

Análisis del entorno del negocio de la Etnia Yaqui **Analysis of Business environment of ethnic Yaqui**

C.P. Ricardo Aguirre Choix¹, C.P. Alejandra Guadalupe Cambustón Anaya², Lic. Miguel Ibarra Gastelum³, Mtra. Yara Aguilera Landazuri⁴

Resumen

El presente trabajo desarrolla un análisis del entorno de negocios de la empresa “Etnia Yaqui” en donde nos muestra los factores de producción, las variables microeconómicas y macroeconómicas que le afectan.

Para esta investigación el sujeto de estudio fue la Etnia Yaqui, esta comunidad contribuye a la empleabilidad y bienestar de los indígenas, promoviendo el desarrollo integral del área física, intelectual, socio emocional, respetando las costumbres, valores, tradiciones y calidad de vida de la comunidad yaqui.

Este proyecto se constituirá bajo el régimen de sociedad cooperativa, pudiendo ser clasificada como limitada o ilimitada, una vez que el consejo lo determine. Para conocer la demanda que tiene el producto se analizó el tipo de bienes, las características de éste la competencia y el proceso productivo para la elaboración del producto. Los bienes de la etnia están considerados como productos finales, lo cual nos indica que los consumidores los utilizaran como un regalo o como decoración. También hay un mercado nacional, el Festival Cervantino en Guanajuato, Guanajuato y otro regional el Festival Alfonso Ortiz Tirado en Álamos Sonora.

¹ Maestro interino del Departamento de Contaduría y Finanzas, ITSON

² Asistente administrativo del Departamento de Contaduría y Finanzas, ITSON

³ Maestros Auxiliar del Departamento de Contaduría y Finanzas, ITSON

⁴ Maestra Investigadora del Departamento de Contaduría y finanzas, ITSON

Los valores éticos que destacan en esta etnia son responsabilidad, respeto, comunicación, lealtad, integridad, equidad y puntualidad. Las estrategias competitivas que desarrollan son, los diseños de sus productos de una manera original remarcando las tradiciones de la región.

Con base en el estudio del entorno general del análisis de la empresa “Artesanías Yaquis” se determinó la escasa competencia que prevalece en el mercado, y por lo tanto, no cuenta con una gran variedad de proveedores, ya que los productos que elabora están hechos con materia prima natural del hábitat. El proyecto de la etnia yaqui no es la excepción y se estima que al momento de entrar al mercado comercializando artesanías, deberá contar con información sobre ese entorno competitivo.

Palabras claves

Entorno

Tendencias

Estrategia Competitiva

Analysis of Business environment of ethnic Yaqui

Abstract

This present work develops an analysis of the environment of the business company called “Yaqui’s Ethic” where it shows us the production’s factory and how the variables affect the microeconomics and macroeconomics.

For this investigation of the subject was the study of the Yaqui’s Ethnic, this community contributes to the employability and the welfare of the Indians, promoting the integral progress in the physical, intellectual, social- emotional areas , respecting costumes, values, traditions and life’s quality in the Yaqui’s community.

This project will constitute under the regimen of the cooperative's society, being able to classify like limited or unlimited, which will be determined by the counsel. To know the demand that has the product we analyzed the type of properties, and the characteristic of these, the competence and the productive process of the elaboration of the product. The property's ethnic were considerate like the final products, which indicated us that the consumers they utilize for a gift or for decoration, also there is a national market in Guanajuato called Cervantino's Festival, Guanajuato and another regional Festival Alfonso Ortiz Tirado in Alamos, Sonora.

The ethic values that emphasize in this ethnic are responsibility, respect, communication, Loyalty, integrity, equity and punctuality. The competitive strategies that develop are the designs of their products in an original way to point out the traditions of the region.

The basic study of general context of the analysis of the company "Yaqui's Ethnic" it determined the lack of competence that prevails in the market, therefore, it doesn't count with great variety of providers, because the products that elaborates are made with prime natural material of habitat. The artisan's project of the ethnic Yaqui is not the exception and it estimate that the moment of the entrance in to the commercialization market of the artisan, must count with information about this competitive business type.

Key words

Environment

Tendency

Competitive Strategy

Introducción

El presente trabajo desarrolla un análisis del entorno de negocios de la empresa “Etnia Yaqui” en donde nos muestra los factores de producción, las variables microeconómicas y macroeconómicas que le afectan. Además se analizan las tendencias en todos los aspectos, y por último su competitividad que tiene con las empresas relacionadas al mismo sector en el mercado.

En los aspectos macroeconómicos se caracterizarán todos aquellos factores que afecten directamente con el producto, como lo van a ser la política fiscal, monetaria, los programas de fomento y la comercialización del mismo.

Dentro de un país, la economía es el mecanismo que asigna los recursos escasos entre los usos que compiten y es donde se decide que es lo que se produce, como se producen y para quien son estos bienes.

El proyecto de la Artesanía Yaqui observa el contenido analítico de la Microeconomía que consiste en las fuerzas que actúan en la determinación de la demanda del consumidor y en la oferta del productor, cuyas interrelaciones concluyen en la fijación del equilibrio de los mercados. Es parte de una comunidad que contribuye a la empleabilidad y bienestar de los indígenas, promoviendo el desarrollo integral del área física, intelectual, socioemocional, respetando las costumbres, valores, tradiciones y calidad de vida de la comunidad yaqui.

Es por eso, que con la apertura de la empresa artesanal, se espera tener una calidad de vida en general de la etnia yaqui, donde se detectan algunas deficiencias, de las cuales se esperan solucionar, en este caso se hablará de las tendencias sociales, tecnológicas, económicas, demográficas y por último al competencia global.

Es importante definir el concepto de competencia para todas aquellas empresas que se dedican a fabricar un mismo producto. La palabra competencia es la manera en que un mercado compite con otro, en cuestión a la elaboración y venta de un mismo producto, en este caso, nos referimos a la fabricación de productos artesanales. (Czinkota 2006)

Las características importantes que abordaremos en cuanto a la competitividad, serán todas aquellas que estén relacionadas con los gastos generales (optimización de costos), materia prima y mano de obra.

La negociación con el cliente es ofrecerle un producto de muy buena calidad y como se mencionaba bajo costo, en donde la empresa obtenga sus utilidades y el cliente los beneficios. Los proveedores no proporcionarán el 100% de las materias primas, ya que los artículos que se fabrican, se hacen con recursos naturales del hábitat.

Se planteará el código de ética que tendrá la empresa, así como los valores de cada uno de los trabajadores. Se asumirá la responsabilidad que tiene la comunidad y el apoyo que se tendrá con la etnia al disminuir el porcentaje de aquellas personas que viven sin servicios públicos, y

que no cuentan con servicios de salud, ésto con la ayuda de fondos económicos otorgados por el gobierno.

Entorno del negocio

Es por eso que se dio a la tarea de analizar al situación que tiene la empresa, para poder hacerle mejoras, y bien, ofrecerle un servicio en donde se pueda ayudar en cuanto establecer objetivo, misión, visión y una cosa muy importante, los valores que como trabajadores deben de tener, y la necesidad de planificar la mercadotecnia del producto, lo que es una clave para el éxito empresarial.

La ley de sociedades mercantiles en México establece diferentes tipos de constituciones de las mismas, ya sea si se trata de persona física o de persona moral. A continuación presentamos los siguientes conceptos según las necesidades y expectativas de los interesados, la cual nos enfocamos a un tipo de sociedad.

Sociedad Mercantil: Es la unión de dos o mas personas que aportan algo en común, para un fin lícito determinado, obligándose a enterarse mutuamente de su actuación. (Morales 2006)

Persona Física: Llamada también persona natural, es todo hombre o mujer con capacidad de goce y de ejercicio. (Morales 2006)

Persona Moral: Es una entidad formada por dos o mas personas físicas, para la realización de los fines colectivos, a la que el Derecho reconoce capacidad para tener derechos y obligaciones. (Morales 2006)

Responsabilidad limitada: Son aquellas sociedades en las que los socios responden de las obligaciones sociales hasta por el monto de sus aportaciones. (Morales 2006)

Responsabilidad ilimitada: Son aquellas sociedades en las que los socios responden de las obligaciones sociales hasta con su patrimonio personal. (Morales 2006)

El proyecto se encuentra en una etapa preinicial, es decir; se desconoce a las personas que integraran la sociedad (etapa comercial), así como tampoco se conoce el origen de su capital (etapa industrial). Lo que se tiene definido es que este proyecto está trabajando en conjunto con el Instituto Tecnológico de Sonora, el cual coincide que se implemente una empresa bajo la Ley de Sociedad Cooperativa.

En base a lo descrito con anterioridad, el proyecto de la etnia yaqui, podemos concluir que será una sociedad cooperativa, pudiendo ser clasificada como limitada o ilimitada, una vez que el consejo lo determine.

Los factores principales que influyen en la cantidad que se venderá de las artesanías son los siguientes:

- El precio del bien.

- Los precios de los factores de producción,
- Precios de los bienes relacionados.
- Los precios futuros.
- Los ofertantes.

Los factores de producción intervendrán directamente en el precio del bien, ya que el aumento de mano de obra, los costos de las herramientas incrementaran el precio final de las artesanías, provocarán una disminución en la oferta de los mismos.

Los precios de los bienes relacionados pueden beneficiar o perjudicar a la oferta de artesanías, es decir, si los precios de los bienes relacionados aumentan, implicará un incremento en consumo de artesanía yaqui, por lo contrario, si los precios de la artesanía aumentan, la demanda disminuirá, incrementando la demanda de los bienes relacionados.

Los precios futuros esperados, dependerán en gran parte de los precios en ese momento, si la tendencia estipula el incremento del precio de las artesanías futuras, se produce más, por lo contrario, si se estima que los precios disminuirán en el futuro, se lanza al mercado cantidades menores de artesanías.

El número de oferentes es variado, ya que tenemos a los mayos, imitadores de artesanías indígenas y el resto de las etnias a nivel nacional que también cuentan con costumbre y tradiciones similares.

Dentro de las empresas a nivel mundial, la economía es un factor clave, ya que en base a ella se observa el mecanismo que tendrán los productos para su posterior venta, así como los competidores con los que cuenta. Es aquí en donde se termina la demanda del consumidor, y la oferta del productor, cuyas interrelaciones aterrizan a la fijación del equilibrio de los mercados.

Para conocer la demanda que tiene el producto, debemos analizar que tipo de bien es, las características que tienen, la competencia y el proceso productivo para la elaboración del producto.

Los bienes de la etnia están considerados como productos finales, lo cual nos indica que los consumidores los utilizaran como un regalo o como decoración.

De igual manera se conoce, como un bien complementario; es decir, todos los accesorios de la vestimenta yaqui son complementos, ya que todo depende de todo para cumplir con sus tradiciones. Para algunos consumidores finales, la artesanía es también un bien complementario ya que forma parte de la decoración de una casa habitación u oficina.

Actualmente la comercialización de la artesanía de la etnia Yaqui ha sido en gran parte en mercado regional: festival Ortiz Tirado en Álamos, fiestas de semana santa, Festival de Otoño, ambas en Cocorit, mercado municipal, por mencionar algunos en el municipio de Cajeme. También hay un mercado nacional: El Festival Cervantino en Guanajuato.

Es importante definir bien lo que es el concepto de competencia, y más para todas aquellas empresas que se dedican a fabricar un mismo producto. La palabra competencia es la manera en que un mercado compite con otro, en cuestión a la elaboración y venta de un mismo producto (Parkin 2006) en este caso, nos referimos a la fabricación de productos artesanales.

La competencia que la artesanía Yaqui tiene, no es elevada, ya que es la única empresa en la región que cuenta con diversos productos artesanales a la venta. Existen otros tipos de empresas con el mismo giro, pero en este caso, en otras regiones, como lo es en Guanajuato, que se conoce por los pueblos chichimecas a los indígenas, considerados primitivos, asentados en el centro de México. Estos pueblos se dividen en tres grupos, en función de su etnia.

Hoy en día, no existe una estructura fiscal diferenciada, esto quiere decir, que no hay un tratamiento específico para microempresas, debido a que el gobierno ha uniformado la forma de tratar a las empresas en general.

Los procedimientos fiscales son largos y burocráticos, demandan una considerable inversión de tiempo y esfuerzo de los empresarios. Además, los yaquis tendrán que adaptarse a un nuevo régimen al cual no están obligados a desprenderse de parte de sus bienes económicos.

Todas las variables macroeconómicas y microeconómicas que influyen dentro de este proyecto, y más que nada los elementos de competencia del mercado, es importante valuarlos bien, ya que es aquí en donde se identifica si realmente si la empresa va a tener éxito, ya que se

hace un estudio de mercado y a su vez se evalúa que factor afectará en la elaboración, venta y exportación del producto.

Como se mencionó anteriormente, las tendencias relevantes que afectan a la empresa se clasifican de diferente manera:

Tendencias sociales – económicas:

- Solamente el 1% de la población percibe el salario mínimo sustentable.
- Incremento en la población yaqui ocupada que percibe al menos 4 salarios mínimo.

Entorno político y social

- Disminución del porcentaje de casos reportados por violencia y adicciones.

Seguridad personal y servicios de salud:

- Aumento en índice de educación de la población.
- Disminución de la prevalencia de desnutrición y peso bajo.
- Disminución del gasto público con respecto a enfermedades crónico degenerativas derivadas de aspectos alimentarios.

Vivienda

- Disminución en porcentaje de vivienda sin agua entubada, drenaje y energía eléctrica, en este punto no se trata el aportar tuberías para drenaje ni agua potable, porque eso le pertenece al gobierno, pero si el tratar de incrementar recursos y medios para lograrlo.

Tendencias tecnológicas

- La materia prima (insumo) se encuentra en su mismo hábitat natural, como la raíz del álamo y la cola de caballo.
- Disminución en la producción diaria de manera manual e implementar la tecnología, por lo tanto incrementarán los recursos monetarios.

Tendencias globales

- La competencia global de la etnia yaqui, en un futuro no muy lejano será la de enfrentar su producción artesanal contra las producidas por las 27,000 etnias a nivel mundial.

Tendencias demográficas

- El crecimiento de habitantes en 10 años fue de 25.9%, por lo cual se pronostica que dentro de los próximos 10 años tengan un crecimiento del 29% del total de la población yaqui.

La tribu yaqui con un territorio aproximadamente de 485,000 hectáreas está ubicada en ocho pueblos, los cuales son: loma de Bacum, loma de guamúchil, Torim, Vicam pueblo, Potam, Rahum, Huirivis y Belem.

Actualmente se llevan a cabo las mismas tradiciones en los ocho pueblos, por lo cual no hay diferencia entre ellos.

En la Tribu Yaqui se respeta la dignidad de las personas, la libertad y su privacidad, es por ello que se decidió elaborar el propio código de ética y los valores con los que cada uno de los trabajadores debe contar.

Ninguna persona debe ser discriminada por razones de género, estado civil, edad, religión, raza, opinión política, clase social y económica, embarazo, idioma, dialecto, origen étnico, nacionalidad, preferencia sexual o discapacidad.

Quienes tengan a su cargo personas que le reporten, tienen la obligación moral de respetarlas y protegerlas en lo pertinente.

Los valores que destacan son: responsabilidad, respeto, comunicación, lealtad, integridad, equidad, puntualidad, etc.

Estos valores constituyen una parte esencial de la cultura que se quiere adoptar. Como sabemos la conducta de las personas en el trabajo es un punto clave en el éxito de la empresa ya que evitaremos en su mayoría la posibilidad de que el empleado utilice recursos de la empresa para su beneficio propio y a su vez nos dará grandes beneficios como la imagen que tengamos ante la sociedad.

Una de las principales responsabilidades sociales que la etnia yaqui tiene son: el de difundir, preservar y transmitir su cultura a los integrantes de la misma tribu y al mundo en general con la finalidad de dejar como herencia a las nuevas generaciones la responsabilidad del gusto por el

trabajo, el sustento familiar, el preservar y transmitir la cultura, así como también ofrecer empleos e incrementar los bienes y servicios dentro de la misma comunidad.

Las estrategias competitivas, los diseños y las ventajas son de suma importancia para las empresas ya que nos definen los objetivos, el análisis, el perfil del producto y el mercado competidor.

Según Porter, define la estrategia competitiva como el desarrollar una fórmula de cómo las empresas van a competir, las cuales deben tener sus objetivos y que políticas serán necesarias para alcanzar esos objetivos.

Los puntos siguientes se refieren al desarrollo de la estrategia competitiva del proyecto de artesanías de la etnia yaqui donde se toma en cuenta lo siguiente para tener un panorama amplio de estos puntos de vista:

Estrategia de Producto.- La ventaja competitiva en la elaboración de las artesanías de la etnia yaqui se pueden identificar dos factores muy importantes, la materia prima o insumos y el recurso humano (artesanos).

Estrategia de Rivalidad.- La etnia yaqui se enfrenta a una lucha frente a frente con otras culturas para ganar o defender una posición en el mercado, la competencia más fuerte que actualmente se tiene en la etnia yaqui son las artesanías de Guanajuato y otras a menor escala producidas a nivel nacional.

Estrategia Comercial.- La estrategia comercial está representada por las 4 “p” de Mercadotecnia (producto, precio, promoción y plaza), cada una de la cuales integra una gran variedad de herramientas para atraer al cliente y facilitar el intercambio del producto.

Producto.- Corazón de la estrategia comercial, ya que los atributos de calidad, servicio e imagen constituye un perfil de producto de particular interés para un espacio del mercado.

Precio.- El precio que los consumidores están dispuestos a pagar por una artesanía yaqui está al alcance de la mayoría de los consumidores, ya que sus precios son flexibles y no elevados. El proceso productivo es sumamente sencillo, por lo tanto los costos productivos tienden a ser bajos, ya que los elementos del costo que forman las artesanías son recursos económicos como ya se ha explicado con anterioridad.

Promoción.- El papel de esta estrategia es el de informar, persuadir y reafirmar la presencia del cliente con las herramientas de la publicidad, relaciones públicas y fuerzas de ventas.

Plaza.- En esta parte se visualiza el modo en que se mueve el producto desde el lugar de producción hasta el consumidor (canales y puntos de venta), lo cual es de primordial importancia ya que gran parte se libra en estos lugares.

Así concluye lo que es el entorno general del análisis de la empresa “Etnia Yaqui” que si nos damos cuenta es una empresa que no tiene muchos competidores, y por lo tanto, no cuenta con

una gran variedad de proveedores, ya que los productos que elabora están hechos con materia prima natural del hábitat.

Se puede observar que no se cuenta con tecnología, lo que esto hace que la empresa tenga sus costos muy bajos, lo que quiere decir que la empresa está produciendo y las ganancias que se obtienen se aprovechan al máximo.

Las empresas se enfrentan a un escenario de competencia todos los días. El proyecto de la etnia yaqui no es la excepción y se estima que al momento de entrar al mercado comercializando artesanías, deberá contar con información sobre ese entorno competitivo.

A continuación se describen algunas problemáticas que podría afectar al proyecto y que significan en su mayoría información y análisis para favorecer la toma de decisiones.

La problemática con respecto al entorno de negocios, es que no se cuenta con una empresa legalmente constituida, en donde no se conoce el capital con el que cuenta, los socios, a que tipo de sociedad va a pertenecer, sin embargo, se identifica que recae dentro de una sociedad cooperativa.

Por otro lado, se percibe que es de suma importancia conocer los factores que intervienen al momento de asignar el precio a los productos, así como las ventajas que se tiene al obtener los costos muy bajos.

Al comercializar las artesanías, es importante ver el impacto que tiene con relación a las estrategias, ventajas y diseños competitivos. No se conoce la rivalidad que tiene el producto, competidores y su comercialización.

Por lo anterior surge la siguiente interrogante, ¿Cómo realizar un análisis de la situación actual de la etnia Yaqui para identificar sus necesidades y gestionar los recursos necesarios para ello?

Para realizar el estudio del entorno del negocio para el proyecto de la etnia yaqui, es necesario hacerlo a través del análisis de las variables micro y macroeconómicas, tendencias, ética y responsabilidad social, así como las estrategias competitivas y de colaboración.

La metodología utilizada fue la siguiente: en esta investigación el sujeto de estudio fue Etnia Yaqui, esta comunidad contribuye a la empleabilidad y bienestar de los indígenas, promoviendo el desarrollo integral del área física, intelectual, socioemocional, respetando las costumbres, valores, tradiciones y calidad de vida de la comunidad yaqui.

Los materiales directos fueron investigaciones basadas en artículos de los temas relacionados, casos de estudio en donde se identificaban las incidencias de estos con los proyectos del grupo, también se investigaron las tendencias que afectan a estos, plenarias en donde se analizaron casos desde diferentes enfoques para llegar a acuerdos consensuados y aplicarlos directamente a cada uno de los trabajos, obteniendo con éstos los resultados del proyecto.

El procedimiento empleado para llevar a cabo este trabajo fue el siguiente:

Fase 1. Forma de propiedad de los negocios. Se investigaron los tipos de propiedad que existen en México para constituir una empresa, se identificó cual es el tipo de propiedad al que corresponde la Etnia Yaqui, que es una Sociedad Cooperativa por la forma de organización y las características de esta, así como la definición de las obligaciones fiscales que tiene.

Fase 2. Entorno de negocios. Se analizaron las tendencias a nivel general, en donde se enfocó a lo que es la calidad de vida de las personas que habitan en la comunidad yaqui, así como la supervivencia.

Fase 3. Fundamento de Economía y de la Competencia. Se determinaron los factores que influyen en el entorno micro y macroeconómico, así como la teoría del consumidor, la demanda, la del productor, la del equilibrio general, y la de los mercados. No pueden considerarse enteramente separadas porque los resultados de unas influyen o son parte de la base de las otras. En cuestión a la competencia, se analizó el tipo de bien a producir, factores de producción, el precio con relación a los mercados competitivos y oferta que tiene el mismo.

Fase 4. Fundamentos de la Ética y Responsabilidad Social. Se investigaron los fundamentos claves de la ética y la responsabilidad social que tiene la empresa, elaborando un código aplicado a la Etnia Yaqui, de igual manera se establecieron los valores éticos que debe tener cada trabajador, así como la responsabilidad que tiene con la comunidad.

Fase 5. Estrategias Competitivas y de Colaboración. Se elaboró de manera general el estudio de las estrategias que tiene la empresa al competir con otras del mismo giro, identificando las fuerzas de competencia, así como las barreras de entrada y salida. Se diseñó el diagrama de flujo de los proveedores y competidores que se tiene, los canales de distribución, precios, promociones, etc. así como la cadena de valor.

Conclusión

Como resultados de la investigación se tiene lo siguiente: Se asignó a la empresa el tipo de sociedad que va a ser, ya que es una empresa que va a iniciar, se establecieron los requisitos para la constitución de la misma.

Dentro de las tendencias, se espera tener una calidad de vida en general de la etnia yaqui, donde se detectan algunas deficiencias. Una de las soluciones es incrementar la población yaqui ocupada que percibe al menos 4 salarios mínimos. Disminuir el porcentaje de vivienda sin agua entubada, drenaje y energía eléctrica, en este punto no se trata el aportar tuberías para drenaje ni agua potable, porque eso le pertenece al gobierno, pero si el tratar de incrementar recursos y medios para lograrlo.

La economía implica una serie de cambios en la dinámica global y la competitividad, más que nada deben de estar a la vanguardia en el mercado para ofrecer así los productos o servicios que se están ofreciendo. Se implementaron los estudios de demanda, un análisis de producción

y costos y un adecuado análisis de estructura de mercado, todos estos factores que ayuden a elaborar estrategias que generen impacto positivo en la toma de decisiones.

La elaboración de un código de ética, se determinaron los valores con los que debe de contar cada trabajador. Esto le sirve a la Etnia Yaqui a tener una buena relación con los clientes, y bien, crear un buen ambiente de trabajo.

Como último resultado obtuvimos el diagrama de flujo en donde nos explica el poder que tiene la empresa en base a los competidores, de igual manera la negociación que tiene con los proveedores y las amenazas que tiene la empresa si hubiera un producto sustituto. Por otro lado, la cadena de valor, la cual nos indica el proceso de producción, hasta llegar al producto final.

Podemos concluir, que el proyecto de la etnia Yaqui, puede ser buena empresa para iniciar sus operaciones, ya que no tiene competidores en el mercado que elaboren el mismo producto. En primera instancia, vemos que es un proyecto factible, que puede posicionarse en diferentes mercados.

Referencias Bibliográficas

Consejo Nacional de Población, (CONAPO) Indicadores de población. Página consultada en noviembre de 2009.

<http://www.conapo.gob.mx>

Czinkota, Michael R & Kotabe Masaaki (2006). *Administración de la mercadotecnia*. Edición 2. Editorial International Thomson Editores, S.A. de C.V. México, D.F. 74 pp.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Página consultada en noviembre de 2009.

<http://www.inegi.gob.mx>

Mailxmail.com, curso para compartir lo que sabes. Página consultada en noviembre de 2009.

<http://www.mailxmail.com/curso-marketing-empresa/marketing-mercadotecnia-color>

Morales Sánchez María Elena (2006). *Contabilidad de Sociedades*. Primera edición. Editorial McGraw Hill. México, D.F. 4-11 pp.

Parkin Michael, 2006. *Microeconomía*. Edición 5. Editorial: Pearson Education, Inc. México D.F. 57, 58-60 pp.

Porter Michael (2006). *Ventaja Competitiva*. Edición 2. Editorial: Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V. México. D.F. 4-11, 34-37 pp.

Porter Michael (2006). *Estrategia Competitiva*. Edición 2. Editorial: Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V. México, D.F. 49, 181-182 pp.