria, sus experiencias y humanismo. Con gran orgullo para nosotros tenemos para esta edición la participación de la Sra. Geraldina Vega de Herrera, fundadora de Mackech y los exitosos diseñadores Alejandra Aceves y Benito Santos.

Que esta edición inspire sus estrategias empresariales por la brecha que la industria de la moda representa: innovación, investigación y diseño.



**Eduardo Antonio Paz**  
DIRECTOR GENERAL  
Sistema Estatal de Información Jalisco  
[eduardo.paz@jalisco.gob.mx](mailto: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**  
José Rubén Alonso González

**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 Sivilla

**Editora**  
Isis Rodríguez  
**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  
María Fernanda Bringas Valenzuela

**Análisis**  
Thelma Molina Tristán  
José de Jesús Andrade Hernández  
Ulises Viramontes Llamas  
Miguel Ángel Quijas 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](mailto:relaciones.externas@jalisco.gob.mx)

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

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.



# A CELEBRAR LA FIESTA DE LAS AMÉRICAS

Los juegos Panamericanos realizados cada 4 años forman parte del Movimiento Olímpico y su ciclo, pero para los micros, pequeños y medianos negocios, además son la oportunidad para mejorar imagen y asegurar una parte de la derrama económica.

Hace medio siglo se llevó a cabo la primera edición de los juegos en Buenos Aires; México ha sido anfitrión en dos ocasiones, Ciudad de México 1955 y 1975. La Organización Deportiva Panamericana (Odepa) es la organización que gobierna los juegos con 42 países miembros, pero el responsable de organizar, operar, comercializar y difundir la décimo sexta edición de los juegos Panamericanos es el Comité Organizador de los Juegos Panamericanos Guadalajara 2011 (Copag), un organismo público descentralizado del Municipio de Guadalajara, creado en el año 2006, tras la designación de la ciudad como sede oficial.

A raíz de los juegos Panamericanos, Copag y el Comité Olímpico Mexicano (COM) decidieron fusionarse en su estructura comercial y de mercadotecnia durante el ciclo comprendido entre el 2009 y 2012, para ofrecer a empresas, instituciones y organizaciones la oportunidad de vincularse de manera integral con el Movimiento Olímpico en México.

La llamada "Fiesta de las Américas", será un motivo de celebración además por la actividad económica que representa; la Secretaría de Promoción Económica fomentará la sinergia con Pymes y micro empresas que se pueden beneficiar de éste evento para renovar sus negocios y capacitar a su personal.

Los incentivos a los negocios no se cerrarán a los ubicados en el Centro Histórico de Guadalajara, en los diferentes programas de apoyo se incluyen desde taxistas, ferreterías hasta restauranteros e irán hasta por 5000 pesos de apoyo, dedicados principalmente a la renovación de imagen y la capacitación en mejores prácticas y servicio al cliente.

El motivo según Sproe es que les permita tener un incremento en ventas y un posicionamiento derivado de la derrama económica que generará el evento. A estos programas se han sumado Cámaras como la Coparmex, la Cámara de la Industria del Vestido y de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC).

El apoyo será para el uso de la imagen oficial de Juegos Panamericanos, la capacitación en temas como Planeación, finanzas, identidad e imagen, ventas, operación, indicadores, responsabilidad social y ecológica para las empresas y para pequeños negocios se impartirán familia, finanzas, mercado y operaciones.

Para la renovación de imagen, se buscará remodelar o equipar a los negocios participantes para brindar un mejor servicio hasta con \$5,000.00 para mobiliario, equipo (refrigeradores, básculas, hornos, cafeteras, copadoras, etc.) y remodelación compra de pintura, piso, cal, cemento, arena, anuncios del exterior del negocio, ampliación de baño, enjarres, lámparas entre otros.

La misión es hacer Panamericanos a todos los tapatíos, al integrarlos al proyecto y a la imagen del mismo se pretende que el turismo que generarán los Juegos se identifique y tenga la confianza de adquirir los bienes y servicios soportados por la organización del evento.

### PANAMERICANOS EN NÚMEROS

<b>42</b>	naciones de América
<b>28</b>	Deportes de programa Olímpico
<b>7</b>	Deportes de Programa Panamericano
<b>16</b>	Nuevos estadios
<b>5700</b>	atletas
<b>15000</b>	voluntarios
<b>2000</b>	delegados
<b>80000</b>	proveedores
<b>500</b>	Horas de transmisión televisiva
<b>1.5</b>	De espectadores por sitio
<b>1000</b>	Millones de tele-espectadores

### Emplean a jóvenes talentos en animación

La Secretaria de Promoción Económica designó el apoyo a los proyectos concernientes a los Juegos Panamericanos, entre ellos la realización de una película animada.

Este proyecto generará 150 empleos entre especialistas en producción audiovisual y software de diseño para el proyecto "son más empleo de los que una PYME puede generar en 20 años", señala Adalberto Flores, director de Desarrollo de DreamSky Animation Studios, compañía detrás de la producción.

La película a estrenarse en cines durante octubre de 2011 será posteriormente vendida en DVD, con la comitiva de que las mismas caricaturas tengan éxito, se recupere la inversión y dejen utilidad.



Buscando despuntar sus fortalezas y aprovecharlas para generar una mejor vida a sus habitantes, las áreas de turismo, aprovechamiento del campo, innovación agropecuaria y restructuración urbana son las puntas de lanza que el municipio saca para posicionarse como los mejores.

Es la cuna del vestir, aunque posee otras características como las artesanías de cantera gris, en su mayoría exportadas, ser autor de las tostadas raspadas y el borrego al pastor, haber sido la sede de una de las batallas más emblemáticas de la guerra de independencia, en El Puente de Calderón; es tierra de la única Santa mexicana, la madre Naty y casa de la actual reina de belleza de la Región Altos, pero hoy este municipio se reinventa para posicionarse a nivel estatal.

Encabezando el posicionamiento en desarrollo, actualmente es el primer lugar estatal en separación de residuos sólidos urbanos, segundo lugar en tratamiento de aguas residuales y primer lugar en uso de aguas tratadas, también a nivel estado, según Martha Rut del Toro Gaitán Secretaria de Medio Ambiente Para el Desarrollo Sustentable (Semades)

En un fin de semana cualquiera, difícilmente se podrán encontrar por la calle principal, Guadalupe Victoria, espacios para caminar; la gente en un vaivén acompasado ostenta las bolsas de sus compras, ésta calle el mes de diciembre se cierra para la venta masiva a visitantes de todo el país e incluso del extranjero, Josué Arana, encargado del área de turismo, asevera que en temporada alta de ventas, circulan al menos 300 mil visitantes.

En éste municipio todo el año hay fiesta, en enero se conmemora la batalla del Puente de Calderón, en abril el aniversario del municipio, mayo tiene a la expo feria ganadera, septiembre a las fiestas patrias, aunque las fiestas patronales son en octubre 7, fecha en la que las peregrinaciones de Nuestra Señora del Rosario no se hacen esperar, se acompañan del novenario para anteceder toda una semana de fiesta, banda, juegos pirotécnicos y verbena popular.

Turísticamente ésta cabecera municipal tiene opciones para todos desde ecoturismo hasta turismo religioso. Para aprovechar el buen clima y la naturaleza, la belleza del legendario paisaje del Puente de Calderón, se complementa con un plan de recreación en el Parque Bicentenario, donde terrazas, asadores y una tirolesa con un circuito de 4 líneas se preparan para recibir al visitante entre cascadas y un río artificial.

Conectando ésta área con un parque escultórico en el que 11 artistas exponen permanentemente su obra, existe un parque lineal con gimnasios públicos, skate parks (áreas de patinaje) y una pista de jogging que desemboca en el Camino Real, empedrado que lleva al Puente de Calderón, donde se puede dis-

# Zapotlanejo mucho más que industria textil



La explanada de la presidencia municipal, recientemente remodelada, ofrece al turista respiro durante sus compras.



Ingreso principal a Zapotlanejo.



Parque Bicentenario, ubicado junto al legendario Puente de Calderón, conectado al Parque Escultórico por el Camino Real.

frutar de cabalgatas nocturnas con antorchas y próximamente de paseos en carroza que permitan disfrutar el paisaje con iluminación y bancas públicas.

A partir del 2009, otro atractivo turístico es el altar de muertos, que el año pasado se coronó como el más grande del mundo, desde el andador reforma hasta la explanada de la presidencia, de la casa de la cultura. Miles de flores y veladoras custodiadas por catrinas de dos metros vestidas de revolucionarios e insurgentes ad hoc con el bicentenario.

Uno de los proyectos de promoción económica del municipio es "La ruta Alteña de la Mexicanidad", en la que 11 municipios: Zapotlanejo, Tototlán, Atotonilco, Ayotlán, Jesús María, Arandas, San Ignacio, Cerro Gordo, Valle de Guadalupe, Tepatitlán y Acatic, aprovecharán la producción de agave y tequila de la región de los altos para traer visitantes.

El proyecto integra una ciclo vía similar a la ruta verde en Canadá. La vía comprende 300 km y cada municipio contará con una ruta interna para ofertar la riqueza de cada municipio, ésta estrategia se presentará al Fondo Complementario para el Desarrollo Regional (Fondereg) como proyecto ejecutivo y según comenta José Carmen Ramírez Ochoa, director de gestión, desarrollo rural y ecología de Zapotlanejo, ya cuenta con el apoyo de las Secretarías de Cultura, Turismo, Planeación, Promoción Económica y Medio Ambiente.

Además de la manufactura textil, Zapotlanejo cuenta con la fabricación de carrocerías de autobuses, una cromadora, una fábrica de muebles y una de botones de última tecnología que ha venido a sustituir las importaciones, recientemente se ha reactivado el parque industrial, anteriormente de Iproveipe (Inmobiliaria y Promotora de Vivienda de Interés Público del Estado de Jalisco) y hoy de empresas como Coca Cola y Sello Rojo.

La innovación agropecuaria que realiza este municipio agrupa tres grandes proyectos, impulsar los cultivos orgánicos, acciones estratégicas para el sector caprino y ovinocultor.

Hablando de los cultivos orgánicos, se buscará impulsar a un productor local de gran éxito en el extranjero, cuyo crecimiento dará empleos en el campo para una de las zonas de mayor marginación en el municipio. Dicho productor trabaja con una hectárea y va por la segunda, ya que desarrolló una técnica propia con fertilizantes orgánicos certificados en Japón, Estados Unidos y Europa que lo han llevado a tener una sobredemanda de producto. "Es un polo de desarrollo interesante



Jacqueline Morales Pérez, Señorita Turismo Region los Altos 2010.



La charrería, tradición arraigada en esta región y atractivo para la Ruta de la Mexicanidad.



El folclor es pieza de la celebración de la Batalla del Puente de Calderón, conmemorada en el mes de enero.

por el clima, la solución del campo se ve por esta vía, con empresarios de calidad y buena administración que se metan al campo, buscaremos hacer un agroparque", declaró José Ramírez Ochoa.

En la rama ovina el municipio trabaja por la industrialización, la creación de un rastro, donde la carne se empaquete. A esto se le suma la producción de una raza nueva de borregos con más carne y mayor capacidad de reproducción que está buscando regis-

ZAPOTLANEJO	
Porcentaje de empresas de la industria del vestido de Jalisco	9%
Habitantes	55,827
Derechohabientes del IMSS	13,311
Porcentaje de trabajadores permanentes y eventuales urbanos que pertenecen a la industria manufacturera de la transformación	45.4%

Fuente: SEIAT

trarse. Mientras que para los productores de caprinos se fomenta la producción de leche, hoy vendida a fabricantes de dulces pero que esperan poder procesar y comercializar pasteurizada para el consumo.

Con un movimiento netamente emprendedor, también se buscará que la zona Santa Fe, con vocación a la fabricación de productos lácteos, se procesan 60 y 80 mil litros diarios de leche, por sus características calles laberinto, se convierta en pueblo Mágico y fomente la venta de su producción de quesos.

El director de gestión, desarrollo rural y ecología de Zapotlanejo asevera que están

caminando con pasos estratégicos para enfrentar los retos que representa la modernidad "Ahorita estamos en competencia desigual por las importaciones chinas, luchamos por recuperar el espacio perdido; llevamos asesorías acerca de innovación, diseño de una marca propia y la incursión en un nicho específico con el lteso. No haremos competencia con la ropa china, sino con valor agregado que nos identifique a nivel internacional como ropa de Zapotlanejo", aseveró.

La Macro Plaza, es una muestra de la estrategia de buscar otro mercado;son 11 hectáreas, 5 de ellas construidas, en las que 100 comerciantes buscaron crear una alternativa para la venta de ropa local "somos un grupo organizado de 100 comerciantes, buscamos brindar una mayor comodidad a la gente que nos visite, que tenga mayor espacio, contar con estacionamiento, baños públicos y buscar una estrategia comercial de promoción diferente para el municipio", comentó Ignacio López Venegas, ex presidente del Grupo de los Cien, fundadores de éste proyecto.

Apoyados en la fase inicial por el Gobierno del Estado con la Secretaría de Economía, la Macro Plaza hoy cuenta con 108 locales en un corredor de seis metros de ancho techados y acondicionados para personas con discapacidad. A éstas acciones se suman estrategias de promoción como pasarelas en las calles que promuevan las marcas locales. Sin duda la mentalidad propositiva es constancia de una renovación del municipio que hay que ver.

# Hecho en Jalisco:

## la industria textil y del vestido es de corazón jalisciense

La industria textil de Jalisco se caracteriza por empresarios con verdadera vocación, comprometidos con su estado y con las familias que de ellos dependen. Poseen verdaderas oportunidades y son una parte fundamental de la economía jalisciense, además cabe destacar que su capital es en el 99% de los casos, netamente nacional.

El PIB jalisciense es casi una cuarta parte manufacturero, 23% según el INEGI, ésta industria tuvo una tasa media de crecimiento de 4.92% al alza. La manufactura no sólo es la que más trabajos ofrece a nivel estatal, también concentra el 19.85% de la actividad económica del estado; La industria textil de Jalisco representa el 4.42% de esa manufactura y genera 2% de los empleos a nivel nacional.

Jalisco es el sexto estado con más empresas productoras en la industria del vestido, con el 5.9% del total nacional. Dicha industria ocupa el octavo lugar como generadora de empleos, con el 4.2% del total nacional, hay 17 empleados por empresa en promedio.

Los jaliscienses gastan más por hogar en ropa que el promedio nacional, con un total de 1134.96 pesos cada trimestre.

En el 2008 Jalisco contaba con un 8% en promedio de los trabajadores asegurados a nivel nacional, de los cuales el 1% se dedica a la industria del vestido

Guadalajara, Lagos de Moreno, San Miguel el Alto, Zapopan, Zapotlán del Rey y Zapotlanejo concentran el 71% del empleo en la industria del vestido total. La perla tapatía y San Miguel el Alto son los municipios con mayor

producción textil del estado con un 28% y 15% respectivamente. Mientras que Lagos de Moreno, San Miguel el Alto y Ayotlán, fueron los de mayor crecimiento con 203%, 144% y 103% respectivamente.

Desde hace cinco años se duplicaron los municipios con Unidades Económicas dedicadas a la producción de la industria del vestido, pasando de 16 a 30, lo que significa un crecimiento de 3.13% en unidades económicas. Sin embargo en los municipios que ya contaban con unidades económicas se puede observar una disminución de empresas dedicadas a la industria del vestido.

Las importaciones, el 2008 el 50.9% ingresó del Bloque Asiático y 17.9% de la Unión Europea. Ese mismo año las importaciones aumentaron un 3.7% con respecto al 2007 llegando a un ingreso de 2,032 millones de dólares. En tanto las exportaciones en el 2008, 97.8% fue hacia los países del TLCAN.

La mayoría de las empresas textiles y del vestido, mayoritariamente de capital nacional, sólo se dedican a la fabricación, realizan todos los procesos relacionados al proceso: diseño, patronaje y producción, pero menos de la mitad cuentan con departamento de diseño. Las áreas en las que más mencionan tener necesidad de capacitación son tecnología e innovación, diseño de modas, control de calidad y supervisión, ventas y mercadotecnia.

Las mayores limitantes del crecimiento de la industria son el entorno económico del país, la apertura comercial con el Bloque Asiático, las importaciones ilegales, el comercio informal, y el sistema tributario, según un estudio realizado por el Sistema Estatal de Información (Seijal) a empresarios textiles.

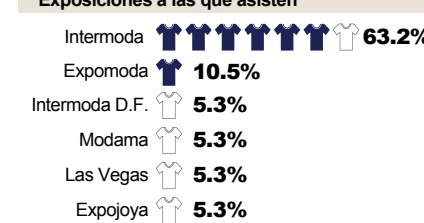
En dicho estudio, las líneas de acción sugeridas después de realizar el análisis de Porter son tener una estrategia empresarial con enfoque al producto y a mercados externos, la consolidación de oferta mediante asociacionismo así como una consolidación de abastecimiento de materia prima mediante el asociacionismo.

Adicionalmente sugiere satisfacer en mayor proporción a la demanda de prendas de vestido con sustitución de importaciones, desarrollar mercados especializados basándose en sectores claves y preferencias de consumo e ingresar al mercado con venta directa al consumidor en el resto de la región.

Localmente el estudio señala llevar una política de fomento específico para la industria del vestido, impulsar el desarrollo de capital humano especializado e incentivar en la cultura empresarial una mayor escolaridad en los directivos de las empresas. Mientras en la industria soporte se requiere el desarrollo de proveedores, maquiladores y la integración de cadenas.

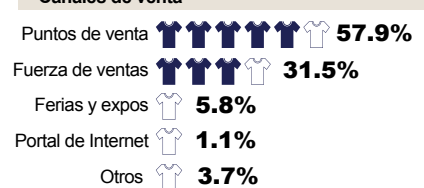
### PROMOCIÓN\*

#### Exposiciones a las que asisten



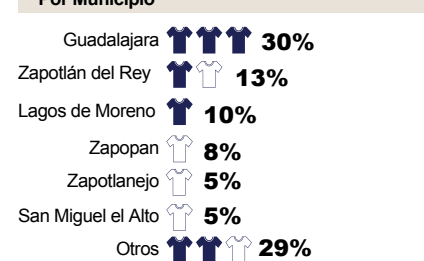
### VENTAS\*

#### Canales de venta



### PERSONAL OCUPADO MODA EN JALISCO\*\*

#### Por Municipio



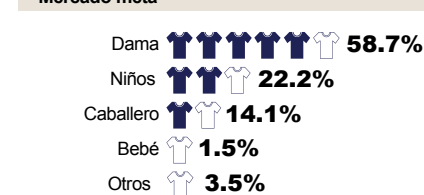
### TIPO DE EMPRESAS\*

#### Por actividad



### PRODUCCIÓN\*

#### Mercado meta



\* Fuente: SEIJAL.  
\*\* Fuente: INEGI, censos económicos e industriales 2004.

### MUNICIPIOS DE MODA

Con una larga tradición en la industria del vestir, estos municipios buscan desarrollarse en las áreas de innovación y diseño.

En los últimos cinco años se duplicaron los municipios con Unidades Económicas dedicadas a la producción de dicha industria.

### ZAPOTLANEJO

Habitantes	55,827
Empresas industria del vestido	9%
Derechohabientes del IMSS	13,311
Trabajadores permanentes y eventuales urbanos de la industria manufacturera de la transformación	45.4%

### SAN MIGUEL EL ALTO

Habitantes	26,971
Empresas industria del vestido	6%
Derechohabientes del IMSS	6,549
Trabajadores permanentes y eventuales urbanos de la industria manufacturera de la transformación	65.5%

### AYOTLÁN

Habitantes	35,150
Empresas industria del vestido	3%
Derechohabientes del IMSS	4,328
Trabajadores permanentes y eventuales urbanos de la industria manufacturera de la transformación	54.8%

### VILLA HIDALGO

Habitantes	17,291
Empresas industria del vestido	3%
Derechohabientes del IMSS	983
Trabajadores permanentes y eventuales urbanos de la industria manufacturera de la transformación	22%

Fuente: sig.jalisco.gob.mx/cedulas

# Minerva Fashion

## Moda mexicana al nivel de la mejor del mundo

Hace tres años las cámaras de joyería, vestido y calzado de Jalisco se organizaron para instituir un galardón en el palacio de gobierno, donde el escultor Joaquín Arias, realizador de la Minerva fue homenajeado junto con su afamada escultura mientras a la par, se exhibían los diseños de moda mexicana de tales industrias. Se integró al Gobierno del Estado en el proyecto que buscaba un evento de exhibición de moda y valor agregado y el trato se selló con una figura en escala original de la Minerva Tapatía, de ahí que surgiera el nombre Minerva Fashion.

Minerva Fashion es un encuentro de moda donde diseñadores, empresarios y estudiantes trabajan en estrategias de tendencias y comunicación, talleres de actualización y los empresarios tienen la oportunidad de mostrar su marca y posicionar su producto en la sociedad, para generar nuevos valores en la moda mexicana.

Lo integran las Cámaras del Consejo de la Moda: Textil, Vestido, Calzado y Joya en unión formal para profesionalizar el evento y trazarle una trayectoria con objetivo de hacerse competitivos a través del diseño y la vanguardia; reciben apoyo del Gobierno del Estado por parte de la Secretaría de Promoción Económica.

Su objetivo es posicionar, difundir e impulsar a Jalisco como el estado líder en el diseño de moda en el país y en el extranjero, estimular e incentivar a los diseñadores talentosos de los cuatro sectores e incrementar la competitividad de las industrias de Moda en Jalisco.

Además es una plataforma de negocios con compradores de alto potencial para los industriales de la moda. Actualmente se trabaja porque el evento participe entre en los Fashion Weeks internacionales, como sucedió el año pasado en Shanghai. Minerva Fashion más que un evento de moda es un canal de posicionando de marcas jaliscienses e internacionalización de sus productos.



## Intermoda

### La exposición tapatía con vocación internacional.

Con 35 mil metros cuadrados de nuevas tendencias en diseño; 700 empresas participantes, 2000 marcas exhibidas, Intermoda a sus 27 años puede presumir ser la exposición de la industria de la moda más importante de México y de las de mayor trascendencia en Latinoamérica.

Dos veces por año, una en enero y otra más en julio, Guadalajara es el escenario para negociar, aprender y demostrar el talento y la innovación de la industria de la moda mexicana, desde producto, hasta materiales y maquinaria, en un ejemplo de la sinergia con la que trabajan para perseguir una meta común los distintos sectores de ésta industria, el crecimiento.

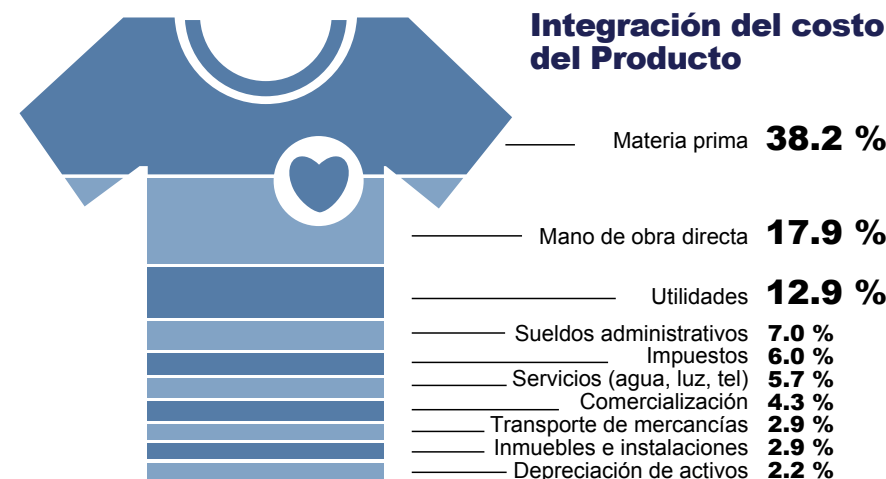
El presidente de Intermoda, Mario Flores Aguilar, asegura que ésta industria ha tenido una evolución, es más competitiva y con mayores propuestas por lo que sólo resta ser más agresivos y participar en exposiciones a nivel internacional para conquistar nuevos mercados.

“La apertura internacional trajo más información y competencia, el fabricante se preocupa por invertir en investigación y diseño, que es la parte fundamental de la industria, en la medida en que el empresario nacional mejore en diseño será la medida en la que podrá tener penetración en los mercados tanto nacionales como internacionales”, comentó Flores.

Un ejemplo de países con miras a conquistar los escaparates internacionales son Colombia, India, China, Estados Unidos, Panamá y Taiwán, con una creciente industria del diseño y todos participantes de ésta magna exposición.

Aumentar las exportaciones es una meta para Intermoda, ya que aunque son más de un ciento los compradores extranjeros, sólo representa el 1% del total, de ésta mayoría nacional los estados más representativos son Jalisco, sumado 46%; Guanajuato, que participa con 9%; Distrito Federal, con 7%, y el Estado de México que representa el 6%; el restante 32% se reparte en distintos estados de la República, según datos de Infoexpo.

Flores argumenta que con el valor agregado que ofrece la moda, puede aportar a la calidad de vida de muchos mexicanos entre consumidores, fabricantes y mano de obra mejor remunerada por un trabajo de calidad. “Necesitamos organizar pabellones mexicanos en exposiciones del mundo de manera más continua, la industria tiene mucho que aportar al país si fuera exportadora”, asevera.





# Con paso firme en las pasarelas

Cuatro industrias dejaron atrás  
lo tradicional

Fotos por Adrián Lagos.

En Jalisco se gesta un proyecto de crecimiento a largo plazo, cada vez más sectores se dan cuenta de la necesidad de reinventarse; la misión es conquistar escenarios mejores, la estrategia: la unión.

**L**a industria manufacturera en Jalisco representa la segunda división económica en importancia, es el 23% del PIB estatal. El 4.42% del PIB manufacturero es textil, vestido y calzado.

La manufactura representa el 19.85% de la oferta de empleo en Jalisco y la fabricación de prendas de vestir a nivel nacional crean el 2% de los empleos

Más de una cuarta parte de las empresas de la industria manufacturera del centro-occidente están en Jalisco; Es el sexto estado con más empresas productoras en la industria del vestido, con el 5.9% del total nacional. El gasto trimestral en el 2008 de ropa en Jalisco por hogar es de 1134.96 pesos, 57 pesos, mayor al promedio nacional.

La industria de la moda en Jalisco está soportada por cinco pilares igualmente comprometidos con el proyecto a largo plazo, las cuatro Cámaras del Consejo de la Moda y el

*El éxito de las exportaciones de joyería, se debe cuando menos en un 50% a la moda. La moda hace a la empresa mucho más dinámica, implica estar a la vanguardia, ser curioso y sensible a las necesidades del cliente, ir un paso adelante.*

**FEDERICO CARLOS DÍAZ**

Presidente de la Cámara de la Industria de Platería y Joyería del Estado de Jalisco, director de "Carrusel" empresa dedicada a la joyería infantil.



Gobierno del Estado. "Nuestra visión era pequeña porque nuestros recursos no eran tan grandes, el gobierno se entusiasmó de que tres sectores trabajaran en equipo bajo un eje rector, que es la moda, y este proyecto generará mayor impacto; con ese apoyo llegó Minerva Fashion, y a raíz de eso han levantado la mano muchos empresarios", comenta Federico Díaz, presidente de la Cámara Joyera de Jalisco.

Al Consejo de la Industria de la Moda lo forman cuatro cámaras: La Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CANAIVE), la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco (CICEJ), la Cámara Textil de Occidente y la Cámara de Joyería de Jalisco, en un esfuerzo de unión en beneficio del crecimiento de una industria con gran potencial, la moda.

Cuando se trata de ganar el mejor puesto en la pasarela económica, las empresas se han dado cuenta de que la innovación, calidad y el diseño son valores agregados que terminan por traducirse en dos, tres o hasta cuatro ceros agregados a la derecha del precio de un producto. La moda es esta industria que funciona como un puente entre vender un producto funcional con un valor definido por costos de producción y un símbolo cuyo valor está en lo que el consumidor sea capaz de pagar por él.

El presidente de la Cámara Textil de Occidente, Gregorio Alejandro Orozco García, afirmó que la homologación de los productos en calidad y precio ofrecen notables ventajas al momento de exportar, el año pasado entre prendas terminadas y materia textil, hubo un incremento de 13.5% en las exportaciones del sector.

El presidente de la Cámara Textil de Occidente, Gregorio Alejandro Orozco García, afirmó que la homologación de los productos en calidad y precio ofrecen notables ventajas al momento de exportar, el año pasado

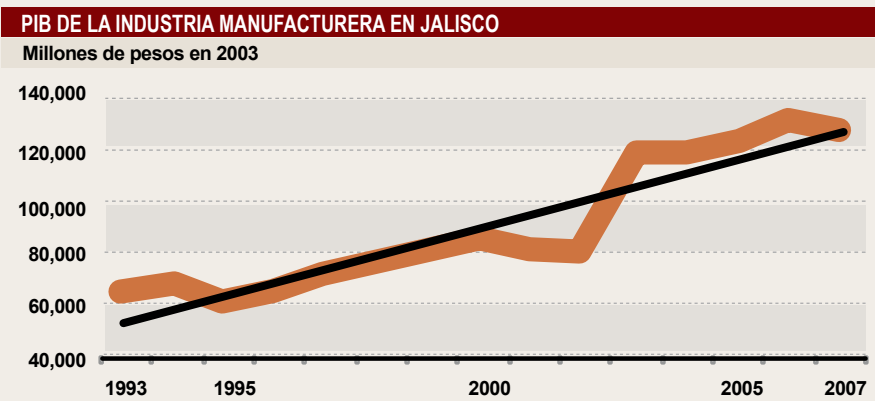
entre prendas terminadas y materia textil, hubo un incremento de 13.5% en las exportaciones del sector.

Dado que el 58.2% de las empresas no cuenta con departamento de diseño, incluso cuando la mayoría de las empresas realizan todos los procesos relacionados con la fabricación (diseño, patronaje y producción) según datos del Sistema Estatal de Información Jalisco (SEIJAL), empresarios decidieron unirse en éste proceso de innovación y desarrollo de oportunidades de negocio con la moda y desarrollaron El Consejo de la Industria de la Moda.

Las importaciones chinas han sido un golpe tanto para la exportación como para la venta nacional para los industriales textiles, joyeros, zapateros y del vestido, debido al reducido costo de su mano de obra que los hace por demás atractivos, explica Sergio López de la Cerda, presidente de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, delegación Jalisco (CANAIVE). "Hacer un producto barato no es el camino", asevera López. "Cuando nos damos cuenta que se nos cae el mercado, empezamos a hacer una valoración a nivel Jalisco de qué es lo que estaba pasando en el sector que no evolucionaba, y lo que nos dimos cuenta es que teníamos una vocación como industriales, pero pocas empresas tienen participación a nivel nacional", dijo.

En un estudio coyuntural de la industria del vestido de Jalisco levantado por el SEIJAL, los empresarios afirmaban que las áreas en las que más se mencionan tener necesidad de capacitación fueron tecnología e innovación, diseño de modas, control de calidad y supervisión de ventas y mercadotecnia.

"Los empresarios mexicanos deben de apostar por el diseño y el valor agregado, sino estaremos fuera, no podemos competir con los chinos en relación a sus costos de



Fuente: INEGI.

producción así que estamos viendo la manera de llevar un valor agregado, hay países que viven de la moda entonces no les preocupan los chinos", afirma Juan Cervantes Ramírez, director de la Cámara Textil de Occidente.

De cada diez prendas que visten al mexicano, seis son producto del contrabando,

aseveró Cervantes. Afirmó también que el sector textil por su gran demanda de mano de obra genera empleos y al apostar por la moda y el valor agregado reducirá los retos que representan las importaciones chinas y en especial el contrabando.

Incluso con lo anterior, las industrias manufactureras generan un gran porcen-



*Dando ese pequeño brinco entre industriales e industriales de la moda lleva a un mayor margen de utilidad en la venta que le permite al industrial expandirse; el diseño es la palabra clave al éxito a largo plazo"*

**SERGIO LÓPEZ DE LA CERDA**

Presidente de la Cámara de la Industria del Vestido de Jalisco.

taje del empleo en Jalisco, 19.85% y aporta un 7% del empleo a nivel nacional. La industria de Jalisco en opinión de los presidentes miembros del Consejo de la Moda, está cimentada en valores y con verdadera vocación, es por ello que deciden transformarlas en una oportunidad de negocio.

Convertirse en industrias generadoras de marca es la invitación a los industriales de los sectores que pertenecen a la moda, abrirse puertas en el terreno de la comercialización directa al piso de venta y en el mercado internacional. "Saber que la industria de la moda implica un valor adicional que les puede llevar a participar de otros mercados, hacemos cosas muy atractivas para mercado internacional (...) dando ese pequeño brinco pueden tener mayor margen de utilidad en la venta que les permita expandirse; el diseño es la palabra clave al éxito a largo plazo", ex-

plica Sergio López de la Cerda, presidente de la Cámara de la Industria del Vestido de Jalisco.

El presidente de CANAIVE comenta que hay una necesidad muy fuerte en las empresas de inversión para investigación de mercados y diseño, ambas áreas son el puente de transición entre ser una industria tradicional y una industria de vanguardia, atractiva para inversión del gobierno y de mercados importantes nacionales e internacionales.

Confirmando el carácter de proyecto a largo plazo, los empresarios de la moda ponen sus ojos en los jóvenes diseñadores, ofreciendo carreras para esta industria. Acompañar a los jóvenes durante su preparación y asignarlos con diseñadores y empresarios de gran experiencia para que se puedan insertar más fácilmente al mundo laboral o que tengan la capacidad de crear su empresa, son las estrategias a seguir por éstos cuatro sectores de la industria moda.



*La moda recibe apoyo con enfoques a mediano y largo plazo generando fuentes de empleos de calidad. El 2010 fue un año complicado, en el cual tuvimos que hacer adecuaciones permanentes a la producción, al final del año vuelve a ser opción para mercados internacionales al estar homologados en el mundo.*

**GREGORIO ALEJANDRO OROZCO GARCÍA**

Presidente de la Cámara Textil de Occidente

“Uno de nuestros mayores proyectos como Consejo de la Moda, es el Cidijal (Centro de Investigación Desarrollo e Innovación), un centro que formará a los nuevos talentos según las necesidades de las industrias. Lo que pasa es que estamos muy bien en la formación de diseñadores y tienen mucho talento, pero a veces no se acoplan a las necesidades o el plan que tenían las empresas. Este centro tiene la finalidad de encaminar ese talento para mejorar a la industria y que ellos salgan con una mentalidad de negocio, de empresarios”, explica Cervantes Ramírez.

La experiencia de otros países como España, Portugal, Italia, ha servido para sentar las bases de una industria enfocada en el diseño y el valor agregado que otorga éste, con apoyo de la Secretaría de Educación Pública (SEP). Se busca la formación de diseñadores de moda con mayores herramientas para el actual panorama de la industria y sus necesidades, la homologación de materias y la creación de Instituciones altamente innovadoras.

La moda como industria es una promesa a mediano plazo, el sector joyero ya ingresó a aguas internacionales y la meta común es llevar a México y particularmente a Jalisco a los escaparates de moda más importantes con el valor de grandes diseñadores, declaró López de la Cerda. “En sector de la moda queremos definir a una empresa y apoyarla entre todos para que crezca y nos abra el camino allá afuera (...) Queremos que sea el ícono que se internacionalice en las otras ciudades más representativas de la moda y abra un espacio a más marcas nacionales”.

El presidente de la Cámara Textil se complace en la aceptación que los industriales han tenido con el proyecto. Aunque en un primer momento había resistencia, asegura que cada vez más empresarios de municipios con vocación textil como Villa Hidalgo estén involucrados en el proyecto de atender al diseño y la innovación para crecer sus mercados.

“En pocos años seguramente habrá más marcas compitiendo a nivel nacional, valoraremos la importancia del diseñador, sin depender de la maquila; vamos a tener a un país que establezca alianzas con otros países para generar un bloque latinoamericano y que sea la moda que predomine en el mundo”, expresa el presidente de CANAIVE.

En un esfuerzo por que más empresarios se sumen a ésta misión de crecimiento, las diferentes cámaras proporcionan apoyos y asesorías, cursos de capacitación, investigación de mercados y de diseño, por ejemplo

*“Se está trabajando con el gobierno en innovación, competitividad, diseño y sobretodo en canales de promoción como Minerva Fashion (...) El 60% de la planta productiva del sector Cuero, Calzado y Proveeduría en México debe prepararse para recibir la competencia internacional o de lo contrario, en los primeros tres años se perderá.”*

**ALONSO NIÑO COTA**  
Presidente de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco (CICEJ)

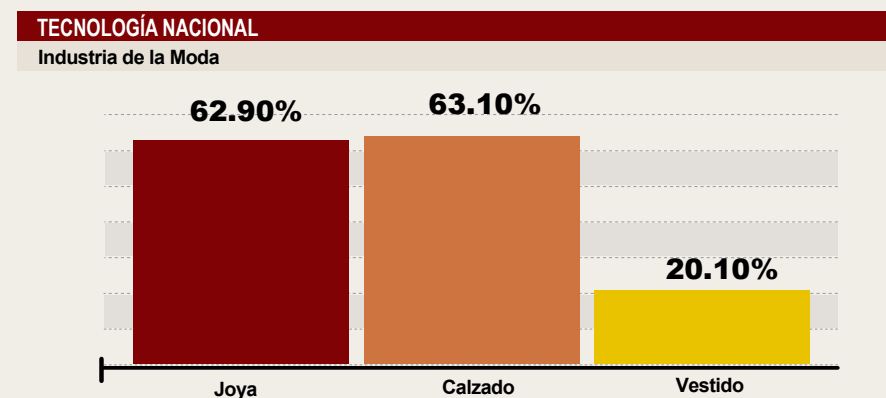


hace pedidos de información por grupo para reducir costos y tener industriales mejor preparados. “En la medida que tengamos resultados exitosos, mayor número de empresas se van a interesar”, comenta López.

Sumado a la visión de trabajo en equipo para ingresar al mercado internacional, se está realizando un clúster para desarrollar con un conjunto de empresas productos con más características, que sea más competitivo, incorporar nuevos materiales, utilización de fibras amigables con el ambiente.

**LA INDUSTRIA JOYERA: ABRIENDO PASO A LA MODA MEXICANA**

La industria joyera es una de las primeras que dejaron el corte exclusivamente tradicional para incursionar en la vanguardia, hoy sus exportaciones son 10 veces mayores que sus importaciones, comenta el presidente de la Cámara de la Industria de Platería y Joyería del Estado de Jalisco, Federico Carlos Díaz.



Fuente: SEJAL.

El éxito de las exportaciones de joyería, se debe cuando menos en un 50% a la moda. “Los últimos años nos hemos metido de lleno a fabricar moda, es un camino que nos puede llevar a muchos industriales al beneficio de nuestras empresas, a tener más oportunidades de negocio y de empleo”, comenta Díaz.

La moda hace a la empresa mucho más dinámica, genera una expansión de mano de obra, implica estar a la vanguardia, ser curioso y sensible a las necesidades del cliente, ir un paso adelante y debe entender a la empresa como una empresa que va a empezar a generar mayor valor, argumenta el presidente joyero y promotor de Minerva



*El sector moda es una forma innovadora de generación de oportunidades para muchos jóvenes. La industria de la moda en Jalisco, es uno de los ejemplos más claros de la innovación y la cooperación de los empresarios jaliscienses que obtienen mejores resultados en los mercados nacionales e internacionales.*

**ING. ALONSO ULLOA VÉLEZ**  
Secretario de Promoción Económica del Estado de Jalisco

“El mayor reto fue vender bien la moda a un industrial que lleva generaciones siendo productivo”, comparte Díaz. “Como toda cosa nueva se cuestiona, es difícil ir a decir, ‘esto ya cambio’”. El líder joyero sin embargo asevera que las empresas que apostaron por la moda son las que ingresan a otros países y cada vez son más. Además afirma que las ventas nacionales derivadas de la moda incrementaron al menos un 30%.

Con apoyos en una visión conjunta y estrategias el consejo de la moda espera que en 10 años, México compita con los países que generan moda. “El mundo tiene una expectativa más alta de la que el país imagina, las marcas de alto prestigio tienen estampados mexicanos, visionan el potencial y los esfuerzos de las industrias van en sincronía de generar tendencias y establecer vínculos de retroalimentación”, adelanta Federico Díaz.

El presidente de la Cámara de Joyería confirmó que desde que la industria se volvió a la moda, el 40% de empresas ya son marcas que generan un círculo virtuoso, productos de vanguardia y calidad que se posicionan como marcas, compradores regulares que exhiben y las promueven a un consumidor final, que se identifica con el diseño y busca la marca.

**RENOVARSE O MORIR**

El esfuerzo del Consejo de la Moda, los industriales y el gobierno, pretende salvaguardar los sectores amenazados por el contrabando, la piratería y la multifacética globalización, que en una de sus caras muestra amenazada para algunas industrias tradicionales. En el caso del cuero, calzado y proveeduría, son más de 571 mil los empleos que se pretenden proteger en todo el país con diferentes medidas.

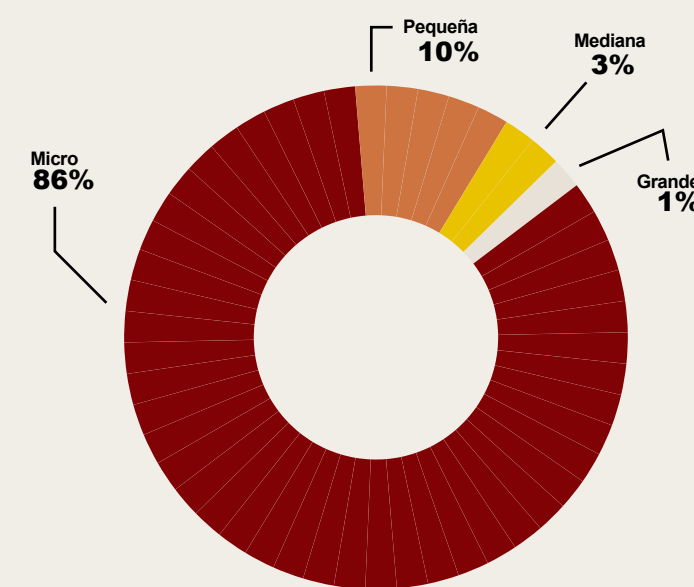
Niño Cota argumenta que en Jalisco el 90% de las empresas son pequeñas y medianas que no cuentan con el recurso o la información pertinente para hacerle frente a la apertura comercial, por lo que además de participar en las negociaciones de tratados de comercio exterior, los empresarios desarrollarán estrategias en competitividad, apoyos para el desarrollo de puntos de venta y el valor agregado del diseño.

El 60% de la planta productiva del sector Cuero, Calzado y Proveeduría en México debe prepararse para recibir la competencia internacional o de lo contrario, en los primeros tres años se perderá, aseveró el presidente de la CICEJ. “Lo que más necesitamos son empleos, es en eso que se está trabajando con el gobierno, en innovación, competitividad, diseño y sobretodo en canales de promoción como Minerva Fashion y una serie de actividades que desarrollamos para trabajar la parte interna de los procesos de las fábricas, la promoción de marcas y posicionamiento, es un trabajo integral”, dijo.

Las estrategias para no sólo mantenerse, sino crecer la industria de la moda, permean en aprovechar el nicho de mercado medio-alto, y generar convenios con las empresas tractoras como Coppel, Terra, Price Shoes y Andrea, alineándolas con fabricantes y proveeduría para fortalecer los pedidos que permitirán la subsistencia de estas pequeñas y medianas.

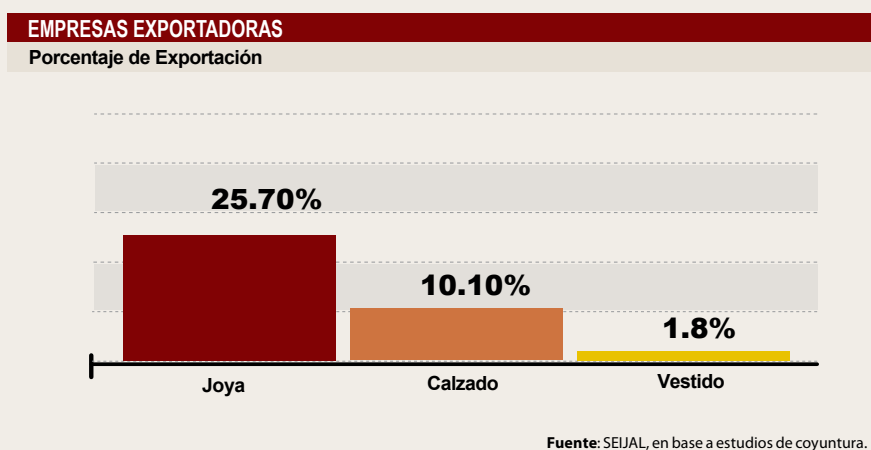
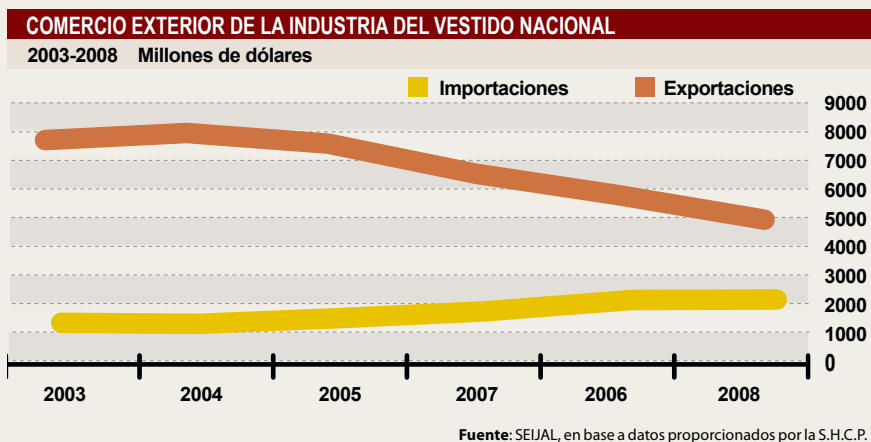
“La industria tradicional en Jalisco se caracteriza por tener empresarios que con la historia que tenemos de devaluaciones y contrabando sigue sobreviviendo y trabajando, recordemos hace 15 años, cuando entró el contrabando y la piratería, se quedaron en el camino muchísimas empresas que no se actualizaron, que no innovaron y

**ESTRUTURA DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA en Jalisco**



Fuente: INEGI, Censos Económicos e Industriales 2004.





no le apostaron al diseño y a la calidad pero las que sí se renovaron crearon grandes imperios”, recuerda Niño Cota.

La promoción de marcas jaliscienses, exposición de nuevos productos y expansión internacional, son los puntos de trabajo en que los líderes de la industria de la moda concentran esfuerzos; un ejemplo de promoción y expansión es el vínculo de coparticipación que la CICEJ (Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco) tiene ahora con la Cámara Italiana para asegurar las características y metodología, que tiene un mercado internacional y el industrial jalisciense pueda con facilidad maquilar a marcas internacionales o posicionar su misma marca con certificación.

Los apoyos públicos abarcan el crecimiento de todas las etapas del sector productivo: los nuevos emprendedores exponen a costos más bajos sus modelos para que tengan la oportunidad de encuentros

de negocios con las empresas comercializadoras; las Pymes pueden solicitar ayuda en compra de maquinaria y software; para los fabricantes con más tiempo hay programas de evaluación de procesos productivos que profesionalizan las áreas administrativa, de producción y de diseño; así como recursos informativos para las planeaciones estratégicas.

El año pasado sectores como el del calzado, contaron con la participación de algunas empresas como Tommy, Steve Madden y Overstock, buscando productores nacionales, empero la invitación en común es además tomar el liderazgo de propuesta, ser los mejores con identidad propia y desarrollar la cultura.

Niño asegura que los cuatro sectores de la moda trabajan por que los micros y pequeños puedan ofrecer sus productos sin intermediarios que limiten los márgenes y no dejen crecer tanto como negocio o el

desarrollo de marca. Aclara que buscará el apoyo político para concientizar del estado de las industrias de la moda.

La Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco, Guanajuato y México en labor conjunta con Bruno Ferrari, Secretario de Economía y la Subsecretaria de Comercio Exterior, Beatriz Leycegui y los gobiernos estatales, vigilarán que los tratados de libre comercio con países como Perú, Brasil y China no afecten por las medidas de transición a la planta productiva nacional, adelantó Alonso Niño Cota, presidente de la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco (CICEJ); comentó que estarían al pendiente de cada fracción arancelaria, abiertos a la competitividad, pero equilibrando las circunstancias con China, donde los exportadores están subsidiados, haciendo triangulaciones, reetiquetados, con mano de obra más barata.

#### GENERANDO OPORTUNIDADES

El sector moda cuenta con la participación de las cuatro cámaras (Joyería, Textil, Vestido y Calzado) se ve reflejada a través de 3,200 empresas de la moda, las cuales generan 64 mil empleos directos y 127 mil indirectos, además de una vinculación universitaria que involucra a 700 estudiantes de diseño.

El secretario de promoción económica (Seproe), Alonso Ulloa declaró que la in-

dustria de la moda en Jalisco, es uno de los ejemplos más claros de la innovación y la cooperación de los empresarios jaliscienses que obtienen mejores resultados en los mercados nacionales e internacionales.

“Nuestra gran preocupación es generar oportunidades para que los jóvenes puedan insertarse en la vida productiva en empresas exitosas que están haciendo las cosas bien y que pronto cada una de estos sectores de la moda, podrá exhibir su marca en las marquesinas de negocios de la Quinta Avenida en Nueva York, o en los centros mundiales de la moda como Milán” Señaló el secretario.

Dando seguimiento al proyecto “Jalisco Global 2010”, cuyo objetivo es la internacionalización de los productos y marcas jaliscienses, se llevó a cabo la gira oficial a Shanghai del 21 al 29 de octubre del 2010, en donde se tuvieron importantes logros. Un ejemplo de la participación del sector moda en éste camino fue el Minerva Fashion, exportado al oriente el año pasado, con apoyos de la Seproe por 3.5 mdp.

El secretario, agregó que a través de Jaltrade, mantendrán apoyos a empresas jaliscienses que sigan creciendo y generando empleos: “La Seproe seguirá apoyando el sector moda, porque es una forma innovadora de generación de oportunidades para muchos jóvenes en este sector”, aseguró Ulloa Vélez.

#### APOYOS DE SEPROE

A TRAVÉZ DE JALTRADE DURANTE 2010

- Internacionalización de INTERMODA (Enero 2010)
- Feninver, Brasil (Enero 2010)
- Salón Internacional de la Moda de Madrid (Febrero 2010)
- Shoe Market of The Americas (Marzo 2010)
- MODAMA (Abril y Septiembre 2010)
- Expo Shanghai y Misión Comercial Sector Moda (Mayo 2010)
- JCK Las Vegas (Junio 2010)
- Feria Colombiamoda (Julio 2010)
- Magic Show Las Vegas (Agosto 2010)
- Impulso Jalisco JOYA Internacional (Octubre 2010)
- Difusión Internacional JOYA (Octubre 2010)
- Minerva Fashion en Shanghai (Octubre 2010)
- Diplomado en Desarrollo Exportador del Sector Moda (Noviembre 2010)
- Minerva Fashion Guadalajara (Noviembre 2010)
- Internacionalización de las marcas CLOE, Surf Club y Surf Club Girls

## GERALDINA VEGA DE HERRERA

# Desarrollo de marca como clave del éxito

La señora Geraldina es una empresaria de corazón, por sus venas corre emprendurismo; en sus hijos inculcó ese amor por emprender, de la pasión de una leyenda maya nació su marca y por amor a su trabajo y a su gente ha sabido innovar y crecer sin importar la situación del país.

La leyenda cuenta que Cuzán, princesa prometida en matrimonio a un noble, estaba enamorada de Chalpol, un plebeyo, el cual sería condenado a muerte por esa causa, pero posteriormente fue salvado gracias al cariño del rey por su hija. Sin embargo, Chalpol no pudo evadir por completo el castigo y fue convertido en escarabajo y entregado a su amada, quien lo bautizó como “Mackech”, que significa “eres hombre”, prometiendo nunca dejar de amarlo. Después joyeros reales lo adornaron con piedras preciosas y una cadena de oro que lo ataría al corazón de su amada para siempre.

#### EL ORIGEN

La empresa Arte y Diseño en Plata SA de CV tiene tres marcas: Mackech, sello distintivo y para un público que busque el status del valor agregado; MCK, la línea que a través de la diver-

sidad del diseño abarca un público que busque estar a la moda, y 381, una marca de concepto fresco, con resinas de colores similares a la incrustación de piedra. Geraldina Vega de Herrera es de origen yucateco, orgullosa hasta la médula por la cultura mexicana y en particular por los mayas. De abuelo historiador, aprendió desde niña la leyenda que es emblema y razón de su empresa joyería y la misma historia le ha inspirado fortaleza, “El Mackech sigue en las tormentas, resiste y vive mucho”, comenta.

Enamorada de las joyas al igual que su madre, hace 40 años Geraldina empezó en el negocio de la joyería como vendedora. El gusto hizo que le naciera la idea de hacer sus propios diseños aunque en un principio no fue fácil. “El círculo estaba muy cerrado, no había exposiciones, no había Cámara de Joyería, fueron

amigos míos quienes iniciaron con eso”.

Para la empresaria, uno de los mayores retos ha sido ponderar un valor al trabajo que implica el diseño de marca. “Mucha gente no sabe el trabajo que significa y que es un proceso; en el gremio nos hemos equivocado en eso, el joyero no está acostumbrado a ponerle precio a su esfuerzo, el cliente viene ponerle precio a lo que hacemos y terminamos vendiendo por gramo, no hay una organización que nos ayude a regular el precio”, explica.

Primero hacían labores hechas a mano, con el tiempo llegó la tecnología y el amor por el negocio permeó a sus hijos. Ellos desarrollan habilidades que permitieron hacer crecer al negocio, ventas, el diseño, relaciones públicas. Las ideas de innovación y la fe en la calidad llevaron a la empresa al rediseño y la construcción de la marca como tal.

El valor agregado ha sido fundamental para destapar el éxito de la empresa. El diseño de Mackech está cimentado además en valores de tradición, de innovación y de sentimientos humanos, pero sin duda la cualidad más grande según la señora Vega, es esa inmunidad a las importaciones chinas.

#### UNA EMPRESA COMPROMETIDA

“El gusto por el trabajo te hace ser empresario”, afirma la señora Vega. “Montar una oficina, es una necesidad, nos falta mucha tecnología, cada vez las necesidades son más. Le tuve amor a lo que hice y me encantó tener más opciones y fue crecer poco a poco, ni siquiera sentí en qué momento me hice empresaria, se te va dando”, argumenta.

Reconocedora del talento, revela que un apoyo vital para el éxito de su empresa y de cualquier otra es saberse rodear de gente valiosa. Los recursos humanos para Geraldina no son sólo un área de la compañía, son la empresa misma. “No venden joyas, se venden a sí mismos, en el diseño le ponen amor”, expresa.

El compromiso social de esta líder joyera va más allá de generar empleos o valor agregado a los productos mexicanos, es una lucha con la injusticia laboral que se sufre en el país. Como empresaria asegura que no hay gratificación más grande que el que mucha gente viva del trabajo que ella hizo. “El compromiso con la gente es hacer equipo, que no les falte trabajo, tener excelente relación, cumplir con los pagos, a veces quienes no lo hacen no se imaginan la necesidad que tienes de ese pago... la ganancia es tener a la gente”, comenta.

Geraldina asegura que un empresario que construye y entiende los valores de una marca, contagia el respeto por la originalidad del otro y fomenta una competencia sana y en bene-

## PARA PROSPERAR UN NEGOCIO

Según Geraldina Vega

- Poner todo el esfuerzo al trabajo
- Amar lo que se hace
- Entender a tu gente (consumidor, personal, proveedores, colegas y familia)
- Rodearte de gente talentosa
- No perder el sentido humano
- Ser tenaz y no desespérer en las adversidades
- No darse por vencido
- Tener una imagen limpia y vivir coherente con esa imagen
- Pedir ayuda si es necesario
- Acercarse a las herramientas que existan: Cámaras e instancias gubernamentales

## LOS PECADOS CAPITALES DEL EMPRESARIO

- No asignarle un valor a cada trabajo
- Dejar de innovar
- No apostar en uno mismo
- Desesperarse por cerrar ventas

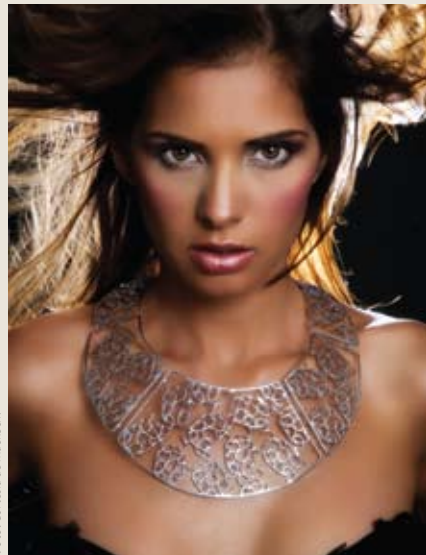


Foto: Cortesía de Mackech.

Gargantilla rígida de la Colección Cuzán, ganadora en la Bienal Iberoamericana de Diseño 2010.



Geraldina Vega de Herrera, fundadora de Mackech\*, empresa premiada nacional e internacionalmente por su liderazgo y diseño.

ficio del consumidor. "Todos los mexicanos podemos tener nuestra marca, nuestro sello", afirma. Agrega que en el reto de la empresa mexicana es estar a la vanguardia, tener diseño, luchar contra el contrabando, la piratería y las importaciones.

Asegura que los mayores frenos están al inicio, como los trámites burocráticos, la prepotencia en las aduanas y la inexperiencia en buscar apoyo, pero incita a los mexicanos a emprender y a crear, tocar las puertas de las autoridades y las cámaras con un producto de calidad.

Aunque reconoce que recientemente el gobierno apuesta por la planeación a largo plazo en conjunto con el empresario, para desarrollar el valor agregado y con ello fomentar la creación de empleos, destaca que existen áreas de oportunidad para apoyar a quienes empiecen como exportadores, con por ejemplo, tasas de interés bajas y mejor regulación de los productos de crédito bancarios.

## SIN QUITAR EL DEDO DEL RENGLÓN

Hoy en día, Arte y Diseño en Plata SA de CV se enfoca en la adquisición de tecnología y

maquinaria, sin embargo los planes a medio plazo son la apertura de tiendas propias. Actualmente cuenta con exhibición de productos de Mackech en tiendas de gran prestigio dentro de la república, hoteles boutique y España. El posicionamiento de las marcas de la empresa se está dando en parte a su diseño pero en mayor medida por la astucia de las alianzas estratégicas y a la calidad de sus productos; próximamente en tratos con Grupo Britt, empresa con 75 puntos de venta internacional.

Vega trabaja por alcanzar, en un futuro que no se ve lejano, el reconocimiento internacional de su marca como algo especial de México para el mundo; a largo plazo se desarrolla el complemento de las tiendas con otros productos como bolsas, maletas y ropa. También considera la oportunidad de crecimiento en las alianzas comerciales con otros colegas.

A pesar de su crecimiento, la señora Geraldina Vega comparte que su más grande recompensa es hacer feliz al consumidor, estar presente a tal grado de impactar en la vida de

quien compre sus diseños. "En una ocasión, un muchacho me buscó en una exposición para mostrarme que se había tatuado la marca en el cuello y lo había impactado tanto la leyenda que le propuso ser su Mackech a su novia", recuerda sonriente.

Sin perder la humildad, Geraldina Vega Herrera contesta que si pudiera iniciar su carrera nuevamente, lo único que haría distinto sería desarrollar a Mackech como marca desde el inicio y señala estar complacida al observar como los valores del negocio crecieron con los sueños de sus hijos, tomando la batuta en un principio con ayuda de los diseños de Aldo Campos, Manuel Herrera, actual director general de la empresa.

El consejo de oro de Vega es no perder atención al negocio. "Al ojo del amo, engorda el caballo", dice convencida del dicho que ha llevado como lema personal. "Si no estás al pendiente es muy posible que pueda suceder algo que se evitaría si estuvieras presente". Vega agrega que dar la razón incondicional al cliente es un peldaño al éxito de una marca.

## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- **PREMIO CATEGORÍA MODA** en II BIENAL IBEROAMERICANA DE DISEÑO 2010.
- **PRIMER LUGAR** en categoría Joyería concurso de diseño ENART Febrero 2010.
- **PRIMER LUGAR** en categoría Joyería concurso de diseño ENART Agosto 2009.
- **PRIMER LUGAR** en categoría Joyería concurso de diseño ENART Febrero 2009.
- **PRIMER LUGAR** en categoría Joyería concurso de diseño ENART Febrero 2007.
- **PRIMER LUGAR** concurso de diseño CRUPEJ 2007.
- Pieza "La Paz" by MACKECH seleccionada por PEÑOLES para su pasarela y exhibición en su stand, edición Joya Octubre 2006.
- **PRIMER LUGAR** en la categoría "B" en el XVIII Concurso Internacional de Joyería, Octubre 2006.
- **GALARDÓN ENART**, Primer lugar absoluto concurso de diseño edición 2006.
- **GALARDÓN JALISCO** a la Exportación edición 2006.
- **GALARDÓN ENART**, Primer lugar absoluto concurso de diseño edición 2003.
- **TERCER LUGAR** en el 13° Concurso Nacional de Joyería Octubre 2001.

# Benito Santos, diseñador con visión de empresario

Originario de Tepehuaje de Morelos, un poblado del municipio de San Martín Hidalgo en Jalisco, muy cerca de Ameca; Santos estudió medicina en la Universidad de Guadalajara, aunque en cualquier instante, entre clases, con sus compañeros y amigos, aprovechaba para bocetar siluetas femeninas con laboriosos vestidos.

Santos recuerda que desde la infancia su afición era el dibujar zapatos, vestidos, mujeres elegantemente vestidas, se inspiraba en las caricaturas que veía; de padre comerciante, Santos estudio medicina e hizo carrera en la parte comercial de un grupo Médico, pero nunca dejó de interesarse por el diseño.

Posteriormente estudió Alta Costura en Modas y Diseño de Modas en Lansipiac, a la par de su carrera médica, sin embargo llegó el punto en que la demanda de ambas profesiones lo llevó a tomar una decisión. Se inclinó por el diseño apoyado en su experiencia, aplicó sus conocimientos de marketing para promocionarse como un diseñador de marca, participando en pasarelas, exposiciones y lanzando campañas publicitarias.

Como médico, Benito asegura que su formación es una de las claves que respaldan su éxito "Yo estuve un tiempo en ventas y marketing mientras trabajaba en un grupo médico, por eso entendí la necesidad de seguir un proceso para consolidarme como marca" cuenta que para que un médico sea exitoso necesita tener una relación muy íntima con su paciente y que ha aprovechado esa habilidad para crear un diseño aún más especializado para sus clientes.

Santos recuerda que más de alguno dudó en la inversión que hacía al iniciar su negocio. "Renuncié a un muy buen puesto por dedicarme a mi pasión, a veces hace falta quién te diga que sí se puede, yo estoy seguro de que el diseño puede ser un buen negocio", reflexiona el hoy reconocido diseñador. Como empresario, afirma que hace falta tener visión para lograr una meta, invita a ser ambiciosos y trabajar por posicionar productos nuevos en el mercado que generen más empleos.

Actualmente Benito Santos es una pequeña empresa, que genera 12 empleos directos y ocho indirectos. Consumidor de productos mexicanos, cliente asiduo de negocios locales para comprar sus insumos, Santos no sólo se ve como una marca exitosa en el mundo de la alta costura, sino como una empresa que cree en los mexicanos y en tres años ha tenido la oportunidad de incrementar su producción anual en un 511%. "Si se puede hacer negocio con la moda", dice Benito Santos.

El éxito de Santos ha sido la búsqueda persistente del mismo, ha tocado puertas tras

puerta hasta encontrar quien crea en un proyecto, ha abierto otras para abrir camino a emprendedores. El diseñar el vestido de Jimena Navarrete lo posicionó a nivel mundial, pero fue esa visión en la industria la que le permitió aportarle a la actual Miss Universo sus diseños "Era quizás el de menor presupuesto entre las concursantes, pero la calidad y la creatividad le mereció menciones entre los mejores de ellos", comenta.

Cómo diseñador al entrar en el mundo de los negocios ha tropezado muchas veces, por lo que decidió seguir capacitándose, ahora tiene un diplomado en marketing y sabe que no debe de parar en su preparación, reconoce que el asesorarse ha sido de gran ayuda "Si no sabes hacer algo delega y concéntrate en lo que sabes hacer", dice Santos.

Además de tener calidad y prestigio, éste empresario no tiene duda de que lo que más se necesita en ésta industria es apoyo. "Es fácil pensar que porque empiezas a darte a conocer no necesitas ayuda, al contrario es cuando más necesitas para comprar materiales y participar en las pasarelas, expos y demás oportunidades a las que te invitan, es una inversión para hacer crecer a la industria, si un mexicano llega, abrirá las puertas a más y a que la industria crezca, genere más empleos y mejor remunerados".

Convencido de que el apoyo entre industriales y diseñadores va a destapar a México a nuevos mercados nacionales y a detonarlo al extranjero, Santos asevera que en la industria de la moda, todos tienen un valor que aportar, experiencia, visión, innovación, capital. "La moda es una industria celosa, pero en medida de que rompamos esas barreras haremos de muchas ciudades de México capitales que generen moda y empleos, Guadalajara ya está empezando", declaró.

Así como en otros sectores de la moda, los retos con los que se enfrenta Santos es la entrada de importaciones baratas, para él la mejor manera de solucionarlo es lanzar una línea de negocios además de su negocio actual, que le permita permear esa competencia y desarrollarse como empresa, sin dejar de consolidar lo que ya se tiene. "Hay que trabajar más, hacer lo que no están haciendo los demás, patrocinar, exhibirse en pasarelas, lanzar campañas publicitarias, si están sacando una colección por año sacar dos."



Foto: Cortesía de Benito Santos.



Benito Santos, diseñador que vistió a Miss Universo en 2010.

El creador ve en la moda múltiples oportunidades para hacer negocio, desde el industrial hasta el diseñador que trabaja con costureras en un taller, incluso si es en alta costura, rama en la que se destaca Benito Santos, cuyos productos son exclusivos y costo-

sos. "Se debe conocer el mercado y desarrollar unidades de negocio, para todo público existe un diseño, todos vestimos sólo hay que investigar y definir cuál es tu mercado", dice.

México es materia prima para el diseño y la originalidad. "Dime qué no inventamos", comenta, al tiempo que lamenta que no se le invierta en la creación de empleos para diseñadores al proponer desde el país a los mercados internacionales nuevos productos. "¿Cuánto puede valer un boceto?. No se imaginan y cuando se tiene creatividad seguirán existiendo más y mejores y que se adapten al público al que se dirige cada empresa", expresó.

Una línea industrializada es su proyecto más cercano, Benito Santos Novias, que buscará competir con las otras líneas comerciales y acercarse a un público diferente pero muy prometedor. Lo que empezó como un sueño desde su infancia es una realidad ahora y el sueño ha crecido, hoy Santos sueña estar entre los mejores escaparates de París y que con él, México tenga un punto donde exhibir su talento a los extranjeros y a los mexicanos que no se atreven a soñar.



llamaron la atención de sus compañeras y surge la idea del negocio. "Ahorré un año la mitad de mi sueldo para iniciar mi negocio", comenta Aceves.

Así el 1 de marzo del 2007, arranca de manera formal, trabajando desde entonces no menos de 12 horas diarias, todos los días. "Si la gente se tarda como 10 años en hacer que un negocio crezca ¿qué tengo que hacer para llegar más rápido? trabajar más y empecé a participar en pasarelas de Expo tu boda, Expo Quinceañera, apoyar con mis piezas a fotógrafos y meterme en concursos, tenía que demostrar que hacía cosas diferentes, propositivas que justificaran mi ganancia", comparte.

Aceves indica que en la industria de la moda la clave es la creación y no la copia, para lo cual es indispensable la preparación, seguir capacitado en tantos rubros como sea posible. "No necesitas dinero, necesitas tocar puertas, cuando pides con bases te apoyan" afirma la exitosa tapatía.

Esta diseñadora y empresaria aplica como lema del día a día que está compitiendo con un valor que va más allá de los materiales, está vendiendo arte. "En un momento en que tenía yo una encrucijada de venderle a C&A, que ya me había bajado tres veces el precio, en una conferencia de la Secretaría de Promoción Económica (Seproe), nos dijeron a todos, 'no compitan con precio porque no le van a ganar a los chinos nunca, búsquense otro nivel'; mis piezas no compiten por precio, yo creo que soy la más cara y sin embargo la gente me busca independientemente del costo", asevera.

Alejandra Aceves es consciente del temor que puede haber al producir algo distinto pero invita a los empresarios a no descartar el proyecto, sino a sumarse en un proceso tan gradual como se necesite, pero siendo persistentes. "Sacrificar la ganancia inmediata por apostar al futuro, yo no empecé vendiendo en éstos precios, empecé casi al costo, vas trabajando, creyendo en ti y creciendo", invita Alejandra Aceves.

La mejor ventaja de tener un proceso creativo es la seguridad de ganar en la carrera contra la copia, afirma como diseñadora Alejandra Aceves, quien crea un concepto después de investigar y observar la belleza que va a vender en un producto. "Son detalles que nadie más va a traer a menos que me copien, pero a mí se me van a ocurrir más cosas y a ellos no", asegura.

México tiene un potencial poco explotado para la moda, por su color, la cultura ancestral y el arte indígena, factores que ya notaron los extranjeros que están estudiándolo y trasladándolo en sus diseños. "Somos muy pocos los que lo valoramos, uno siempre ve a otros países y cuando te empiezas a dar cuenta que esos extranjeros están en Oaxaca, están valorando tu cultura, te das cuenta de que algo no está bien", dice.

Actualmente Alejandra es becaria del diplomado de desarrollo exportador en la SEPPOE y está buscando la presencia internacional. Ha tomado cursos de diversas técnicas de joyería en Estados Unidos, Brasil, Italia, España, Perú y México e impartido cursos de tendencias de moda en el Centro Joyero de Guadalajara y en Modama, a través de Teen-Extravaganza.



Alejandra Aceves, multipremiada diseñadora de accesorios.

Sus diseños adornaron a Jimena Navarrete en la ceremonia de premiación de Miss Universo (2010) y han sido expuestos en la Bienal de Shanghái (2008), en el Museo de la Torre Mayor en la ciudad de México (2005) y exhibidas en pasarelas con diseños de Álvaro Íñiguez, Gabriela Alfaro, Benito Santos, Cellini, Bride, Elio Guevara, Essence, Federico Paz, Héctor Terrones, Isaac Rueda, Iván Soto, Pepa Pombo, Salvador Moreno, Mario Arenas, Alberto Rodríguez, Takasami, entre otros.

## PREMIOS

**1er. LUGAR** "Hand Made Liquid Inspired Swarovski Design contest", categoría Accesorios y 2o. lugar categoría Textil. Octubre 2010, México.

**1er. LUGAR** Concurso Internacional de Joyería CEDIJ, Categoría Colección, Minerva Fashion, inspirada en la Fábula de La Golondrina y el Hijo Pródigo. Hospicio Cabañas, Diciembre 2009.

**2o. LUGAR** en el "Be Naturally Inspired Design Contest 2008 Crystallized (TM) -Swarovski Elements", Categoría Profesional, en Nueva York, Octubre 29, 2008.

**2o. LUGAR** del Concurso de Diseño de Calzado organizado por Modama (Minerva Fashion), Guadalajara, Jal. Noviembre 2008.

**1er. LUGAR** nacional en el Concurso de Perlas de Tahití, con el Brazalette "Centaurus" y el 3er. Lugar nacional con los pendientes "Pequeña Serenata Nocturna", el 18 de Octubre de 2007.

**2o. LUGAR** nacional "Cristalizarte", ganando con ello una beca para estudiar diseño de joyería en Italia (2005), mismo que fue organizado por Peñoles y Teen Extravaganza, con el apoyo de la Secretaría de Economía.

# CON SINERGIA BUSCAN PROGRESO

ACADÉMICOS, EMPRESARIOS Y GOBIERNO PROPONEN UN PROYECTO DE VIDA INDUSTRIAL

Seguramente ha escuchado alguna vez el paralelismo que se hace de los mexicanos con la cubeta de los cangrejos que están en la canasta descubierta, debido a que cuando un cangrejo quiere salir otro del fondo lo jala de nuevo, sin embargo en Jalisco, esta historia está cambiando.

Los sectores académico, empresarial y gubernamental se unen para proponer un proyecto de vida para la industria de la moda, el Centro de Investigación, Desarrollo e Innovación de la Industria de Jalisco (CIDIJAL), cuya misión será a mediano plazo apoyar a la conservación de 23,000 empleos en el sector textil-vestido y ampliar éste reto posteriormente a otras industrias.

Más que una escuela, CIDIJAL será una institución que no sólo formará los talentos necesarios en éstos sectores, sino que

acompañará a las empresas en el proceso de convertirse en las industrias que Jalisco necesita para ser competitivo en un nivel más alto, nacional y como exportador.

La industria de la moda pretende allanar los montes y rellenar los valles para poder caminar en terreno propicio hacia la renovación que coloque a México entre los grandes exportadores, por ello además de las Cámaras Textil y del Vestido, también la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco (CICEJ) como miembro del Consejo de la Moda, tiene una participación activa, tanto por la generación de nuevos materiales, como en la investigación de diseño y comercial.

Innovación, transferencia tecnológica y generación de valor para los sectores productivos de la moda serán las principales actividades de CIDIJAL, ya que la justificación de éste proyecto asegura que el 79.5% de las empresas se considerarán poco tecnificadas, mientras que sólo 8.5% realiza diseño asistido por computadora y un 11.9% patronaje con equipo automatizado.

Dentro de CIDIJAL existirá un centro de inteligencia de tendencias tecnológicas, de moda y de mercado y un laboratorio de pruebas de calidad para insumos o productos de la industria textil y de confección requeridos por la industria, las aduanas y PROFECO, cuyo único homólogo dentro del país se encuentra actualmente en el Distrito Federal.

Una vez detectado que existen sectores que comparten necesidades como diseño, normalización o metrología, se pensó en ofrecer a las industrias servicios de apoyo en investigación y desarrollo tecnológico, diseño e innovación de productos, procesos, materiales y modelos de negocios con alto valor agregado en laboratorios y centros para soporte con el capital humano competitivo que ahí mismo se forje.

Los servicios a los que las empresas podrán acceder son la consultoría, asistencia técnica y transferencia de tecnología, medios y asesoría necesaria para la certificación y normalización de procesos y materiales así como capacitación y

desarrollo de competencias del recurso humano especializado.

El proyecto afirma que en nuestro estado existe un mercado potencial para el sector textil confección de 1040 empresas micro, 145 pequeñas y 78 medianas; CIDIJAL contempla la prestación de servicios que sirva para que el joven estudiante participe en el mundo real de la industria, que las empresas se fortalezcan y a largo plazo la creación de más y mejores empleos, se contempla que las 1,274 empresas potenciales generarán 64 servicios al día, lo que lo hace un proyecto sustentable.

Quienes además se suman a éste esfuerzo para que con la industria de la moda, las empresas mexicanas comiencen a salir y colocarse entre las más competitivas están los estados de Jalisco, Michoacán y Aguascalientes, aunque el alcance puede llegar a Guanajuato, Colima y Nayarit.

## INSTITUCIONES PARTICIPANTES EN EL PROYECTO CIDIJAL

**FUNTEC.** Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia Tecnológica de la Pequeña y Mediana Empresa.

**CONACYT.** Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

**COECYTJAL.** Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología del Estado de Jalisco.

**CEPE.** Consejo Estatal de Promoción Económica.

**SEJ.** Secretaría de Educación Jalisco.

**UPIAL.** Universidad Politécnica de Jalisco.

**SEPROE.** Secretaría de Promoción Económica.

**Cámara Textil de Occidente**

**CANAIVE.** Cámara Nacional de la Industria del Vestido delegación Jalisco.

**CICEJ.** Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco.

**IDFT.** Instituto de Formación para el Trabajo del Estado de Jalisco.

**CC INTEGRA**

## ÁREAS DE INTERVENCIÓN PROPUESTAS

Laboratorio

Consultoría, Asistencia Técnica y Transferencia Tecnológica

I&D + Innovación: Centro de Diseño e Inteligencia Comercial

Emprendurismo e Incubación de Empresas

Análisis de propiedades de fibras, hilos y telas.

Control de Calidad, Investigación o Pruebas a Materiales Nuevos.

Asesoría y Capacitación con base en la interpretación de resultados de laboratorio.

## Vendiendo deseos: Alejandra Aceves

"Cualquiera puede pintar un cuadro pero sólo un genio es capaz de venderlo" Samuel Butler

En la industria de la moda no puede haber mejor mancuerna que un empresario con un diseñador, la prueba viviente es ésta mexicana que con ambas aptitudes a tan sólo 5 años de decidir emprender su negocio de diseño de accesorios, figura como una marca innovadora con un futuro prometedora en México y el extranjero.

"Las cosas valen lo que la gente está dispuesto a pagar por el (...). Yo vendo el deseo de ser bonita, seguridad, exclusividad, perfección", declara la diseñadora.

Estudio administración de empresas por consejo de sus padres, aunque dentro de sí existiera una pasión por el diseño y las artes.

"Me dijeron que me iba a morir de hambre", recuerda Aceves; a los 16 años comienza su camino en el puesto de secretaria, luego pasó a ser analista de mercado, jefe del departamento de ventas, gerente de mercadotecnia, gerente general ventas hasta ser directora general en American Express, pero fue una tarde en una mercería que descubriría su verdadera vocación.

"Vi unos componentes y pregunté qué cosa eran, la gente se hace collares con eso, me dijeron y yo pensé ¡qué maravilla!", recuerda Alejandra, desde ese momento las noches y fines de semana fueron aprender y hacer; la originalidad de sus accesorios

# Jalisco e Inglaterra juntos por la competitividad



“Nuevas Estrategias para Mejorar la Competitividad en el Estado de Jalisco” es el proyecto que de manera conjunta realizan el Gobierno de Jalisco y la Embajada Británica en México (a través del Fondo Programas Estratégicos del Ministerio Británico de Asuntos Exteriores), cuyo objetivo es la simplificación administrativa y la reducción de las barreras que afectan a la constitución de empresas en la Entidad, a través de la implementación de herramientas de gobierno electrónico.

Coordinados por la Dirección de Asuntos Internacionales del Despacho del Gobernador de Jalisco y por el Tecnológico de Monterrey, la ejecución la lleva a cabo la Dirección General de Mejora Regulatoria de la Secretaría de Promoción Económica y de la Dirección General de Planeación e Innovación de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Estado.

Reflejo del trabajo de las mejores prácticas es la reducción anual de huelgas los últimos dos años, de 238 a sólo 5, informa en el marco de ésta reunión de resultados, el Secretario del Trabajo y Previsión Social, Alfredo Espinosa Guarro. Así mismo el Secretario de Promoción Económica, Alonso Ulloa Vélez, aseveró que la secretaría seguirá impulsando los temas de calidad, agilización de trámites en la apertura de negocios y financiamiento.

Esta iniciativa, prevista para un periodo de tres años, cuenta con un presupuesto aproximado de siete millones de pesos, de los cuales, el Fondo de Programas Estratégicos de la Embajada Británica contribuirá con el 50 por ciento y el resto será aportado en especie por el Gobierno Estatal.



## COMUNICACIÓN CON EL MERCADO: LA ESTRATEGIA DEL ÉXITO COMERCIAL

En la apertura del Pabellón Hecho en Jalisco, Eduardo Torres, director de Grupo Vértice, presentó las últimas estrategias de posicionamiento de mercado “una comunicación más humana”, asevera que el dialogar con el consumidor no es una tendencia sino una necesidad para posicionarse como la mejor opción entre la inmensidad de marcas; regresar a los valores más humanos es el camino a la consolidación comercial.

Dentro de la presentación de las actividades del Pabellón, al que asistieron alrededor de 800 microempresarios interesados en esta estrategia, la SEPROE presentó los retos resultado de la demanda de foros de comercialización:

- Impulsar el desarrollo de 50 Pabellones Hechos en Jalisco
- Apoyar a mil 300 empresas para que participen en los pabellones que estarán presentes en diferentes eventos nacionales e internacionales;
- Apoyos a los empresarios interesados en participar en los eventos que se llevarán a cabo a lo largo del año.

## FIRMAN CONVENIOS DE COLABORACIÓN MÚLTIPLE



La Secretaría del Medio Ambiente para el Desarrollo Sustentable (Semades) y el Centro Estatal de Investigación de la Vialidad y el Transporte, CEIT, firmaron cada una un convenio de colaboración múltiple con el Sistema Estatal de Información Jalisco, con el objetivo de trabajar conjuntamente en el intercambio de información, capacitación y realización de proyectos mediante la recopilación, integración y sistematización de la información.

Los rubros del intercambio serán de información, de personal como conferencistas a las áreas afines de interés institucional, en el desarrollo de proyectos conjuntos de investigación, realización de cursos de formación profesional, intercambio de publicaciones y coediciones de material documental.

## MEJORES PERSPECTIVAS PARA LA ECONOMÍA MUNDIAL EN 2011

En la conferencia “Perspectivas económicas de México 2011”, Federico Rubli Kaizer, director de relaciones externas del Banco de México, aseguró que aunque hay razones estructurales que apuntan a un crecimiento mundial moderado en el mediano plazo, como la debilidad de la demanda interna en las principales economías avanzadas o una situación vulnerable del sistema financiero, en general las perspectivas mundiales han mejorado.

Ejemplifica que en EE.UU.A. diversos indicadores han mostrado una recuperación: El sector manufacturero parece repuntar, las ventas al menudeo se han visto fortalecidas y el empleo ha mejorado.

En cuanto a México, Rubli señaló que en el 2010, la inflación mostró un comportamiento mejor a lo esperado, ya que durante la mayor parte del año, la inflación se ubicó por debajo del pronóstico original del Banco de México.

Declaró que para 2011 se anticipa que la inflación continúe convergiendo al objetivo de mediano plazo de Banco de México de 3 por ciento, considerando un intervalo de variabilidad de +/- 1 punto porcentual y que las expectativas de mediano y largo plazos vayan convergiendo al 3 por ciento. Puntualiza que el desarrollo de estos procesos determinarán las acciones de política monetaria del Banco de México.



# PÚBLICO

TRAER PARA TI AL SUSCRIBIRTE



## COLECCIÓN CURSO DE VINO

12 tomos que te permitirán interpretar lo que percibe el olfato, la vista y el gusto delante de una copa de vino.

Desde suscripción Semestral Diaria (Nuevas o renovadas)

**Sólo \$1,300.00 pesos**



## CARLOS FUENTES EN MINIATURA

17 títulos en 20 tomos en la palma de tu mano de obras del escritor Carlos Fuentes. Forros imitación piel, incluye coleccionador.

Suscripción Anual Diaria (Nuevas o renovadas)

**Sólo \$2,450.00 pesos**



## EL NUEVO LIBRO DE FALCÓN

Con la recopilación de los cartones de Falcón desde el 2005 a la fecha.

Desde suscripción Anual Empresarial

**Sólo \$1,450.00 pesos**



L'OCCOCO  
ALEJANDRO LOCCOCO  
Salones de Belleza

## L'OCCOCO CAMBIO DE IMAGEN

Incluye una cuponera con servicios del prestigiado salón. 2 cortes y moldeado para dama, 1 Tinte y tratamiento, 1 Tratamiento Anti Caída y 2 cortes para caballero.

Desde suscripción semestral diaria (nueva o renovadas)

**Sólo \$1,000.00 pesos**

**SI YA ERES SUSCRIPTOR. Llévate Revista M Semanal por \$200.00 pesos recibe 12 ejemplares**

Promociones vigentes hasta agotar existencias.

Pregunte por nuestras facilidades de pago. Meses sin intereses con tarjetas participantes.



SUSCRIPCIONES: 3668 3192 y 95 suscripciones.publico@milenio.com

DIVIÉRTETE EN UN  
ABRIR Y CERRAR  
DE HOJAS.

**LEE**  
EMPIEZA HOY



*Consejo de la Comunicación*  
*Voz de las Empresas*