

Comercializadoras de los Altos Sur de Jalisco México y su vinculación con el comercio internacional

Dr. Silvano De la Torre Barba

Profesor de Tiempo Completo. Universidad de Guadalajara
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6938-2241>
sbarba@cualtos.udg.mx

Dra. María Teresa Gómez González

Profesor de Tiempo Completo. Universidad de Guadalajara
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1393-9127>
mtgomez@cualtos.udg.mx

Dra. Edith Guadalupe Baltazar Díaz

Profesor de Tiempo Completo. Universidad de Guadalajara
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8858-0465>
ebaltazar@cualtos.udg.mx

Dra. Ma. Socorro Valdez Ocegueda

Profesor de Tiempo Completo. Universidad de Guadalajara
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9098-7344>
ma.valdez@academicos.udg.mx

Mtra. María Guadalupe Medina González

<https://orcid.org/0000-0001-9444-6203>
Profesor de Tiempo Completo. Universidad de Guadalajara
mariag.medinag@academicos.udg.mx

Colaboradores:

Dr. José de Jesús Rodríguez Gómez

Lic. Natalia Navarro Iñiguez

RESUMEN

La actividad económica constituye el eje fundamental de la vida social. Actualmente, algunas tendencias se manifiestan a través de las negociaciones, haciendo parecer que todo gira en torno al comercio, inicialmente, desde su forma más doméstica, hasta empatar con las tendencias globales, donde se puede identificar el acceso que tenemos a otras formas de intercambiar bienes, productos y servicios, a través de una contraprestación económica. Este proceso, se establece como un sistema integral, en el que se precisa como objeto de estudio, hacer una descripción de las principales actividades que relacionan al comercio internacional, con el dinamismo comercial que desde esta zona de México se produce, debiendo identificar una de sus organizaciones comerciales a las que llamamos también comercializadoras, debidamente constituidas como sociedades mercantiles, a través de un muestreo de los últimos ocho años, contados desde junio de 2014, y hasta de junio de dos mil veintidós. Dando cuenta del marketing internacional de una de las regiones de México, consideradas como de las más productivas, la de los Altos Sur, del estado de Jalisco, dejando de manifiesto a través de un análisis descriptivo, con un enfoque mixto, tanto cualitativo como cuantitativo, el grado de importancia que han alcanzado las importaciones y exportaciones de mercancías desde la zona de impacto, pudiendo identificar que sí hay vinculación comercial de la mercadería con otras naciones, y que cada vez hay mayor fortalecimiento debido a su impacto con el mercado entre países, señalando cómo es que contribuye al comercio internacional la Región de estudio.

Palabras clave: Comercio internacional, mercancías, región Altos Sur de Jalisco, importaciones, exportaciones, comercializadoras.

Marketers of the Altos Sur the Jalisco México and their relationship with foreign trade.

ABSTRACT

Economic activity constitutes the fundamental axis of social life. Currently, some trends are manifested through negotiations, making it seem that everything revolves around trade, initially, from its most domestic form, to tie with global trends, where we can identify the access we have to other forms of exchange. goods, products and services, through an economic consideration. This process is established as an integral system, in which it is necessary as an object of study, to make a description of the main activities that relate to international trade, with the commercial dynamism that is produced from this area of Mexico, having to identify one of its commercial organizations, which we also call marketers, duly constituted as mercantile companies, through a sample of the last eight years, counted from June 2014, and up to June two thousand and twenty-two. Giving an account of the international marketing of one of the regions of Mexico, considered one of the most productive, that of the Altos Sur, in the state of Jalisco, making it clear through a descriptive analysis, with a mixed approach, both qualitative and quantitative. , the degree of importance that imports and exports of merchandise have reached from the impact zone, being able to identify that there is a commercial link of the merchandise with other nations, and that there is increasing strengthening due to its impact with the market between countries , indicating how the Region of study contributes to international trade.

Keywords: International trade, goods, Altos Sur region of Jalisco, imports, exports, marketers.

Comerciantes do Planalto Meridional de Jalisco México e sua relação com o comércio internacional.

RESUMO

A atividade econômica constitui o eixo fundamental da vida social. Atualmente, algumas tendências se manifestam por meio de negociações, fazendo parecer que tudo gira em torno do comércio, inicialmente, desde a sua forma mais doméstica, até a vinculação com as tendências globais, onde podemos identificar o acesso que temos a outras formas de troca de bens, produtos e serviços, mediante uma contrapartida econômica. Este processo é estabelecido como um sistema integral, no qual é necessário como objeto de estudo, fazer uma descrição das principais atividades que se relacionam com o comércio internacional, com o dinamismo comercial que se produz a partir desta área do México, tendo identificar uma de suas organizações comerciais, que também denominamos feirantes, devidamente constituídas como empresas mercantis, através de uma amostra dos últimos oito anos, contados de junho de 2014, até junho de dois mil e vinte e dois. Dar conta do marketing internacional de uma das regiões do México, considerada uma das mais produtivas, a do Altos Sur, no estado de Jalisco, deixando claro através de uma análise descritiva, com abordagem mista, tanto qualitativa quanto quantitativa. , o grau de importância que as importações e exportações de mercadorias atingiram da zona de impacto, podendo identificar que existe um vínculo comercial da mercadoria com outras nações, e que está se fortalecendo cada vez mais devido ao seu impacto com o mercado entre países, indicando como a Região de estudo contribui para o comércio internacional.

Palavras-chave: comércio internacional, mercadorias, região de Altos Sur de Jalisco, importações, exportações, comerciantes.

INTRODUCCIÓN

Las regiones de cada país integran actividades diversas y participan en las estructuras socioeconómicas que las fortalecen, generando vínculos con quienes se relacionan y compiten, razón por la que es imprescindible identificar y describir cómo se vinculan las sociedades mercantiles con actividad empresarial, que actúan como comercializadoras, en una de las zonas geográficas del país que se distingue por sus actividades avícolas, agrícolas, ganaderas, piscícolas e industriales, denominada región de los Altos Sur, perteneciente al estado de Jalisco, México.

México está conformado por treinta y dos entidades federativas, siendo Jalisco una de ellas y a su vez, se divide geográficamente en doce regiones, y la de estudio que es la de los Altos Sur, está identificada como la región número tres, integrada por doce municipios, en los que se promueve y desarrolla el marketing de bienes, productos, servicios y efectos, como una de sus principales actividades económicas y de captación de recursos económicos, razones que hacen atractivo el desarrollo de su investigación y la vinculación que tienen las empresas comercializadoras de esta zona geográfica del país, con el comercio internacional.

El objeto de estudio que se aborda en este artículo, consiste en mostrar una radiografía descriptiva de las principales actividades que relacionan al comercio internacional, con la dinámica comercial que desde esta zona del país se produce y realiza, identificar sus organizaciones comerciales o comercializadoras, debidamente constituidas como sociedades mercantiles, en un muestreo de los últimos ocho años, a partir del mes de junio de 2014, hasta el mes de junio de dos mil veintidós.

La región Altos Sur de Jalisco, México. Contextualización:

A partir de la regionalización administrativa decretada por el Ejecutivo Estatal, vigente desde el 3 de agosto de 1998, quedaron conformadas en Jalisco, México, las siguientes 12 regiones: 01 - región Norte, 02 - región Altos Norte, 03 - región Altos Sur, 04 - región Ciénega, 05 - región Sureste, 06 - región Sur, 07 - región Sierra de Amula, 08 - región Costa Sur, 09 - región Costa-Sierra Occidental, 10 - región Valles, 11 - región Lagunas y 12 - región Centro.

Cada una de las regiones administrativas, está compuesta por la cantidad de demarcaciones que se mencionan en la siguiente tabla, conformando un total de 125 municipios.

Tabla 1

Regiones de Jalisco, México

Región	Número de Municipios
01 Norte	10
02 Altos Norte	08
03 Altos Sur	12
04 Ciénega	09
05 Sureste	10
06 Sur	12
07 Sierra de Amula	14
08 Costa Sur	06
09 Costa-Sierra Occidental	08
10 Valles	12
11 Lagunas	12
12 Centro	12

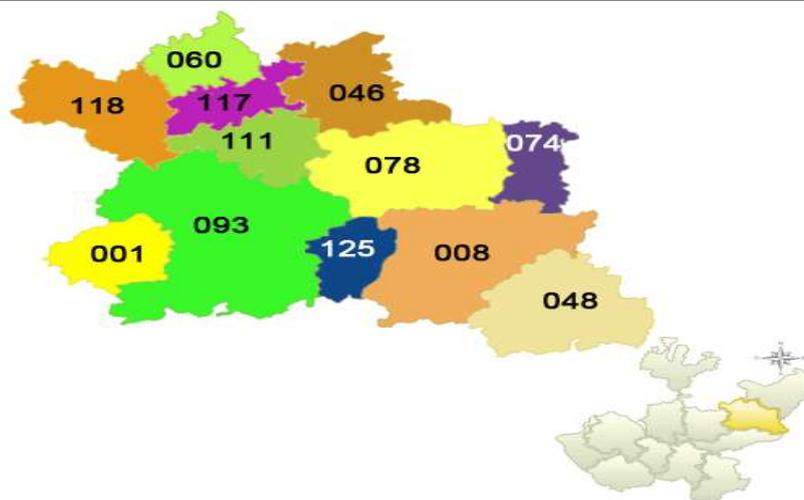
Nota: Información al 2 de diciembre de 2022. Adaptado de “Jalisco: Gobierno del Estado de Jalisco, 2018-2024”, por Jalisco, 2022 (<https://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/regiones>).

La región objeto de estudio es la 03, denominada Altos Sur; con una extensión superficial de 6,612.82 kilómetro cuadrados, correspondientes a un poco más del 8% del territorio total de la entidad federativa de Jalisco, México, y está conformada por los municipios representados en la gráfica 1, y que son los siguientes:

1.- Acatic; 2.- Arandas; 3.- Cañadas de Obregón; 4.- Jalostotitlán; 5.- Jesús María; 6.- Mexxicacán; 7.- San Ignacio Cerro Gordo; 8.- San Julián; 9.- San Miguel El Alto; 10. Tepatitlán de Morelos (sede); 11.- Valle de Guadalupe; y 12.- Yahualica de González Gallo.

Figura 1

Municipios de la Región Altos Sur



Nota: Claves de los municipios de la Región Altos Sur correspondientes a la figura: 001 - Acatic, 008 - Arandas, 117 - Cañadas de Obregón, 046 - Jalostotitlán, 048 - Jesús María, 060 - Mexticacán, 125 - San Ignacio Cerro Gordo, 074 - San Julián, 078 - San Miguel el Alto, 093 - Tepatitlán de Morelos, 111 - Valle de Guadalupe, 118 - Yahualica de González Gallo.

Fuente: Yo soy Jalisco. (2023). División Administrativa: Región Altos Sur.

<https://sites.google.com/site/jaliscoexperience/division-administrativa/regin-altos-sur>

Las principales actividades económicas e industriales de los Altos Sur de Jalisco, México, de acuerdo a la información proporcionada por el INAFED, Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (INAFED, 2022). Se concentran principalmente en los cultivos agrícolas, tales como: maíz, agave, trigo, frijol, alfalfa y pasto. Destaca también la minería, a través de la extracción de mármol, grava, manganeso, arena y piedra de construcción, (actividades preponderantes en los municipios de Acatic, Tepatitlán de Morelos y Yahualica de González Gallo). La industria de la Región, se ve representada principalmente por la elaboración de textiles, la fabricación de forrajes, ladrillo, calzado, ropa, alimentos balanceados, tequila, muebles, esferas, cerámica, artesanías, calcetas, ladrillo, enfriadoras de leche, producción de lácteos, de queso y transformación de lácteos en general, empacadoras de verduras, hortalizas y legumbres, cultivos de maíz, agave, trigo, frijol, alfalfa y pasto, empacadoras de carnes frías, embotelladoras de bebidas gaseosas y no gaseosas, purificadoras de agua y se potencian significativamente la avicultura y la ganadería.

Los Altos Sur de Jalisco, es una región altamente competitiva, que contribuye a agilizar la economía del Estado y que se posiciona en un lugar privilegiado a nivel nacional, reconocida también internacionalmente por la variedad de productos que genera y ofrece, lo que deriva en servicios y efectos, sin embargo, su principal fuente de ingresos se focaliza en el comercio, con un total de 9,863 unidades económicas verificadas hasta el último reporte de noviembre de 2019, lo que equivale a que el 45.11%, tienen relación directa con el marketing, como se puede ver representado en las siguiente tabla y gráfica respectivamente. (Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco, 2019).

En la siguiente tabla se muestra a qué se dedican los habitantes de la Región de estudio, la de los Altos Sur, de Jalisco, México. Según datos del instituto que lleva a cabo las estadísticas del estado de Jalisco, donde podemos apreciar que en 2019 formaron establecimientos o unidades económicas, desde una gran fábrica, hasta una pequeña tienda, destacando que la principal fuente de obtención de recursos económicos es el comercio y la última de las actividades que desarrollan en dicha región, es la minería.

Tabla 2

Principales Unidades Económicas de los Altos Sur de Jalisco, México.

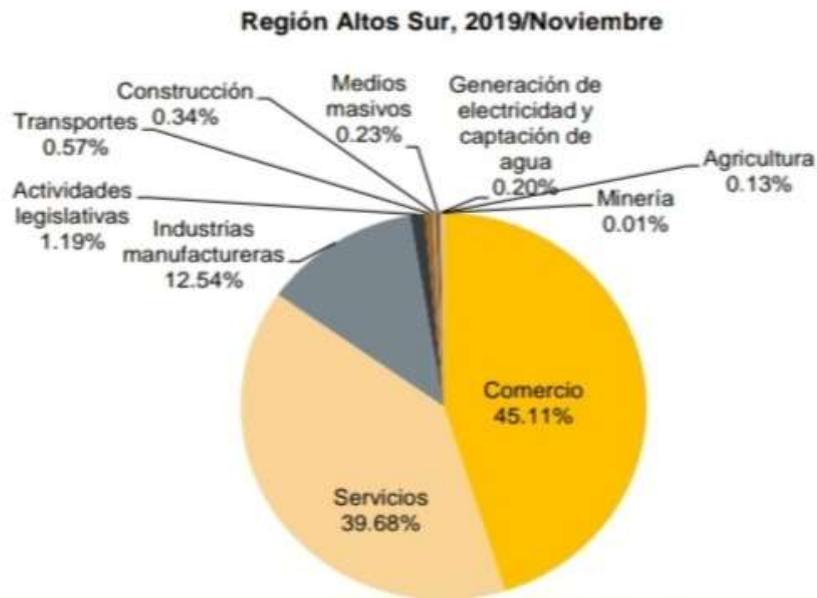
Región Altos Sur, noviembre 2019. (Unidades económicas).								
Sector	Total de Unidades Económicas	0 a 5 personas	6 a 10 personas	11 a 30 personas	31 a 50 personas	51 a 100 personas	101 a 250 personas	Más de 250 personas
Comercio	9,863	9,160	418	207	51	18	7	2
Servicios	8,674	7,657	587	341	55	23	5	6
Industrias manufactureras	2,742	2,229	271	142	32	32	27	9
Actividades legislativas	260	162	37	32	10	2	10	7
Transportes	125	75	19	19	3	6	3	
Construcción	74	35	21	13	3		2	
Medios masivos	50	41	5	1	1	2		
Generación de electricidad y captación de agua	43	21	2	14	3	1	2	
Agricultura	28	11	9	6		2		
Minería	3	1	1	1				
Total General	21,862	19,392	1,370	776	158	86	56	24

Fuente: IIEG, Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco. (2019). Con información de INEGI, DENEUE. <https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2020/07/03-Altos-Sur-Diagn%C3%B3stico.pdf>

La siguiente figura da cuenta de los resultados de la tabla anterior, pero de una manera más gráfica y visual, donde se puede apreciar que hasta noviembre de 2019, las actividades comerciales en la región Altos Sur de Jalisco, México, corresponden al 45% del total de las unidades económicas, mientras que otras como la minería a penas son representativas con el 0.01% del total

Figura 2

Actividades Económicas de la Región Altos Sur de Jalisco, México.



Fuente: IIEG, Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco. (2019). Con información de INEGI, DENU. <https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2020/07/03-Altos-Sur-Diagn%C3%B3stico.pdf>

Sin embargo, el dato es todavía poco específico respecto al marketing de las empresas, razón por la que se genera la pretensión de este trabajo, consistente en identificar las actividades que realizan las empresas en cuanto a sus funciones comercializadoras, a través de las sociedades mercantiles regularizadas y domiciliadas en la Región de impacto, con el fin de conocer la relación que guardan respecto al comercio internacional, es decir, la vinculación entre los bienes, productos, servicios y efectos que se compran y venden o comercializan desde la Región, hasta otros países con quienes interactúan a través de empresas formales, constituidas legamente, que son identificadas dentro de la legislación mexicana como “sociedades mercantiles”.

Es de esta manera que surge el interés de investigar la vinculación de las sociedades mercantiles de la región Altos Sur de Jalisco, con el comercio internacional. Lo que permite precisar con claridad el grado de participación que tienen, y las actividades que se realizan en una de las zonas más productivas del país, sin dejar de considerar sus indicadores, los que demuestran que se puede ser competitivo con otros mercados, y que servirá como estrategia que contribuya a realizar diagnósticos certeros en la Región de estudio en cuanto al mercado nacional e internacional.

Otro de los factores de interés consiste en que muchas de las empresas de la Región objeto de estudio, están constituidas como empresas familiares. Macías (2019), señala que este fenómeno obedece a la finalidad de tener en una sola mirada la estructuración de la familia empresaria, y es por eso que dichos núcleos sociales, han recurrido a la genealogía, mostrando control, poderío, redes de apoyo, y la permanencia de valores, aunque en muchos de los casos se puede identificar un sistema corporativo complejo por la naturaleza propia del parentesco y los intereses comunes.

Por lo tanto, se debe destacar que las empresas familiares son el núcleo generador y

director que también impacta en las empresas o sociedades mercantiles de los Altos Sur, y desde luego, en su estructura y organización administrativa, empresarial y corporativa, debiendo considerar que muchas de las unidades económicas en la zona, son de índole familiar, por lo que se debe indagar en dos estructuras sociales, ambas complejas, la primera de ellas es la familia, y la otra es sin duda la empresa, participando las dos en función de ciertas restricciones que surgen para poder dar cumplimiento a ciertos objetivos específicos.

Sin lugar a dudas, es la familia el núcleo que hace perseverar las costumbres, tradiciones, el linaje y la sucesión de bienes, derechos y acciones, pero también es donde se llevan a cabo gestiones y se toman decisiones comerciales y de negocios, dentro de esa estrecha relación que muchas veces no tiene separación, siendo ahí donde se genera la idea de importar o exportar mercancías, de medirse con otros comercializadores en ámbitos internacionales, y de generar acciones de comercio internacional, ya sea para verificar el mercado competitivo o lo que otros producen, y, en el mejor de los casos, proyectar lo que se produce en los Altos Sur de Jalisco, México.

Rodríguez, (2018), señala que al parecer las empresas familiares padecen de algún tipo de enfermedad, ya que no suelen llegar a la tercera generación, razón por la que muchas de estas personas morales no logran vincularse con el comercio internacional, pues desde la óptica del autor antes mencionado, resulta sumamente complicado mezclar familia y empresa, pues este factor de riesgo eleva potencialmente las causas de mortandad de las empresas, pues los intereses se vuelven poco objetivos y se diversifican de tal manera que no siempre son provechosos. Lo anterior, sin dejar de considerar que el 87% de las empresas a nivel mundial provienen del extracto familiar.

Las empresas que logran avanzar, pasar fronteras y llegar a otras latitudes, ya sea que entre sus socios y accionistas estén o no integrantes de una misma familia o nadie de ellos tenga parentesco, son las que se ven reflejadas en este trabajo, dando como resultado la recopilación, análisis descriptivo y representación de datos oficiales de un muestreo de ocho años en los que se ven plenamente representadas cada una de las sociedades mercantiles de la Región, dándose a conocer el resultado en este artículo.

Otro de los efectos relevantes para conocer el comportamiento de las empresas que se estudian, respecto a su vínculo con el comercio internacional, consiste en conocer sus características y elementos de administración y de organización, de esta manera se podrán atender sus efectos de comercio y la posibilidad de que se genere un panorama que les permita traspasar fronteras, no sólo a otras regiones del país, sino a otros países, e incluso, de admitir inversión extranjera en los términos que establece la norma respectiva. La Ley de Inversión Extranjera (2022), señala en su capítulo III, relativo a las actividades y adquisiciones con regulación específica, que, en las sociedades mercantiles mexicanas, la inversión extranjera podrá participar hasta en un 10% tratándose de sociedades cooperativas de producción, y, hasta en el 49%, en las demás sociedades mercantiles que consignen algunos de los siguientes rubros:

Fabricación y venta de explosivos, impresión y publicación de periódicos de circulación nacional, sociedades que ostenten la propiedad de tierras agrícolas, ganaderas y forestales, actividades relativas a la pesca en agua dulce, la administración portuaria integral, operaciones de navegación al interior del país, navegación de cabotaje e interior, lubricantes y combustibles para aeronaves y embarcaciones, taxis aéreos, entre otros.

Marketing internacional

Uno de los efectos de la globalización consiste en determinar acciones a través de las cuales podamos acceder a otros mercados, a otras culturas, y desde luego, a otras oportunidades de crecimiento y desarrollo de manera potencial. Rozas (2016), hace énfasis en que las personas debemos estar atentas a lo que sucede en el mundo internacional, concentrarnos en identificar escenarios desde donde podemos atraer elementos que contribuyan al crecimiento de nuestros mercados, o desde donde podamos figurar en la posibilidad de otros que necesitan de lo que nosotros producimos u ofrecemos, construyendo de esta manera una visión más objetiva de la oferta y la demanda, pero ahora no sólo desde la perspectiva local o nacional, sino desde la visión de la internacionalización.

El estudio de una región próspera y altamente productiva del estado de Jalisco, la de los Altos Sur, tiene precisamente el propósito que se menciona en el párrafo anterior, es decir, el de identificar y entender los elementos que inciden en las empresas cuyo principal objetivo es comercializar, a las que tendremos a bien llamar “comercializadoras”, precisar su desarrollo, y el grado de afectación o de beneficios obtenidos al enfrentarse al mundo del comercio internacional y a la globalización, por lo que, conocer la situación actual de quienes tienen como actividad preponderantemente económica el comercio, y se encuentran constituidos debidamente a través de sociedades mercantiles mexicanas, es de suma importancia para identificar su trayectoria y desarrollo.

Para explicar los efectos del marketing internacional, Lessenich (2019), sostiene que la sociedad actual está impactada por la externalización, consecuencia directa del capitalismo denominado global, y que dicho fenómeno se ha venido practicando desde antes de la proclamación de la globalización y del llamado mundo único capitalizado, existentes desde antes de la primera guerra mundial, a juzgar por las ciencias sociales, factores que influyen de manera directa con el comercio internacional.

Es por eso que se destaca la importancia de las empresas situadas en regiones como la de estudio, por que cumplen una misión doble, donde, por una parte, atienden a ese compromiso de la sociedad actual en el afán de traspasar fronteras, y por el otro lado, pretende alcanzar el beneficio económico, resolviendo los problemas que se tienen identificados y los que se visualizan a su paso. A este respecto, se identifican también dos indicadores sumamente importantes, consistentes en el consumo de mercancías que provienen del internacional y, desde luego, la producción local.

Al respecto, Rosas (2019), afirma que, tras el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), otros tratados comerciales se basaron en su estructura, con el propósito de incluir estrategias que permitan ir más allá del desarme arancelario, mostrando a México como una referencia obligada en la gestión de negociaciones comerciales ante el mundo.

Por varias décadas los expertos en economía han señalado que los tratados de libre comercio, son generadores de ganancias para los países que participan en ellos, identificando desde luego, al país que más beneficios obtiene, Estados Unidos, sin dejar de considerar que muchos creen que los tratados no favorecen, ya que ellos perdieron sus trabajos desde la entrada en vigor de dichos acuerdos internacionales, pero, debemos tener en consideración que fueran precisamente los tratados de libre comercio, los que potencializaron las ofertas y condiciones laborales pues en los ochentas y a principios de los noventas, los derechos laborales no eran respetados del todo, los salarios eran bajos y las prestaciones laborales eran precarias. Fue hasta la intromisión de las manufactureras y maquiladoras que llegaron a México con el propósito de conseguir mano de obra calificada, que se pudieron conseguir mejores condiciones laborales, al menos en esa rama de la producción.

Los Altos Sur de Jalisco, México, no fue ajeno al fenómeno de la industria manufacturera y maquiladora, y de las nuevas condiciones ofertadas a través de tratados de libre comercio, haciendo referencia principalmente al signado entre Estados Unidos, Canadá y México que hoy identificamos como T-MEC, Tratado Comercial entre México, Estados Unidos y Canadá. A partir de que México ofrece principalmente mano de obra calificada a otros países, además de aprovechar la oferta laboral que esas empresas ofrecen, también han sido un claro referente de internacionalización, identificando que las empresas locales tenían potencial para llevar sus productos y ofrecer sus servicios en otras latitudes, más allá de nuestras fronteras.

Por su parte, Méndez (2016), destaca el sentido de dependencia que tiene México en cuanto a las relaciones económicas con otras nacionales, donde privilegiamos los intereses extranjeros y dejamos en segundo plano los intereses propios. Dicho fenómeno se aprecia claramente en el comercio internacional y en el turismo internacional, cuando hacemos transferencia de capitales, en el propio endeudamiento externo, cada vez que establecemos acuerdos y tratados internacionales o que participamos activamente en función de organismos internacionales.

Hemos llegado a ser tan dependientes de otros países, principalmente de Estados Unidos, que ahora, parte de nuestra estructura depende de ellos, abarcando un gran porcentaje de nuestro desarrollo social y económico, acciones que han penetrado en todos los ámbitos sociales y económicos del país, desde las grandes capitales y hasta las regiones y sus municipios (Gobierno de México, 2022).

En la Región de estudio, podemos observar como han penetrado capitales extranjeros, mediante empresas transnacionales, se identifican factores del endeudamiento externo, de alguna manera se entiende y se resienten los efectos de convenios que no han sido muy favorables para el

desarrollo nacional, como el que se tiene firmado con el Fondo Monetario Internacional; encontramos latente la posibilidad de conseguir materias primas baratas, principalmente extranjeras, está a la orden del día la adquisición de tecnología externa, sin duda, los hábitos de consumo, han cambiado exponencialmente, principalmente en el rubro de alimentarios, dejando de lado los que se producen localmente y elevando el consumo de aquellos industrializados provenientes de empresas multinacionales.

Las posibilidades de acción y desarrollo de cada municipio van aparejados a su accesibilidad y a su conectividad. La capacidad articuladora del espacio geográfico condiciona las interacciones económicas, y culturales: capacidad para circular personas bienes e información redefiniendo los niveles de territorio. La dinámica económica regional actual se integra en una dinámica globalizadora, de cuestiones migratorias, ecológicas y de transformación dinámica. Ahora posee la inclusión académica del Centro Universitario de los Altos, quien produce un tipo de autoconocimiento.

Actualmente cuenta con la producción avícola y el boom tequilero, con características de migración masiva y con la incorporación de la mujer en esferas productivas y en el rol migratorio. Aunque las condiciones de la mayoría de las mujeres en empleos remunerados de la región continúan presentando vulnerabilidad y pocas prestaciones (Macías, 2018), presentándose como maquila en la pequeña industria prestado en los hogares, denominado trabajo a domicilio.

El Comercio Internacional en los Altos Sur de Jalisco

Los empresarios de la Región, no han sido ajenos a la implementación de técnicas y sistemas que les permitan identificar las principales tendencias comerciales, han incursionado en la utilización de herramientas de gran valor, como la investigación de mercados, la que les ha permitido adentrarse en el campo del comercio internacional, ser competitivos y regular sus mercancías, es decir, sus bienes, artículos, productos y efectos, en ese sentido, existe coincidencia con la postura de Verduzco (2019), quien hace hincapié en que es fundamental para hacer gestiones comerciales y empresariales, lograr entendimiento de los mercados, lograr hacer con eficacia comparaciones y confirmaciones de tendencias, es sin duda, por medio de la investigación de mercados, ya que es el medio por el cual se pueden definir estrategias mejor planeadas y líneas de proyección más actuales, con una perspectiva a futuro, debiendo considerar cuál es el elemento que más datos aporta a una sociedad comercial, con el propósito de obtener mayor información y mejores resultados.

En atención a la obtención de mejores resultados, es conveniente que las comercializadoras de los Altos Sur de Jalisco, México, atiendan problemas que se relacionan directamente con el conflicto y la conducta estratégica del mercado, de su economía y su administración, y de esta manera tendrán generadas las condiciones para poder competir con el mundo globalizado, llevando a cabo relaciones comerciales internacionales sanas y altamente productivas, sin que los efectos del protagonismo de algunos integrantes de la empresa se interpongan en los intereses generales comerciales de la empresa (Antelo, 2019).

Generar las condiciones para que las empresas de los Altos Sur de Jalisco, México, compitan de manera eficaz con otros mercados internacionales, se propone que se haga una programación de la actuación en las ventas, lo anterior, a partir de parámetros comerciales definidos y el posicionamiento de la empresa, considerada como una entidad sólida, constituida e integrada. Para lograr la meta antes planteada, se sugiere que inicialmente se elaboren los documentos básicos que deriven cual es la situación actual de la empresa y que se cumpla fundamentalmente con lo que establece la normativa vigente. Se debe dar cumplimiento a los lineamientos que reflejen las condiciones de la vida productiva de una empresa o sociedad mercantil, es decir, además de haberla constituido e incorporado al Registro Público de la Propiedad y de Comercio, deben celebrarse las asambleas ordinarias y extraordinarias que den cuenta y razón de las acciones emprendidas por la persona jurídica y las personas morales que en ella intervienen y participan, tales como socios y accionistas, debiéndose llevar a cabo de la siguiente manera: ordinarias, una vez al año; y, extraordinarias, en cualquier momento que se requiera, siempre y cuando se reúnan por lo menos quienes representen, las tres cuartas partes del capital, en el entendido que las resoluciones serán tomadas por el voto de las acciones que representen la mitad del capital social. Tal y como lo establece la Ley General de Sociedades Mercantiles vigente (Cámara de Diputados 2022).

Además de cumplir con los fundamentos legales, las empresas deben ser conscientes que comercializar, es decir, comprar y vender es un proceso natural, todas las personas todos los días estamos comprando o vendiendo algo, ya sea por necesidad personal directa o como efecto de comercio como acto mercantil, pero ahora debemos potencializar esas ventas y lo que adquirimos a través de las compras en un mercado a otro nivel. El mercado internacional ofrece grandes beneficios y es una de las fuentes de prosperidad de las regiones, la venta es natural y situacional, si no logro mi objetivo, no significa que el otro no esté interesado en lo que ofrezco, más bien podemos garantizar que aún no se han generado las condiciones para que suceda, debiendo considerar que habrá que retomar la negociación en el momento adecuado. Esta perspectiva de conjunto es la invitación que se les hace a todos los negociadores internacionales, fijando la postura que no todo siempre se expresa en ganar – ganar, ya que la tarea de un buen comercializador consiste en identificar clientes a los que les pueda ofrecer bienes, productos, servicios o efectos adecuados en el momento más oportuno (Fontana, 2019).

METODOLOGÍA

La investigación tiene su enfoque en generar y desarrollar conocimiento, tomando los datos a analizar desde las fuentes de información documentales tales como los archivos de las oficinas del Registro Público de la Propiedad y de Comercio, donde se incorporan los asientos registrales de las sociedades mercantiles debidamente constituidas pertenecientes a los 12 municipios de la región Altos Sur de Jalisco, hasta los registros captados electrónicamente a través del SIGER, Sistema Integral de Gestión Registra, de la SE, Secretaría de Economía, haciendo un análisis descriptivo presentando los datos obtenidos, con un enfoque mixto:

Cuantitativo: A través de la comparación de datos en los diferentes años, constitución de empresas comercializadoras vinculadas con el comercio internacional, por municipio y por año.

Cualitativo: Analizando las acciones que las comercializadoras de los Altos Sur de Jalisco, México han establecido para vincularse con el comercio internacional en los 8 años relativos a las muestras.

Intervención del investigador: *Retrospectiva:* Tomando en cuenta los 8 años en que se recabaron y recopilaron los datos de la muestra. Nivel de alcance de la investigación: *Descriptiva:* recopilando, analizando y presentando los datos previamente mencionados.

Muestra:

Debido a que el objeto de estudio son las sociedades mercantiles constituidas como comercializadoras, en la región Altos Sur, del estado de Jalisco, México, durante el periodo comprendido entre el mes de junio de 2014, hasta el mes de junio de 2022, es que se darán a conocer los resultados primero por municipio y posteriormente integrando los doce municipios que conforman la Región de estudio.

Para obtener el resultado, se referenció la información de las oficinas del Registro Público de la Propiedad y de Comercio de los municipios de Arandas, Lagos de Moreno y Tepatitlán de Morelos, municipios del estado de Jalisco, México en cuyas oficinas se encuentran incorporadas las actas constitutivas de las comercializadoras de los doce municipios de la Región de estudio, distribuidas de la siguiente manera: en la oficina del Registro Público de la Propiedad y de Comercio de Arandas, se incorporan las comercializadoras constituidas en los municipios de: Jesús María, San Ignacio Cerro Gordo y Arandas. Corresponde a la oficina del Registro Público de la Propiedad y de Comercio del municipio de Lagos de Moreno, la incorporación de las comercializadoras del municipio de San Julián, y en la oficina registral del municipio de Tepatitlán de Morelos, se incorporan las comercializadoras de los municipios de: Acatic, Cañadas de Obregón, Jalostotitlán, Mexxicacán, San Miguel el Alto, Valle de Guadalupe, Yahualica de González Gallo y Tepatitlán de Morelos.

La segunda muestra se obtuvo de la Secretaría de Economía, a través de los datos recabados en el Sistema Integral de Gestión Registral (SIGER), que se encarga de llevar un registro de las empresas legalmente constituidas en cada una de las oficinas registrales del país, distinguiendo sus características y elementos, y es de esta manera que se pudieron contrastar los datos que se captaron de las oficinas registrales donde están adscritas las comercializadoras de los doce municipios, mencionados con anterioridad, ofreciendo los resultados, que se expresan posteriormente.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Muchas de las empresas o sociedades mercantiles estudiadas, constituidas como comercializadoras, principalmente son identificadas como sociedades anónimas, con o sin capital

variable, con o sin responsabilidad limitada y realizan importaciones y exportaciones, reciben inversión extranjera y, sin embargo, no se conocía hasta antes de esta investigación la relación que se tienen con los mercados con quienes compiten, o desde donde reciben y envían mercancías, de ahí la importancia de este trabajo.

Es por eso que como resultado de la investigación de este objeto de estudio, se logró analizar y describir cuántas comercializadoras por municipio de la Región de estudio, impactan en el comercio internacional, dichos resultados se puede apreciar en la siguiente tabla, dando cuenta y razón de la estrecha vinculación que tiene una región particularmente importante de México, respecto al comercio exterior, pero que no solo impacta en el sus efectos comerciales con otros países, sino que lo hace por medio de un sistema cultural, identificativo de una zona geográfica del país que contribuye a incrementar el producto interno bruto, y que cuenta con una estructura sólida y con un deseo de prosperidad y de participación social nacional e internacional cada vez más notoria y significativa.

Podrá discutirse si los resultados son realmente significativos, y sin duda lo son, ya que sobre todo son generadores de competitividad, de desarrollo y prosperidad en todos los sentidos, por lo que a continuación se presenta en la tabla número 3, los resultados numéricos directos y porcentuales de los efectos de las comercializadoras de la región Altos Sur de Jalisco, México, en torno a su vinculación con el comercio internacional. Dichas cifras tienen implícitas acciones de inversión extranjera, de comercio internacional, de importaciones y, sobre todo, de exportaciones.

Tabla 3

Cantidad de comercializadoras en Los Altos Sur de Jalisco, México.

Municipio de la región Altos Sur de Jalisco, México	Número de comercializadoras Vinculadas con el comercio internacional
1.- Acatic	31
2.- Arandas	60
3.- Cañadas de Obregón	05
4.- Jalostotitlán	30
5.- Jesús María	11
6.- Mexxicacán	06
7.- San Ignacio Cerro Gordo	16
8.- San Julián	19
9.- San Miguel el Alto	51
10.Tepatitlán de Morelos	83
11.- Valle de Guadalupe	12
12.- Yahualica de González Gallo	18

Fuente: Creación propia.

CONCLUSIONES

Observar el impacto que tiene una región del país desde la óptica de su desarrollo comercial internacional, hace que sea un estudio interesante, pero en esta ocasión, el objeto de estudio nos permite generar las condiciones para que se lleve a cabo un análisis que describa si existe un vinculación entre las acciones comerciales que se efectúan entre los Altos Sur de Jalisco, México, y el comercio internacional, y queda más de demostrado que dicha correlación no únicamente existe, sino que produce efectos que contribuyen a potencializar una zona geográfica trascendente del país, y que además, permite vislumbrar que esa interacción sucede en todos los municipios que conforman la multicitada Región.

Además de observar las actas constitutivas y folios electrónicos de las oficinas del Registro Público de la Propiedad y de Comercio y del sistema de la Secretaría de Economía, a través de las cuales aparece la incorporación de las actas constitutivas de las personas morales, cuya principal actividad es el marketing de bienes, productos, efectos y/o servicios, este estudio genera certeza de la existencia de acciones que contribuyen a su desarrollo y crecimiento, lo anterior, lo podemos identificar por medio de las constancias que de las mismas dependencias se muestran y se ven plasmadas en sus actas de asambleas ordinarias y extraordinarias, mismas que también obran en los asientos registrales.

La vinculación de las empresas o comercializadoras de la Región de estudio, es un reflejo de la vida comercial internacional que han construido, misma que se va señalada en los resultados. El municipio que menos actividad concentradora de vinculación genera, representa el 1% de las empresas, esto equivale a que por lo menos 5 empresas con actividad comercial, están vinculadas con el comercio internacional, lo que implica que dichas sociedades mercantiles admiten inversión extranjera, tienen socios comerciales en otros países y lo más sobresaliente, que realizan importaciones y exportaciones de mercancías que impactan directa e indirectamente en los Altos Sur de Jalisco.

También podemos identificar que hay municipios concentradores de un porcentaje equivalente al 31% de comercializadoras, es decir, que hasta 83 empresas están vinculadas con el comercio internacional y que integran capitales extranjeros, introducen y envían mercancías desde dicha demarcación a otros países, posicionándolos a nivel internacional, generando un esquema de competitividad que va en ascenso y que cada día se vuelve más significativo.

REFERENCIAS:

Antelo, Manel. (2019). *Comportamiento estratégico*. España. Reverté.

Cámara de Diputados. (2022, noviembre). *Ley General de Sociedades Mercantiles*.

https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lgs_m.htm

- Fontana, C. (2019). *Los vendedores*. México. Pluma Digital Ediciones.
- Gobierno de México. (2022, diciembre). *INAFED, Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal*. <https://www.gob.mx/inafed>
- Gobierno del Estado de Jalisco. (2022, julio). *Regiones de Jalisco*. Secretaría General. <https://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/regiones>
- Gobierno de México. (2022, diciembre). *Secretaría de Relaciones Exteriores*. <https://www.gob.mx/sre/acciones-y-programas/mexico-y-estados-unidos-una-relacion-dinamica-multitematica-y-estrategica>
- Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco. (2019, diciembre). *Altos Sur, Diagnóstico de la Región*. <https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2019/06/03-Altos-Sur-Diagn%C3%B3stico.pdf>
- Lessenich, S. (2019). *La sociedad de la externalización*. Colombia. Boehringer Ingelheim.
- LXV Legislatura. (2022, octubre). *Ley de Inversión Extranjera. Cámara de Diputados*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lqsm.htm>
- Macías, G. (2018). *Revisando paradigmas, creando alianzas". La región Altos Sur del estado de Jalisco, México: un Acercamiento a la radiografía económica de los últimos años*. México. AGE-Grupo América Latina.
- Macías, G. (2019). *Empresas familiares avícolas, en los altos de Jalisco, México, Trayectoria, gestión y perspectiva de continuidad*. México. MAPorrúa.
- Méndez, J. (2016). *Problemas económicos de México y sustentabilidad (8a. ed.)*. México. McGraw-Hill Interamericana.
- Rodríguez, S. (2018). *Empresas familiares: por qué no suelen llegar a la tercera generación*. México. ESIC.
- Rosas, M. (2019). *El Tratado de Libre Comercio de América Del Norte 2.0*. México. Hardback.
- Rozas, G. (2016). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.)*. México. Ecoe ediciones.
- Verduzco, C. (2019). *Derecho y empresa*. México. IURE Editores.

AGRADECIMIENTOS:

Queremos reconocer el apoyo de nuestra Alma Mater, la Benemérita Universidad de Guadalajara, del Centro Universitario de los Altos, y en especial del Dr. José de Jesús Rodríguez Gómez, quien formara parte del Cuerpo Académico "Administración de Negocios", y de la egresada de la Licenciatura en Negocios Internacionales, la Lic. Natalia Navarro Iñiguez, para ellos nuestro

agradecimiento y admiración por su participación, contribución técnica y colaboración en la realización de este artículo de investigación científica.