

BIBLIOTECA



CENTRO UNIVERSITARIO
DE INVESTIGACIONES
BIBLIOTECOLÓGICAS

INFOBILA

EL RETO INFORMATIVO

PARA MODERNIZAR LA INDUSTRIA

ALIMENTARIA JALISCIENSE.

Documento que se somete al Comité Evaluador de Ponencias de las XXIII Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía, a celebrarse en Mérida, Yuc, en septiembre de 1992.

RESUMEN

La industria alimentaria jalisciense es uno de los sectores manufactureros más importantes de la entidad, el cual enfrenta grandes retos de transformación por la apertura comercial del país; por ejemplo, aun cuando apenas se han abierto las fronteras, uno de cada tres kilos de alimentos que se consumen nacion-alimente es importado [7]. A pesar del impacto transformador que recibe esta industria y de sus necesidades obvias de insumos informativos, hasta la fecha no se han creado planes integrales para apoyar al empresario en este renglón. En este documento, se hace un análisis teórico de la industria alimentaria de Jalisco y sus requerimientos informativos, así como la oferta y la necesidad que tiene el estado de optimizar estos recursos. (cuales?)

INFOBILA

productiva del país, para incursionar en el nuevo orden económico mundial caracterizado por la apertura, intensa competencia e interdependencia comercial [12].

Los empresarios mexicanos están conscientes de que el desafío de la apertura económica presupone un mayor incremento de productividad y eficiencia [3]. Como ejemplo de lo anterior, una encuesta de la Comisión de Comercio y Fomento Industrial del Senado de la República encontró que el 80% de los sectores productivos esperan obtener beneficios [9]. Sin embargo, estos mismos sectores manifiestan no sentirse preparados o requerir de un mayor plazo para modernizarse y mejorar la competitividad a niveles internacionales [13]. Esta incertidumbre refleja la demanda potencial de información que tiene el empresario para adaptarse a la transformación que vive el país. Para ello, se están identificando los factores que deberán fortalecerse para lograr la mencionada competitividad.

Se habla, por ejemplo, de que México tiene ventajas derivadas de un menor costo de la mano de obra y que frente a fuertes desventajas como las que se dan en el aspecto tecnológico, el país puede anteponer la creatividad [10]. Sin embargo, los industriales mexicanos empiezan a aprender que en el futuro cercano, serán los conocimientos y no la mano de obra barata, los que en conjunto generarán ventajas competitivas [10].

Se sabe a través de la experiencia asiática, que para garantizar la supervivencia y desarrollo empresarial en la nueva estructura económica, los industriales deberán analizar continuamente la

evolución de los acontecimientos mundiales, nacionales y locales. Así mismo, tendrán que allegarse información confiable y diversificada, para sustentar la toma de decisiones o la planeación estratégica. Igualmente, deberán conocer, anticipadamente las acciones de los competidores existentes, la amenaza de nuevos productos sustitutos, la fuerza negociadora de clientes o compradores, el poder de proveedores y vendedores, y la posible entrada al sector industrial de nuevos competidores [10, 11]. Para obtener esta información, analizarla y aprovecharla, tendrán que establecer o contratar servicios de inteligencia empresarial.

Hamrefords dice que la información se constituye en inteligencia en el momento en que se ordena y analiza, de tal forma, que permita el entendimiento de ciertas situaciones y proporcione elementos para la acción. El mismo define a la inteligencia empresarial como "el camino para entender las causas lógicas de los acontecimientos que se dan en el campo de los negocios, los cuales son indispensables para tomar acción inmediata apropiada" [6].

Dichos servicios, ya sean organizados en la propia empresa o fuera de ella, requerirán de la información local, independientemente de la nacional e internacional. Desafortunadamente, las carencias informativas del país se vuelven mayores a nivel estatal, ya que, por ejemplo, no existe ningún repertorio que dé a conocer la información jalisciense y los servicios que existen para apoyar la industria en general, sin mencionar el sector alimentario, que es el giro que se cubre en este documento.

3. LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN MEXICO Y EN JALISCO.

El sector agro-industrial se ha convertido en un complejo sistema que integra e interrelaciona actividades económicas que involucran tanto la producción de insumos agrícolas, como la producción agropecuaria y el procesamiento industrial de dichos productos, así como la distribución y comercialización [4].

La industria alimentaria es una de las más importantes del país, debido a que está relacionada directamente con la satisfacción de las necesidades básicas de la población. En Jalisco, este sector cuenta con 3,417 unidades industriales, lo que significa que casi el 34% de las empresas manufactureras son del ramo de alimentos, siendo igualmente el principal generador de empleos, ya que en ella laboran 56,087 personas, lo que equivale al 33% del total del personal contratado en la industria (véanse anexos 1 y 2). Estas cifras dan una idea de la importancia del sector alimentario en el estado Jalisciense.

Las perspectivas para las empresas mexicanas dedicadas al ramo de alimentos, frente a la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC), son inciertas y sujetas a muy diversas especulaciones. El presidente de la Cámara de la Industria Alimenticia reconoce que es probable la desaparición de aquellas empresas que no inviertan en avances tecnológicos, reconoce además, que los industriales de este sector no estaban acostumbrados a competir, ya que sus productos eran los únicos en el mercado [16]. Por su parte, el

economista Jorge Salazar asegura que uno de cada tres kilos de alimentos que se consume en el país es importado y afirma que las negociaciones del TLC son desfavorables para México, ya que propiciarán la concentración de la riqueza y el control de la industria alimentaria por parte del capital trasnacional, pues una de cada cuatro empresas de este sector es extranjera [7].

Jalisco ha mostrado históricamente su importancia en el sector agro-industrial. Esta importancia originalmente, se derivó del hecho de contar con las condiciones geográficas y climáticas propicias para la producción agrícola y ganadera, que permitió el establecimiento de industrias que dispusieron, además de suficientes materias primas, con un amplio mercado regional. Adicionalmente, se dieron las condiciones sociopolíticas que alentaron la implantación y posterior desarrollo de esta actividad [4].

La industria jalisciense ocupa los primeros lugares en la manufactura nacional de productos alimentarios como por ejemplo: aceites, grasas vegetales, harinas, dulces, bebidas y productos lácteos [5]. Gran parte de esta industria (67%) se concentra en la zona metropolitana de Guadalajara (ZMG) (véanse cuadros 1 y 2).

La entrada de nuevos capitales e industrias, se cree, afectarán a todo el sector, aunque principalmente a las empresas de menor tamaño. La Cámara de la Industria Alimentaria tiene 1,650 afiliados en Jalisco, de los cuales el 80% están clasificados

como micro-empresas, el 13% como pequeñas, el 5% medianas y sólo el 2% como grandes [16]. Los números indican claramente que la mayoría de las empresas son pequeñas y que, por lo tanto, requerirán de mucha orientación para que se adapten a su nuevo entorno empresarial, que se vuelve internacional.

4. PERFIL DEL EMPRESARIO JALISCIENSE

En la medida en que se han revisado los estudios realizados sobre la industria de Jalisco, se ha encontrado que se insiste frecuentemente, en el carácter distintivo del empresario jalisciense: el que actúa de manera diferente al de Monterrey, Puebla, Chihuahua o del Distrito Federal. Por lo tanto, es importante estudiar de qué manera estas particularidades de dichos personajes influyen en un menor o mayor uso de información para ganar competitividad. Tales características pueden determinar la posición que tendrá la industria alimentaria jalisciense frente a la apertura comercial y específicamente, en cuanto a la utilización de información para ganar inteligencia empresarial.

A continuación, se mencionan algunas de las principales peculiaridades identificadas del empresario jalisciense y del ambiente económico en que éste se desenvuelve [5, 1, 14]:

- Los empresarios industriales surgieron de un pasado comercial y esta es la principal vocación económica que tiene la entidad, sobre todo la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG).

- La propiedad y el manejo de las empresas es clásicamente familiar.

- La industria en la ZMG se originó principalmente por las necesidades que el proceso de urbanización trajo consigo, a diferencia, por ejemplo, de Monterrey, en donde fue la industrialización la que propició el crecimiento urbano.

- La mayoría de los empresarios de Jalisco son originarios del occidente del país y mantienen actitudes regionalistas.

- Casi todos ellos empezaron en pequeña escala, se formaron sobre la marcha y desarrollaron sus empresas a través del esfuerzo y del establecimiento de vínculos familiares, con los dueños del capital.

- El empresario de Jalisco es altamente religioso, muchos de ellos han recibido educación jesuita, en otros, es palpable la influencia del Opus Dei.

- El mismo empresario jalisciense se considera a si mismo conservador, poco arriesgado y prudente.

Algunas de estas características fueron la base para que el empresario jalisciense progresara, sin embargo, tales factores, parecen detener su progreso en la actualidad. Se considera que dichos industriales se han visto gradualmente desplazados en los últimos años, por capitales y decisiones provenientes de otros

estados del país y del extranjero, que han llegado con un mayor dinamismo y agresividad [3].

La apertura económica puede afectar negativamente al empresario del estado en mención, si continúa con actitudes conservadoras. Por lo tanto, los efectos de la globalización económica, quizá provoquen un cambio gradual de las actitudes mencionadas, para dar lugar a nuevas conductas proclives a la modernidad y a la competitividad.

5. FUENTES DE INFORMACION PARA LA INDUSTRIA

En la medida en que el país avanza en el proceso de modernización y apertura económica y se aproxima más a la firma del TLC, es indispensable conocer los recursos informativos y de asesoría que están disponibles para el empresario en general, así como para el dedicado a la industria de los alimentos. En forma tentativa, se hizo un sondeo por teléfono y algunas visitas para detectar los recursos mencionados. Los resultados se han concentrado en seis cuadros: publicaciones relevantes para el quehacer industrial, centros de investigación, servicios de información, exposiciones, centros de documentación de empresas y, consultores. En los cuadros sólo se dan nombres, omitiéndose datos como dirección, costo, frecuencia, etc., debido a la limitación de espacio de esta ponencia.

Las revistas publicadas en el estado son varias, pero las más relevantes son relevantes para estar al día del acontecer

empresarial local son cuatro. Además de estas publicaciones están los ocho periódicos locales, de los cuales se consideran los más importantes Siglo XXI, Ocho Columnas, El Occidental y la Sección Jalisco de El Financiero (véase cuadro 3), ya que son los que cubren mejor las noticias sobre negocios y sobre los temas socio-económicos y políticos. Existen también tres centros de investigación cuyo trabajo es importante para el sector industrial (véase cuadro 4). Por otro lado, las bibliotecas/centros de información que ofrecen servicios especialmente organizados para el empresario, son 10 (véase cuadro 5). Además de ellos están las unidades de documentación de siete industrias alimentarias (véase cuadro 7). Estas cifras excluyen las bibliotecas, especialmente de instituciones educativas públicas, las cuales hasta el momento no han organizado ningún servicio diseñado para el industrial, salvo los que ofrecen a todo usuario que toca a sus puertas.

Guadalajara cuenta con uno de los centros de exposiciones más importantes de América Latina, lugar donde el empresario puede contactar directamente a posibles clientes, proveedores o co-inversionistas. Por ejemplo, entre los últimos meses de 1992 y los primeros de 1993 se realizarán seis exposiciones relacionadas con el sector de alimentos (véase cuadro 6). Tales eventos son de primera importancia para obtener información sobre el desarrollo que tiene la industria y por lo tanto, actualizar la estrategia competitiva de las empresas locales.

Finalmente, con la apertura económica se están fortaleciendo las empresas de consultoría existentes y están surgiendo otras nuevas, dedicadas, principalmente, a brindar asesoría en materia legal, realización de estudios de mercados, reclutación y capacitación de personal. Se considera que son ocho los bufetes más importantes (véase cuadro 8).

6. EL RETO INFORMATIVO

No obstante que Jalisco cuenta con servicios de información para el apoyo del industrial, quizá con mayores ventajas que otros polos industriales del país, éstos no son suficientes y, además, carecen de repertorios informativos para dar a conocer la infraestructura existente al empresario del estado, tales como directorios de servicios informativos.

Para localizar un centro de información es necesario preguntar en varias organizaciones. Los bibliotecarios, consultores, e industriales conocen los que más usan, pero ignoran el potencial que tienen otros servicios. Esto fue confirmado con una llamada telefónica hecha a todos los centros patronales y de información para ver si se conocían unos a otros; la respuesta fue siempre incompleta. La mayoría de las personas entrevistadas conocían un promedio de cuatro organismos, cifra que indica la ignorancia sobre los recursos locales.

Este muestreo informal, permite asumir que se requiere la compilación de un directorio que describa todas las fuentes

informativas existentes en el estado, de relevancia para el industrial del sector alimentario. Igualmente, se justifica la creación de un plan estatal de inteligencia informativa empresarial para apoyo de la industria local. Así mismo, difundir en las cámaras y asociaciones industriales los servicios informativos existentes para las empresas.

7. CONCLUSIONES

En base a los planteamientos hechos en las páginas anteriores sobre la transformación globalizadora de la economía nacional que crea mayores necesidades informativas para la industria alimentaria jalisciense, y si es que ésta desea conservar o ampliar su posición en el mercado, se concluye que:

7.1. El empresario deberá implementar, en mayor o menor medida, servicios de inteligencia para monitorear su entorno empresarial, si desea mantenerse con éxito en el sector industrial.

7.2. Jalisco cuenta con recursos informativos relacionados con la industria alimentaria, la mayoría concentrados en Guadalajara. Estos podrían ser optimizados si se crearan herramientas informativas para conocer su existencia.

7.3. La idiosincrasia conservadora del empresario jalisciense fue factor de éxito en la economía cerrada que tenía México, pero dichas características pueden ser ahora elementos que lo desplacen del mercado, ante empresas extranjeras caracterizadas

por agresividad mercantil e industrial. Por lo tanto es necesario estudiar tal personalidad en relación al uso de información para ganar competitividad.

7.4. Los profesionales relacionados con el sector informativo del estado, tienen ante si un reto informativo creado por la insercion de la economía en los mercados mundiales con mínimas barreras arancelarias. El desafío consiste en optimizar los recursos informativos existentes, así como la creación de otros para el emergente mercado creado tanto por la industria alimentaria, como por el resto de los sectores de la economía.

8. REFERENCIAS .

- [1] ALBA VEGA, C. y D. KRUIJT. **Los empresarios y la industria de Guadalajara**. Guadalajara: El Colegio de Jalisco, 1988. 313 p.
- [2] **Calendario de eventos 1992-1993**. -- Guadalajara: Expo-Guadalajara. Centro de Exposiciones, 1992. 7 p.
- [3] "Desarrollo y perspectivas del sector manufacturero" **Dinámica Industrial**. Vol. 1, No. 2, abril 1992. pp. 26-29.
- [4] Gobierno del Estado de Jalisco. **La agroindustria en el Estado de Jalisco**. -- Guadalajara: El Gobierno, 1982. 158 p.
- [5] **Guadalajara, la gran ciudad de la pequeña Industria**. -- Zamora, Mich. : El Colegio de Michoacán, 1985. 301 p.
- [6] HAMREFORS, S. "Business Intelligence systems as a route to improving competitive positions". **Information Services & Use**, No. 9, 1989. pp. 217-224.
- [7] "Importados gran parte de los alimentos del país". **Siglo XXI**, 29 de mayo de 1992. Entrevista a Jorge Calderón Salazar, Secretario de la Comisión de Programación y Presupuesto de la Cámara de Diputados. p. 7 C.
- [8] MEXICO. INEGI. **Resultados oportunos del Estado de Jalisco: Censos Económicos de 1989**. -- Aguascalientes : INEGI, 1990. pp. 12-14.
- [9] "80% de los sectores productivos esperan beneficios del TLC". **El Occidental**, 29 de febrero de 1992. p. 5 A.
- [10] PICAZO MANRIQUEZ, L. R. y F. MARTINEZ VILLEGAS. **Ingeniería de servicios: para crear clientes satisfechos y lograr ventajas competitivas, sustanciales y sostenibles**. -- 2a ed. -- México : Mc Graw- Hill, 1991. 386 p.
- [11] PORTER, M. **Estrategia competitiva**.-- México : Limusa, 1990. 254 p.
- [12] "Programa para la modernización y desarrollo de la industria micro, pequeña y mediana, 1991-1994". **El Mercado de Valores**, No. 6, marzo 16 de 1991. pp. 15-20.
- [13] RAMIREZ MARTINEZ, R. H. "La nueva economía y la industria local". **Dinámica Industrial**, Vol. 1, No. 2, 1992. pp. 6-9.
- [14] ZATARAIN CASTELLANOS, M. **La modernización de la industria en Jalisco**. -- Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 1990. -- (Cuadernos de difusión científica ; 17). 80 p.

Cuadro 1

**LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA DEL EDO. DE JAL. CON RELACION
A LA INDUSTRIA MANUFACTURERA, SEGUN NUMERO DE
UNIDADES ECONOMICAS Y PERSONAL OCUPADO - 1988 [8].**

INDUSTRIA MANUFACTURERA	1980	1985	1988
-Número de unidades	9,902	9,612	10,108
-Personal ocupado	167,423	168,661	169,400
 INDUSTRIA ALIMENTARIA			
-Número de unidades	3,425	3,372	3,417
% sobre industria manufacturera	35.2	34.3	33.9
-Personal ocupado	38,143	46,820	56,087
% sobre industria manufacturera	22.5	27.8	33.1

Cuadro 2

**POSICION DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS DE JALISCO, CON
RELACION AL SECTOR MANUFACTURERO [8],
Según el número de unidades y personal ocupado - 1988**

	UNIDAD.	%	PERSON.	%
Total sector manufacturero en Jalisco.	10,108	100	169,400	100
Productos alimenticios, bebidas y tabaco.	3,417	33.8	56,087	33.1
Textiles, prendas de vestir e industria del cuero.	1,138	11.3	32,351	19.1
Industrias de maderas y productos de la madera.	1,064	10.5	10,044	6.0
Papel y productos de papel, imprenta y editoriales.	529	5.2	5,105	3.0
Sustancia químicas, productos del petróleo y del carbón, de hule y de plástico	539	5.3	21,040	12.4
Productos minerales no metálicos	947	9.4	8,637	5.1
Industrias metálicas básicas	58	.6	3,101	1.8
Productos metálicos, maquinaria y equipo.	2,298	22.7	31,819	18.8
Otras industrias manufactureras	118	1.2	1,216	.7

Cuadro 3

PUBLICACIONES
Agenda 50 - CAREINTRA
Dinámica Industrial - CAREINTRA
Lo Nuestro en Alimentos - Cámara de la Ind. de Ali. de Jal.
Gaceta Mercantil - Cámara de Comercio de Guad.
Directorio Industrial de Jalisco -Centro Patronal de Jal.
Periódicos:
El Informador
El Occidental
El Jalisciense
El Diario
Ocho Columnas
El Sol de Guadalajara
Siglo XXI
El Financiero, Sección Jalisco

Cuadro 4

CENTROS DE INVESTIGACION
Colegio de Jalisco - Estudios socio-económicos
CIATEJ, Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco - Investigación y asesoría teconológica.
INESER (Ints. de Est. Eco. y Reg. UdG) - Aspectos económicos y demográficos.

Cuadro 5

CENTROS Y SERVICIOS DE INFORMACION
Instituto Tecnológico de Estudios Sup. de Occidente (ITESO). ITESM, Campus Guadalajara Universidad Panamericana, Campus Guadalajara Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA) INESER, Universidad de Guadalajara (UDG). Instituto de Madera, Celulosa y Papel (UdG) - Recuperación de normas y patentes. Instituto Jal. de Promoción y Estudios Económicos, COPARMEX Cámara de Comercio de Guad., Departamento de Estudios Económicos, Cámara Americana de Comercio Club de Industriales de Jalisco

Cuadro 6

EXPOSICIONES INDUSTRIALES Y COMERCIALES (2)
Expo-Comercio; USA-México Expo Industrial; Confitexpo (industria dulcera); AFIA (Alimentos balanceados); Expo Alimenta; Expo Comercio y Feria Mexipan (repostería y similares).

Cuadro 7

EMPRESAS CON CENTROS DE INFORMACION
Semillas Híbridas S. A. DE C. V. Compañía Nestlé S. Productos Verdevalle S. A. DE C. V. Almidones Mexicanos Asgrow Mexicana Grupo Arancia Bimbo de Occidente

Cuadro 8

EMPRESAS DE CONSULTORIA MAS IMPORTANTES
- Gil y Asociados Consultores - Norris & Elliott S. A. de C. V. - Consultoría Estratégica en Mercadotecnia - Consultores en Dirección y Productividad - Grupo Inter - Investigación y Análisis de Mercados - Proa asesores - Professional Consultants - Sistemas Integrales de Productividad

unidad promocional ubicada en el mismo CST en el
que los usuarios interesados podrán consultar ex-
clusivamente los sistemas franceses.

27 de junio de 1984.

1. INTRODUCCION

En la ponencia se plantean, en forma general, algunos aspectos relacionados con un proyecto de investigación en curso sobre la capacidad de inteligencia informativa de las empresas del sector alimentario del Estado de Jalisco. El objetivo de redactar este documento, es señalar la importancia de optimizar los recursos informativos que sean relevantes al sector industrial. No se pretende dar soluciones, sino propuestas de algunas tareas que podrían ser tomadas por los diferentes actores del sector informativo. Entendiendo por éstos todos aquellos profesionales que potencialmente ofrecen o pueden ofrecer servicios o asesoría informativa a los industriales jaliscienses.

El trabajo cubre los temas relacionados con el nuevo esquema económico nacional, tales como: inteligencia informativa, definición del empresario del Estado de Jalisco, la industria alimentaria, servicios informativos existentes, y su definición, al igual que en el caso del sector informativo en su sentido más amplio y; finalmente, las tareas que son necesarias para optimizar dichos recursos, así como para crear otras fuentes informativas.

2. EL NUEVO ENTORNO ECONOMICO

México ha entrado en los últimos años en una etapa de cambios profundos en materia de política económica. Estas transformaciones tienen como propósito preparar la estructura