

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO



Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales

Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales

**La Competitividad de los Talleres del Municipio de
Paracho, Michoacán que Exportan Guitarra Artesanal a
Estados Unidos**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTA L.C.P Leopoldo Villicaña Pérez

DIRECTOR DE TESIS

Dra. Martha Beatriz Flores Romero



Morelia Michoacán, Agosto de 2015

DEDICATORIAS

A **Dios** por permitirme cumplir con una meta más en mi vida, Gracias por permitirme llegar hasta aquí en compañía de todos mis seres queridos

A mis padres **Armando Villicaña Magaña** y la **Rosa Pérez Márquez**, por estar incondicionalmente apoyándome en todos mis retos y metas. Muchísimas gracias.

A mis hermanos **Armando, Noé** y **Luis Ángel** por ser parte de esta meta cumplida, gracias.

A mis abuelos y en especial a mi abuela **Beatriz Magaña**, gracias por sus consejos y apoyo.

A mi sobrino **Jared Villicaña**, mi cuñada **Marisa Madrigal** por sus constantes ánimos y buenas vibras y a mi gran amigo **Josué Isaí Ciriaco** por su apoyo incondicional, gracias!

AGRADECIMIENTOS

El aporte de esta tesis se debe al apoyo del **Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)** que concedió la beca para cursar esta maestría.

Un especial agradecimiento a todos los miembros fundadores y a los profesores investigadores de este gran instituto **ININEE**, ya que gracias a ellos se debe esta formación como investigador, a todos ellos muchas gracias

La **Dra. Martha Beatriz Flores Romero**, directora de la tesis, quien guio con profesionalismo, dedicación y disciplina la investigación.

Dra. América Ivonne Zamora Torres, Dra. Dora Aguilasoch Montoya, Dra. Irma Cristina Espitia Moreno, Dr. Oscar Hugo Pedraza Rendón, sinodales que con sus consejos y correcciones a la tesis lograron que la investigación se guiara por el mejor camino logrando los objetivos propuestos.

RESUMEN

En la presente investigación se examina el comercio de los talleres artesanales de guitarra de Paracho Michoacán en Estados Unidos, enfatizando la gran participación que tiene el país del norte para México. En este sentido se analiza la Competitividad de los talleres de guitarra artesanal en Estados Unidos, dicha Competitividad es reflejada por las variables que la determinan, en este caso son: la Productividad, el Precio y la Calidad. La investigación pretende generar aportes para maximizar la exportación de guitarras artesanales hacia Estados Unidos. Para dicho fin, el método usado para la presente investigación es la aplicación de cuestionarios de 19 preguntas cada uno a profundidad a los lauderos de Paracho Michoacán utilizando la escala tipo Likert.

El análisis de los resultados de la Competitividad son obtenidos del procesamiento de la información en el programa SPSS, aplicando el análisis de estadística descriptiva. Se termina con recomendaciones a los lauderos del municipio de Paracho, fortaleciendo las diferentes necesidades, fortalezas y debilidades para maximizar principalmente la exportación hacia este país.

Con los principales resultados obtenidos se pudo conocer que los talleres artesanales que exportan guitarra a Estados Unidos muestran una alta Competitividad, una ni alta ni baja Productividad, alto Precio y una muy alta Calidad.

Palabras claves: Competitividad, Productividad, Precio, Calidad.

ABSTRACT

In the present investigation, it examines the trade in the guitar craft workshops in Paracho Michoacán in the United States, emphasizing the great participation that has the country to México. To analyze the Competitiveness of guitar craft workshops in the United States, this Competitiveness is reflected by the variables that determines it, in this case they are Productivity, the Price, and the Quality. The investigation tries to generate contributes to maximize the exportation of guitar handmade towards the United States, to finalize this method used for the present investigation an application of quedtionnaires of 19 questions, each one in depth from the lauderos Paracho, used the scale type Likert.

The analysis of the results of the Competitiveness are obtained from the information processing in the SPSS program, applying the analysis of descriptive statistics. It ends with recommendations from the lauderos of the town of Paracho, strengthening the different needs of strengths and weaknesses to maximize mainly exportation towards this country.

With the main results it was known that the craft workshops that export to the United States guitar show high competitiveness, neither high nor low productivity, high price and high quality.

Keywords: Competitiveness, Productivity, Price, Quality.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIAS

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN	IV
ABSTRACT	V
Índice.....	VI
Tablas	XI
Gráficos	XII
Figuras	XII
Índice De Abreviaturas	XIII
Glosario de Términos	XIV
INTRODUCCIÓN	- 2 -

CAPÍTULO I FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes de la Guitarra Artesanal en Paracho Michoacán	- 5 -
1.2 Planteamiento del Problema	- 8 -
1.2.1 Problema de Investigación.....	- 14 -
1.3 Pregunta de Investigación.....	- 14 -
1.3.1 Pregunta General.....	- 14 -
1.4 Objetivo de la Investigación	- 15 -
1.4.1 Objetivo General	- 15 -
1.5 Justificación	- 15 -
1.6 Hipótesis de la Investigación.....	- 16 -
1.6.1 Hipótesis General	- 16 -
1.7 Identificación de Variables	- 16 -
1.7.1 Variables Dependientes.....	- 16 -
1.7.2 Variables Independientes	- 16 -
1.7.3 Diagrama de Variables	- 16 -
1.8 Operacionalización de las Variables Independientes.....	- 17 -
1.9 Tipo de Investigación	- 18 -

1.10 Alcances y Limitaciones.....	- 19 -
1.10.1 Alcances	- 19 -
1.10.2 Limitaciones.....	- 19 -
CAPÍTULO II EL SECTOR ARTESANAL EN MÉXICO, ESTADOS UNIDOS, MICHUACÁN Y SU IMPORTANCIA	
2.1 El Sector Artesanal	- 20 -
2.2 El Sector Artesanal en México.....	-23-
2.2.1 Importancia del Sector Artesanal en México.....	- 28 -
2.3 El Sector Artesanal en Estados Unidos	- 30 -
2.3.1 Importancia del Sector Artesanal en Estados Unidos	- 32 -
2.4 El Sector Artesanal en Michoacán	- 32 -
2.3.1 Importancia del Sector Artesanal en Michoacán.....	- 40 -
2.4 La Guitarra Artesanal de Paracho Michoacán	- 42 -
2.4.1 Tipos de Guitarra Artesanal en Paracho.....	- 43 -
2.4.2 Partes de la Guitarra Artesanal.....	- 45 -
CAPITULO III COMPETITIVIDAD: UNA RETROSPECTIVA TEÓRICA	
3.1 Teorías del Comercio Internacional	- 47 -
3.1.1 Mercantilismo.....	- 48 -
3.1.2 Teoría Clásica.....	- 49 -
3.1.3 Teoría de la Ventaja Comparativa	- 50 -
3.1.4 Teoría Neoclásica	- 52 -
3.2 Ventaja Competitiva de Michael Porter	- 54 -
3.3 Competitividad	- 56 -
3.3.1 Conceptualización de Competitividad.....	- 57 -
3.3.2 Niveles de la Competitividad.....	- 58 -
3.3.2.1 El Nivel de la Empresa	- 59 -
3.3.2.2 El Nivel de la Industria	- 60 -
3.3.2.3 El Nivel Regional	- 62 -
3.3.2.4 El Nivel Nacional	- 64 -
3.4 Productividad	- 66 -
3.4.1 Conceptualización de Productividad	- 67 -

3.4.2 Medición de la Productividad	- 68 -
3.5 Precio	- 69 -
3.5.1 El Concepto de Precio Justo	- 70 -
3.5.2 Conceptualización de Precio	- 71 -
3.5.3 Medición del Precio	- 71 -
3.6 Calidad	- 73 -
3.6.1 Conceptualización de Calidad	- 74 -
3.6.2 Teorías sobre Calidad	- 75 -
3.6.2.1 Joseph M. Juran Juran	- 75 -
3.6.2.2 Armand V. Feigenbaum	- 75 -
3.6.2.3 Phillip B. Crosby	- 76 -
3.6.2.4 Kaoru Ishikawa	- 76 -
3.6.3 Medición de la Calidad	- 77 -
3.6.3.1 Las Normas ISO 9000	- 78 -
3.7 Estudios de Competitividad en el Sector Artesanal	- 80 -
CAPÍTULO IV METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
4.1 Enfoques para la Investigación	- 84 -
4.2 El Método y el Método Científico	- 85 -
4.3 Método de Observación	- 86 -
4.3.1 Método Inductivo	- 86 -
4.3.2 Método Deductivo	- 86 -
4.3.3 Método de Análisis	- 87 -
4.3.4 Método de Síntesis	- 87 -
4.4 Alcances de estudio en la Investigación	- 87 -
4.4.1 Investigación Exploratoria	- 88 -
4.4.2 Investigación Descriptiva	- 88 -
4.4.3 Investigación Correlacional	- 88 -
4.4.4 Investigación Explicativa	- 89 -
4.5 Instrumentos para Recolectar la Información	- 89 -
4.6 Horizonte Temporal y Espacial	- 90 -
4.7 Recolección y Procesamiento de Datos	- 90 -

4.8 Diseño del Instrumento de Medición	- 91 -
4.8.1 Prueba Piloto del Cuestionario	- 92 -
4.8.2 Cuestionario Final	- 92 -
4.9 Población y Muestra.....	- 93 -
4.10 Los Sujetos de Investigación.....	- 94 -
4.11 El Tamaño de la Muestra	- 94 -
4.12 Medición.....	- 94 -
4.13 Escalas	- 95 -
4.14 Tipos de Escalas.....	- 95 -
4.14.1 Escalas Nominales	- 95 -
4.14.2 Escalas Ordinales	- 96 -
4.14.3 Escalas de Intervalo.....	- 96 -
4.14.4 Escalas de Razón	- 96 -
4.15 Escalas Tipo Likert.....	- 97 -
4.16 Aplicación de la Escala Tipo Likert y la forma de obtener las puntuaciones en esta investigación.....	- 99 -
 CAPÍTULO V ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	
5.1 Resultados de la Competitividad de la guitarra artesanal del municipio de Paracho Michoacán en EUA	- 100 -
5.1.1 Procesamiento de la Variable Dependiente Competitividad	- 101 -
5.1.2 Procesamiento de las Variables Independientes: Productividad, Precio y Calidad.....	- 105 -
5.2 Resultados extras de los talleres artesanales	- 111 -
 CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1 Conclusiones.....	- 112 -
6.2 Recomendaciones	- 117 -
BIBLIOGRAFÍA	- 120 -
ANEXO 1 Cuestionario Aplicado.....	- 129 -
ANEXO 2 Matriz de Datos Provenientes de los Cuestionarios Aplicados	- 134 -
ANEXO 3 Variables de Datos de los Cuestionarios	- 135 -
ANEXO 4 Talleres Artesanales de Paracho Michoacán.....	- 136 -

ANEXO 5 Distribución de Frecuencias de las Preguntas relacionadas a la Productividad.....	-137-
ANEXO 6 Distribución de Frecuencias de las Preguntas relacionadas a la Precio.....	-139-
ANEXO 7 Distribución de Frecuencias de las Preguntas relacionadas a la Calidad.....	-141-

Tablas

Tabla 1	Importaciones Mundiales De Productos Del Sector Artesanías 2007-2011	10
Tabla 2	Principales Importadores Mundiales De Productos Del Sector Artesanías 2007-2011	10
Tabla 3	Exportaciones Mundiales De Productos Del Sector Artesanías 2007-2011	11
Tabla 4	Principales Exportadores Mundiales De Productos Del Sector Artesanías 2007-2011	12
Tabla 5	Operacionalización de las Variables Independientes	18
Tabla 6	Estudios de Competitividad en el Sector Artesanal en México y otros países	79
Tabla 7	Ejemplos de Posibles Respuestas al Cuestionario	98
Tabla 8	Preguntas aplicadas a cada una de las Variables Independientes de la Investigación	101
Tabla 9	Medidas de Tendencia Central de la Competitividad	102
Tabla 10	Frecuencia de la Variable Competitividad	103
Tabla 11	Medidas de Tendencia Central de las Variables	105
Tabla 12	Frecuencia de la Variable Productividad	106
Tabla 13	Frecuencia de la Variable Precio	108
Tabla 14	Frecuencia de la Variable Calidad	110

Gráficos

Gráfico 1	Principales Exportadores de América Latina y el Caribe del Sector Artesanía. Participación 2011	9
Gráfico 2	Principales Importadores Mundiales de Productos del Sector Artesanías 2011	11
Gráfico 3	Población ocupada en el Sector Secundario en México (2010)	23
Gráfico 4	Personas dentro del sub-sector Industria de la madera en Michoacán 2012 y 2013	38

Figuras

Figura 1	Ubicación de Paracho Michoacán	6
Figura 2	Diagrama de Variables	17
Figura 3	Marca Colectiva	43
Figura 4	Partes de la Guitarra	46
Figura 5	Niveles de Competitividad	59

Índice De Abreviaturas

EUA	Estados Unidos de América.
ICATMI	Instituto de Capacitación para el Trabajo en el Estado de Michoacán.
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
H-O	Heckscher-Ohlin.
TRADE MAP	Trade Statistics for International Business Development.
TLCAN	Tratado de Libre Comercio de América del Norte.
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
FONART	Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías.
FONAES	Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas en Solidaridad.

Glosario de Términos

Artesanía	Es un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por instrumentos rudimentarios y algunos de función mecánica (FONART, 2014).
UNESCO	La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, se fundó el 16 de noviembre de 1945. La UNESCO obra por crear condiciones propicias para un diálogo entre las civilizaciones, las culturas y los pueblos fundado en el respeto de los valores comunes. Es por medio de este diálogo como el mundo podrá forjar concepciones de un desarrollo sostenible que suponga la observancia de los derechos humanos, el respeto mutuo y la reducción de la pobreza (UNESCO, 1997).
ICATMI	Instituto de Capacitación para el Trabajo en el Estado de Michoacán, que contribuye a la formación de Factor Humano que tiene la necesidad de Empleo, Autoempleo y Actualización en su Actividad Laboral, mediante un modelo académico flexible, pertinente e incluyente, con instructores competentes, dando respuestas a los requerimientos individuales y laborales de los michoacanos para mejorar su calidad de vida y así, contribuir al desarrollo socioeconómico del Estado de Michoacán (Instituto de Capacitación para el Trabajo en el Estado de Michoacán, 2014).
Laudero	Persona dedicada a la actividad artesanal la cual produce instrumentos únicos y que al ser fabricados totalmente manual son, por tanto, de sonido diferenciado (Casa de las artesanías del Estado de Michoacán, 2011).
Artesano	Persona que realiza su trabajo totalmente a mano (Casa de las artesanías del Estado de Michoacán, 2011).
Competitividad	Es la producción de bienes y servicios de mayor calidad y de menor precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales” (Porter, 1991).

Productividad	La Productividad se define como el producto total en relación con el insumo de fuerza de trabajo, pero al nivel de las organizaciones, la fuerza de trabajo debe equilibrarse con otros recursos productivos en una combinación que sea realizable y que sea redituable (Everet, 1994).
Calidad	Es un sistema eficaz para integrar el desarrollo de la calidad, el mantenimiento de la calidad, y los esfuerzos de mejoramiento de la calidad de los diferentes grupos de una organización, de manera de permitir que exista marketing, ingeniería, producción y servicio hasta el nivel más económico, a fin de lograr la satisfacción total del consumidor (Ishikawa, 1997).
Precio	El precio es el único elemento de la mezcla del marketing que es generador de ingresos; todos los demás son costos; por tanto, debe ser un instrumento activo de la estrategia en las principales áreas de la toma de decisiones de marketing (Czinkota & Ronkainen, 1996).
ProMéxico	Es el organismo del gobierno federal encargado de coordinar las estrategias dirigidas al fortalecimiento de la participación de México en la economía internacional, apoyando el proceso exportador de empresas establecidas en nuestro país y coordinando acciones encaminadas a la atracción de inversión extranjera (ProMéxico, 2013).
FONART	Es un fideicomiso público del Gobierno Federal, sectorizado en la Secretaría de Desarrollo Social, que surge como una respuesta a la necesidad de promover la actividad artesanal del país y contribuir así a la generación de un mayor ingreso familiar de las y los artesanos; mediante su desarrollo humano, social y económico (FONART, 2014).
Laudería	Nombre dado al oficio de la talla de madera para construir instrumentos de cuerda frotada, técnica que ha trascendido en el tiempo, más allá de una labor artesanal a un arte de notables criterios de refinamiento y perfección de las artesanías elaborados (Sánchez, 2010).
Taller Laudero	Lugar o espacio donde se realizan manualmente instrumentos de maderas finas, y artísticas (Amezcuca, 1998).

INTRODUCCIÓN

Michoacán no sólo es historia, cultura, tradición, costumbres, ferias, danzas, música, gastronomía, arquitectura, arqueología, bellezas naturales y diversidad paisajística. Michoacán también es un centro de producción artesanal reconocido en todo el mundo. Actualmente, se producen más de 30 variedades de artesanías, clasificadas en diferentes ramas como alfarería, metalistería, maderas, textiles y fibras vegetales, entre otras. La mayoría de dichas ramas tienen su origen en la época prehispánica del estado y hoy en día, muchas se siguen produciendo con técnicas ancestrales (H. Ayuntamiento del Municipio de Pátzcuaro Michoacán, 2013).

Michoacán es uno de los estados que cuenta con el más amplio número de artesanías, la artesanía no solamente es un arte tradicional que mejoró la calidad de vida de nuestros antepasados sino que puede mejorar la nuestra. Son un sin número de artesanías las que se elaboran en nuestro estado; de barro, de madera, de tule, de paja, de cuero etc. Sin embargo la elaboración de la guitarra de forma artesanal en los talleres es una actividad económica tradicional en el municipio de Paracho, Michoacán. El sistema productivo local de la guitarra ha venido desarrollando diferentes estrategias con el objetivo de adaptarse a las exigencias del mercado local e internacional principalmente y que estas exigencias muestren esta artesanía de manera más competitiva a los cambios requeridos.

La actividad artesanal de Michoacán goza de un gran reconocimiento, tanto a nivel nacional como internacional por su alto contenido artístico y cultural. La lutería es el trabajo que se realiza con mayor auge en Paracho Michoacán, cuya ocupación es la construcción de la guitarra artesanal que ha sido una actividad económica muy tradicional de este lugar. La producción de guitarras es considerada como una actividad de suma importancia, ya que en la mayoría de los casos genera buenos ingresos para cubrir dignamente las necesidades de los productores. Algunos artesanos comienzan su trabajo con una estructura muy simple en la elaboración de guitarras: poca materia prima, falta de organización y un pequeño modo de comercialización. Pero al integrarse la guitarra artesanal a la esfera del consumo turístico se vuelve mucho más valiosa, debido a que las artesanías sobresalen por ser competitivas en cuanto a diseño, creatividad, color, textura etc. y que más tarde son las que se colocan en un segmento donde el valor artesanal se vuelve de gran importancia: refiriéndonos al mercado internacional donde este tipo de artesanías son valoradas como grandes obras de arte.

Michoacán constituye uno de los territorios habitados por grupos sociales, cuya forma de sobrevivencia es diferente y una de esta forma de sobrevivir es la madera. En este sentido, los bosques templados o tropicales han sido habitados y manejados por indígenas y mestizos que han combinado la producción de sus alimentos con actividades complementarias, entre ellas las artesanías. A lo largo de la historia, estos grupos han obtenido de los bosques agua en corrientes superficiales (lagos) y manantiales; mientras que de la fauna han obtenido alimento. En la actualidad gran parte de la población sigue usando madera como principal fuente de energía para las actividades domésticas, talleres artesanales y pequeña industria (H. Ayuntamiento del Municipio de Pátzcuaro Michoacán, 2013).

Bajo la realización de esta tesis de investigación se busca estudiar la Competitividad de los talleres artesanales de guitarra del municipio de Paracho Michoacán en Estados Unidos de América (EUA) además de analizar si la Productividad, el Precio y la Calidad son las variables que afectan a la Competitividad. Se busca principalmente influir en el mejoramiento de aspectos de orden social relacionados con el bienestar y crecimiento de los lauderos de este municipio principalmente. Entre tradición y modernización la guitarra de Paracho ha llegado a muchos rincones del mundo por su alto contenido cultural, ha sido instrumento de los mejores guitarristas de nivel internacional, interpretando música del siglo XIX hasta música contemporánea.

“La capital mundial de la guitarra” como se le conoce, es sin duda cuna de las manos mágicas, que rescatan y conservan el disfrutar de una tradición puramente mexicana. Es importante reconocer el aporte y valor de las artesanías de nuestro país, pues nos garantizan ser un patrimonio cultural del cual tenemos que sentir satisfacción y orgullo, para lograr un desarrollo económico tanto nacional como internacional y demostrar que somos competitivos en los diferentes sectores como lo es el sector artesanal.

La exportación de las artesanías mexicanas a los diversos mercados internacionales han ayudado a incrementar la utilidad, además de fortalecer la economía de los artesanos primordialmente y aunque aún existen diversas limitantes para las exportaciones de las artesanías mexicanas, que van desde la logística, la Calidad que tengan los productos, así como las restricciones arancelarias del comercio exterior, las mercancías fabricadas por manos mexicanas representan una aportación valiosa en los mercados extranjeros.

La estructura de esta tesis está constituida por seis capítulos. El primero se refiere a los fundamentos de esta investigación en el cual se plantea la problemática a investigar, la justificación, objetivo, pregunta e hipótesis de investigación principalmente.

En el segundo capítulo se describe el sector artesanal de manera general en México y EUA y de forma particular en Michoacán, su importancia y se da de manera general un panorama de la guitarra artesanal de Paracho Michoacán y las partes que la conforman.

En el tercer capítulo se aborda el marco teórico haciendo un análisis de los principales precursores y autores que con su aportación han ido corrigiendo las principales teorías sobre Competitividad, Productividad, Precio y Calidad.

En el cuarto capítulo se analiza la metodología a emplear y los posibles resultados a obtener de manera general.

En los capítulos 5 y 6 se presenta la interpretación de resultados de la investigación de campo realizada, así también las conclusiones y recomendaciones que se le hacen al trabajo realizado.

La información que se logró obtener constituye un insumo interesante para aplicar un análisis estadístico riguroso y poder obtener resultados adicionales en posteriores investigaciones.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los fundamentos de la investigación son una herramienta útil para toda investigación a desarrollar ya que en ellos es donde se aborda la problemática y a donde se pretende llegar con la investigación. En este primer capítulo se hace mención sobre antecedentes del tema, el planteamiento del problema, objetivos de la investigación, justificación, hipótesis, variables, tipo de investigación, método, así como sus alcances y limitaciones.

1.1 Antecedentes de la Guitarra Artesanal en Paracho Michoacán

El único lugar donde existen huellas de que los misioneros realmente enseñaron a construir instrumentos de cuerda en el siglo XVI es en el estado de Veracruz con las famosas jaranas, no obstante los registros históricos como fotografías y algunos instrumentos de golpe que datan de principios del siglo XX, y que hasta nuestros días conocemos como guitarras artesanales, existen en Paracho Michoacán (Hernández, 2014).

En México cuando se habla de una localidad que produce instrumentos musicales se piensa primeramente y siempre en Paracho, poblado localizado a corta distancia de la ciudad de Uruapan en el estado de Michoacán. En el siglo XVI, los misioneros entre ellos Fray Juan de San Miguel y el obispo Don Vasco de Quiroga al evangelizar los pueblos y aldeas de lo que ahora es la meseta Purépecha, en donde se ubica Paracho, enseñaron a los habitantes del lugar a construir estos instrumentos musicales. A través del tiempo, dada su sensibilidad natural mejoraron la técnica logrando que actualmente su arte se conozca en varios países. (Olvera & Jimenez, 2010).

Paracho es una población prehispánica y se constituyó en República de Indias a la llegada de los españoles. La evangelización la llevó a cabo Fray Juan de San Miguel y más tarde el obispo Vasco de Quiroga. En 1754 era conocido como San Pedro Paracho y siendo cabecera de curato se componía de nueve pueblos:



1. San Gerónimo Aranza,
2. Santa María Cheranhahztzincurín,
3. Santa Cruz Tanaco,
4. San Bartolomé Cocucho,
5. Santa María Urapicho,
6. Santiago Nurio Tepagua,
7. San Miguel Pomacuarán,
8. San Mateo Ahuirán y
9. San Pedro Paracho.

El Pueblo estaba habitado por 367 personas y todo el curato por 1,425. En la etapa porfirista, hubo una inmoderada tala de árboles, provocando la deforestación de la región. En 1831, se le otorgó la categoría de municipio. El 18 de enero de 1862 se le concedió el título de Villa, con el nombre de "Paracho de Verduzco" en honor al insurgente Don Sixto Verduzco y es como actualmente se le conoce (H. Ayuntamiento 2008-2011, 2011).

Se cuenta y por costumbre se respeta la versión de que fue Don Vasco de Quiroga quien heredó a los lauderos de Paracho una copia de la construcción de la guitarra artesanal, sin lastimar las tradiciones y costumbres de un pueblo, sin embargo se dice que los pioneros en la elaboración de esta artesanía fueron la familia Amezcua (Talalla, 1996).

La herencia artesanal de los instrumentos musicales de cuerda, que heredaron los frailes Vasco de Quiroga y Juan de San Miguel, ha sido una noble labor donde los artesanos le dan vida musical a la madera indefensa, que hace resplandecer los sonidos que satisfacen el sentido auditivo. Los artesanos de Paracho han conservado esta tradición artesanal durante más de 400 años, y se puede hasta considerar que el siglo pasado fue el esplendor del desarrollo en la construcción de la guitarra. En cualquier otro país del mundo, un lugar como Paracho y su proyección artesanal de los instrumentos musicales, no existe. La reconocida Capital de la Guitarra es conocida también como la Capital de los Instrumentos Musicales de Cuerda, porque aquí se construyen 120 instrumentos musicales diferentes, que son comunes en las diferentes regiones de Michoacán, de México y el mundo (Gobierno del Estado de Michoacán, 2013).

Entre la variedad de instrumentos que realizan artesanalmente se encuentra la guitarra que hacen en varios tipos: clásica, popular, de estudio, de concierto y flamenca cada una con características propias. Paracho es conocido como "la capital de la guitarra" o "lugar donde se fabrican instrumentos de cuerda", es el pueblo más desarrollado industrial, comercial y artesanal, principalmente en los instrumentos musicales de cuerda pulsada y frotada. (Olvera & Jimenez, 2010).

Paracho es en el mundo el único pueblo con tanto laudero, al grado de que cuenta con poco más de 400 de ellos, alrededor de 80 talleres artesanales de instrumentos musicales de cuerda, y cientos de artesanos y artesanas que trabajan alrededor de este oficio, a continuación se muestra en eslabones la secuencia que ha tenido la guitarra artesanal de Paracho Michoacán a lo largo de los años.

La familia Amezcua como ya se mencionó anteriormente fueron los pioneros en la elaboración de esta artesanía, que principalmente construía la guitarra de maderas de la región, entre 1910 y 1920 Erasmo López Chacón llega a Paracho con motivo de que su esposa era originaria de este pueblo, aprende el oficio rápidamente, tenía muy buena relación con el Gral. Lázaro Cárdenas quien en 1930 era gobernador del estado y quien lo invita a que participe en un concurso de elaboración de guitarras en Pátzcuaro con maestros españoles. En este concurso logra hacer un tipo de guitarra que actualmente conocemos como guitarra moderna, para 1932 Erasmo convoca a dos cursos dejando a los parachences el camino hacia la

guitarrería actual, para 1944 surgen varios factores que benefician en lo económico y difusión de la guitarra: el pueblo es conectado a la carretera nacional, llega la energía eléctrica y algo atractivo que ayuda enormemente a toda esta región es la erupción del volcán Parícutín. En 1970 comienzan a surgir varios talleres artesanales, mientras otros lauderos emigraban hacia los EUA. En 1981 llega desde España Félix Manzanero para impartir un nuevo curso de construcción formando un grupo de lauderos donde el principal objetivo era obtener una mejor calidad en la guitarra. No obstante en 1993 se forma el club de lauderos en donde se impartían cursos por el Sr Carlos Piña. Ya para 1995 se realiza el primer festival del club de lauderos, en este mismo año se trató de realizar la primer escuela laudera para niños la cual no tuvo éxito. En 2010 el ICATMI da inicio al taller de elaboración de guitarras en Paracho (Hernández, 2014).

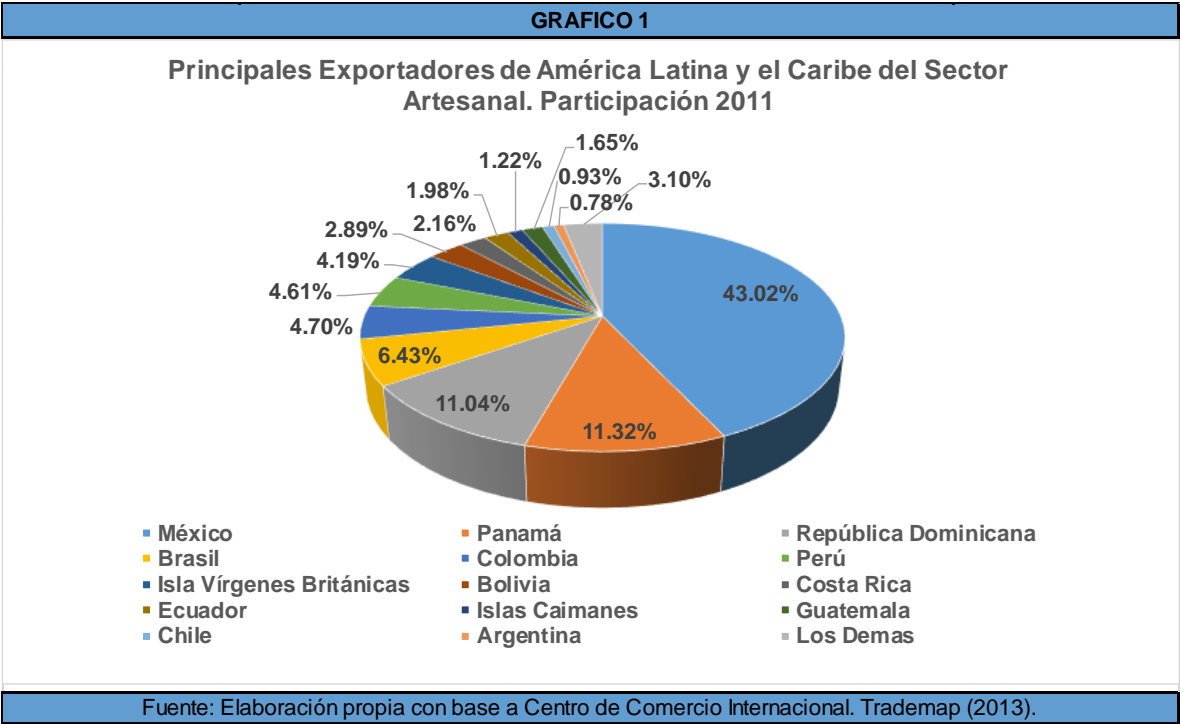
Para la gente humilde no hay un conocimiento alto de los antecedentes de la guitarra artesanal, en México es imposible el desarrollo de los artesanos que son un ejemplo puesto que han recibido un oficio pobre en reconocimiento pero rico en arte.

1.2 Planteamiento del Problema

El origen de las artesanías mexicanas tienen su historia en las zonas rurales, debido a que los artesanos creaban una gran variedad de figuras de barro, madera, cerámica, alambre, migajón, cobre, textiles, cantera, vidrio, talavera, entre otros, con gran dedicación. Estos artesanos plasmaban en las artesanías mexicanas el folclor mexicano que nos distingue, reflejando la diversidad cultural y la riqueza creativa de nuestros pueblos, de nuestros antepasados y de nuestros colores, identificándonos en todo el mundo. A nivel internacional las artesanías mexicanas tienen un amplio reconocimiento y valoración y por consiguiente representa un mercado muy atractivo con potencial de crecimiento y prometedor día a día. En materia de exportación las tradicionales artesanías mexicanas tienen una mayor demanda en países como España, Canadá, EUA, Colombia, Alemania, Italia, Australia entre otros (ProMéxico, 2013).

México es el país que ocupa el primer lugar de exportadores de artesanías en América Latina, a nivel internacional las artesanías mexicanas cuentan con un gran reconocimiento y valoración, por ser productos que manifiestan la diversidad cultural de una sociedad, lo que ha permitido al sector convertirse en un atractivo mercado con potencial de crecimiento. Las importaciones y exportaciones son conceptos que nos ayudan a darnos cuenta de cómo se encuentra económicamente un país. La exportación de las artesanías mexicanas en los diversos mercados internacionales ayuda a incrementar la utilidad, además de fortalecer la economía de los artesanos

incrementando la competitividad de sus productos artesanales. El grafico 1 muestra los principales exportadores de artesanías desde los países de América Latina y el Caribe, teniendo en primer lugar México (43.02%), seguido por Panamá (11.32%) y República Dominicana (11.04%). Otros principales países son: Brasil, Colombia, Perú, Islas Vírgenes Británicas, Bolivia y Costa Rica.



En las últimas décadas EUA se ha convertido en un competidor firme a nivel internacional en cuanto a comercio exterior se refiere. Es el país líder en los mercados más potentes a nivel internacional. A continuación se muestran tablas y gráficos que nos muestran los antecedentes en importaciones y exportaciones del sector artesanal en el mundo.

Las importaciones mundiales del sector artesanías han mostrado en los últimos cinco años una tendencia creciente. La Tasa de Crecimiento promedio anual es del 5.25% (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2013).

La tabla 1 muestra las importaciones mundiales del sector artesanías en el periodo 2007-2011.

TABLA 1				
Importaciones Mundiales de Productos del Sector Artesanal 2007-2011				
Valor en Miles USD				
2007	2008	2009	2010	2011
80,133,463	81,717,545	72,833,833	86,763,203	109,129,756
Fuente: Elaboración propia con base a Centro de Comercio Internacional, Trademap (2013)				

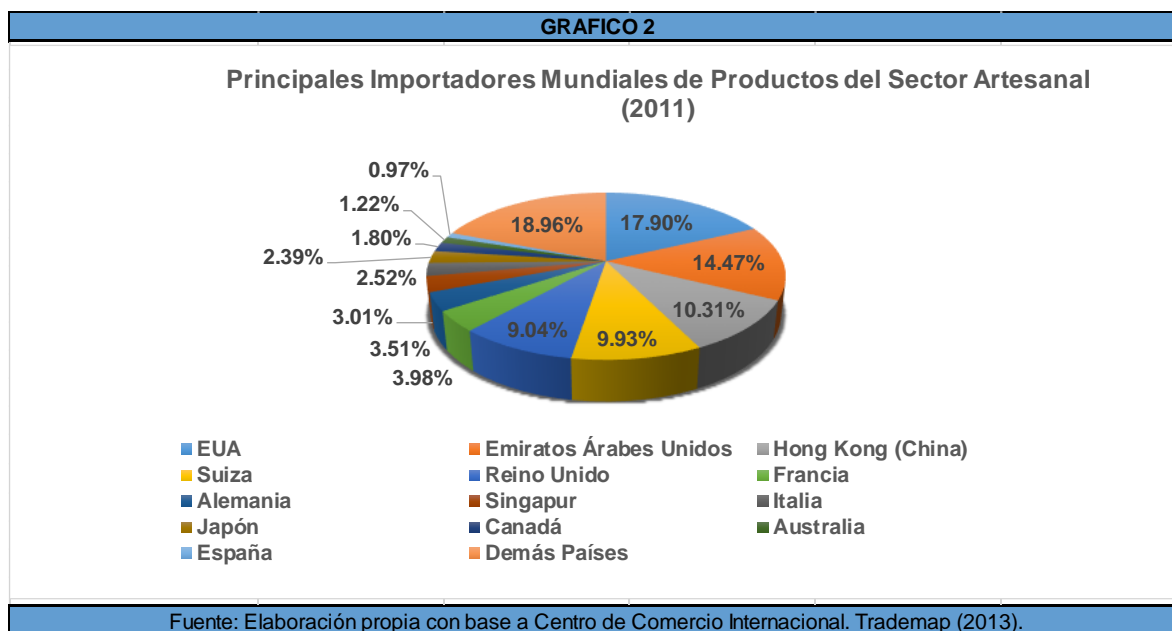
De acuerdo al estudio realizado en 2013 por la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones nos dice EUA lidera la lista de los principales países importadores del sector artesanías en los últimos cinco años representando en el 2011 el 17.90%, seguido de Emiratos Árabes Unidos con el 14.47%, en tercer lugar Hong Kong estuvo con 10.31% y Suiza 9.93%; entre otros países. (Véase tabla 2).

TABLA 2						
Principales Importadores Mundiales de Productos del Sector Artesanal 2007-2011						
Valor en Miles USD						
Importadores	2007	2008	2009	2010	2011	% Participación 2011
EUA	23,032,729	19,358,290	14,926,035	17,937,657	19,536,259	17.90%
Emiratos Árabes Unidos	5,006,551	6,455,308	12,100,898	10,294,119	15,787,063	14.47%
Hong Kong (China)	4,599,203	5,770,141	4,849,114	7,068,219	11,250,655	10.31%
Suiza	5,278,224	6,124,453	5,200,890	8,420,403	10,835,679	9.93%
Reino Unido	10,067,911	8,653,302	6,408,426	7,822,755	9,861,367	9.04%
Francia	3,174,996	3,462,889	3,004,070	3,476,556	4,342,981	3.98%
Alemania	2,752,279	2,959,312	2,727,219	3,048,035	3,828,048	3.51%
Singapur	1,718,987	2,434,663	1,959,806	2,939,076	3,280,285	3.01%
Italia	2,200,697	2,193,936	1,691,045	2,198,534	2,745,702	2.52%
Japón	2,603,618	2,786,909	2,099,537	2,397,341	2,612,397	2.39%
Canadá	1,717,132	1,784,861	1,467,804	1,779,416	1,968,557	1.80%
Australia	971,162	1,118,972	1,039,577	1,187,410	1,326,404	1.22%
España	1,451,508	1,262,563	903,054	1,048,477	1,059,977	0.97%
Demás Países	15,558,466	17,351,946	14,456,358	17,145,205	20,694,382	18.96%
TOTALES	80,133,463	81,717,545	72,833,833	86,763,203	109,129,756	100%
Fuente: Elaboración propia con base a Centro de Comercio Internacional, Trademap (2013)						

La tabla 2 muestra los principales países líderes en importación de artesanías de las que destacan las elaboradas de madera, cerámica, barro, porcelana y paja.

Al analizar el 2011, los principales países importadores de artesanías comprenden EUA con un 18%, Emiratos Árabes Unidos con un 14%, Hong Kong (China) con un 10%, Suiza con un 10%, Reino Unido con un 9%, Francia con un 4%, Alemania con un 4%, Singapur con un 3%.

En el grafico 2 se hace la descripción de acuerdo al porcentaje ocupado por los principales países.



Por su parte las exportaciones del sector artesanías en los últimos cinco años han presentado una tendencia creciente alcanzando para el 2011, USD 117, 968,675 miles, con una Tasa de Crecimiento Promedio Anual del 9.89%.

La tabla 3 muestra lo ocurrido en el periodo 2007-2011 de acuerdo a las exportaciones mundiales.

TABLA 3				
Exportaciones Mundiales de Productos del Sector Artesanal 2007-2011				
Valor en Miles USD				
2007	2008	2009	2010	2011
80,909,942	88,413,309	78,373,295	92,196,364	117,968,675
Fuente: Elaboración propia con base a Centro de Comercio Internacional, Trademap (2013)				

En la tabla 4 se muestran los principales exportadores de productos del sector Artesanías, siendo los principales exportadores China (18.32%), India (12.74%), Estados Unidos de América (10.95%), Reino Unido (7.27%) y Suiza con el 6.78%.

TABLA 4						
Principales Exportadores Mundiales de Productos del Sector Artesanal 2007-2011						
Valor en Miles USD						
Exportadores	2007	2008	2009	2010	2011	% Participación 2011
China	9,446,069	10,199,979	9,718,079	14,357,612	21,606,901	18.32%
India	5,613,316	5,114,314	11,043,827	8,277,156	15,033,207	12.74%
EUA	10,698,639	12,389,140	10,301,361	11,034,680	12,918,434	10.95%
Reino Unido	8,901,287	8,011,077	5,941,102	7,745,696	8,581,008	7.27%
Siuza	5,335,174	5,871,367	4,722,365	5,646,406	8,000,949	6.78%
Hong Kong (China)	6,148,033	6,530,589	4,963,745	5,969,870	7,606,535	6.45%
Italia	7,117,802	7,089,380	5,049,316	6,133,996	6,860,578	5.82%
Francia	3,132,736	3,679,132	2,845,084	3,082,660	4,774,508	4.05%
Tailandia	2,673,806	3,386,213	2,962,828	3,655,670	4,363,459	3.70%
Alemania	2,477,834	2,753,956	2,345,076	2,572,804	3,093,420	2.62%
Singapur	1,011,340	1,897,567	1,722,033	2,756,443	2,684,692	2.28%
Japón	598,085	1,146,629	923,929	1,619,650	2,513,961	2.13%
Turquía	1,645,485	1,777,517	1,263,039	1,650,858	2,075,272	1.76%
Demás Países	16,110,336	18,566,449	14,571,511	17,692,863	17,855,751	15.14%
TOTALES	80,909,942	88,413,309	78,373,295	92,196,364	117,968,675	100%

Fuente: Elaboración propia con base a Centro de Comercio Internacional, Trademap (2013)

México se ha visto afectado por varias potencias mundiales en el ámbito de importaciones y exportaciones, es la segunda economía de América Latina (después de Brasil), y tiene unos fuertes vínculos económicos con los Estados Unidos de América. Como nación emergente con una importante posición geoestratégica, México se ha desarrollado rápidamente a lo largo de la última década, pero también se ha visto afectado por la crisis económica mundial (Eurostat, 2011).

EUA es el país líder en importaciones de las cuales una gran parte son provenientes de nuestro país y es el caso de nuestras artesanías michoacanas, por otra parte la cercanía de nuestro país con EUA, es otro de los factores favorables, el intercambio comercial entre México y Estados Unidos se inscribe en el marco conformado por el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), actualmente esta relación enfrenta diversos retos. El TLCAN se concede como un área de oportunidad y de beneficios que dado el nivel de unión comercial que ya existe. Sin embargo, las amenazas reales no se encuentran en la configuración exterior del diseño de comercio exterior de México, sino en los problemas de su interior que impiden transformar estas supuestas amenazas en oportunidades.

Analizados los cuadros y gráficos anteriores, México debe tener mayor participación a nivel internacional en el sector artesanal y en un mercado como el de EUA principalmente donde sus artesanías sean competitivas reconociendo su calidad especialmente.

A pesar de que México es el primer lugar en exportaciones de artesanía en América Latina, la guitarra artesanal del municipio de Paracho en el estado de Michoacán cuenta con inconvenientes que afectan la poca competitividad que esta tiene a nivel internacional, la cual puede ser reforzada para tener un mejor nivel de vida esencialmente para los lauderos.

El sector artesanal del Estado de Michoacán que forma parte del sector terciario, no se encuentra organizado, ni es disciplinado y los procesos de producción y comercialización de la guitarra artesanal de Paracho se ha visto rezagada con relación a otros países productores de guitarra como España, EUA, Alemania por mencionar algunos.

Michoacán es un importante estado proveedor de artesanías, sin embargo la competitividad de sus artesanías no ha sido la esperada en los últimos años y esto es debido a la falta de apoyos para crear proyectos por parte del Gobierno Federal, no contar con asesorías, nuevas tecnologías, una mejor infraestructura, el malbaratar los productos, una débil Productividad entre otros.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos tanto nacionales como importados procedentes de procesos industriales de bajo costo, con apariencia similar a los productos artesanales, pero con menor Precio y muy poca calidad.

Otra barrera para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con una corta capacidad para llegar al mercado y escasas facilidades de negociación.

Actualmente en el mercado mexicano existen artesanías basadas en tradiciones centenarias con mucha calidad elaboradas con el talento y entusiasmo de nuestros pueblos artesanos y que nos pueden ayudar a abrir mercado a nivel nacional e internacional. Ya que estas piezas significativas pueden ocupar un lugar en cada parte de una casa, hoteles, restaurantes o simplemente en la decoración de una empresa (ProMéxico, 2013).

Por otro lado existen barreras sociales y económicas que llegan a limitar las operaciones que permiten realizar la exportación de una forma legal y correcta, por

ejemplo: la falta de infraestructura confiable, corrupción, delincuencia, exceso de trámites y documentos que frenan los pocos y muy buenos proyectos.

Al interior de Michoacán, la madera es uno de los principales materiales que maestros artesanos emplean en sus trabajos diarios. El producto de esa labor se refleja en muebles, juguetes, utensilios de cocina y labranza, adornos, máscaras, instrumentos musicales, entre otras muchas que se exhiben con fines comerciales en mercados, tianguis y corredores artesanales instalados en la mayoría de los pueblos, particularmente en los que cuentan con una población indígena importante (Gobierno del Estado de Michoacán, 2013).

El mercado de EUA, ofrece amplias posibilidades para la exportación de la guitarra artesanal de Paracho, su aprovechamiento dependerá de la Competitividad que se logre para continuar diversificando su mercado e incrementar dicha exportación y así poder romper con muchos de estos problemas y encontrar el camino más fácil para la lograr esa competitividad en los EUA y posteriormente a cualquier región del planeta.

1.2.1 Problema de Investigación

El problema de investigación consiste que se desconoce si la Competitividad de los talleres del municipio de Paracho Michoacán que exportan guitarra artesanal al mercado de Estados Unidos es determinada por su Productividad, Precio y Calidad.

1.3 Pregunta de Investigación

La pregunta de investigación nos permite descifrar aquello que se pretende conocer o probar durante el trabajo de investigación. La selección de la pregunta de investigación es el elemento central tanto de la investigación cuantitativa como la investigación cualitativa.

1.3.1 Pregunta General

- ¿Cómo inciden la Productividad, el Precio y la Calidad en la Competitividad de los talleres de Paracho Michoacán que exportan guitarra artesanal a Estados Unidos?

1.4 Objetivo de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

- Analizar cómo la Productividad, el Precio y la Calidad han afectado la Competitividad de los talleres de Paracho Michoacán que exportan guitarra artesanal a Estados Unidos.

1.5 Justificación

La justificación de esta investigación se basa en hechos que ayuden a analizar la competitividad de los talleres artesanales de la guitarra de Paracho, la elaboración de esta debe ser objeto de admiración no solo a nivel nacional si no que a nivel mundial es por esto que la trascendencia de realizar la investigación está en la importancia que tiene el análisis de la competitividad de las artesanías de nuestro estado en el mercado internacional.

Estudiar la Competitividad de los talleres artesanales de guitarra de Paracho Michoacán, permitirá en primer lugar conocer el estado actual en el cual se encuentra, sirviendo este como información y marco de referencia para futuras investigaciones, así como para los mismo lauderos, para poder proponer alternativas para elevar la competitividad de esta artesanía.

El trabajo artesanal genera diversas fuentes de trabajo e ingreso para los artesanos que viven en medios rurales, y una forma de representar internacionalmente a México, ya que las artesanías mexicanas son símbolo de la riqueza natural y cultural que existe en el país (ProMéxico, 2013).

Con el análisis de estudio de esta investigación principalmente se beneficia a los productores de artesanías en el estado, en específico a los artesanos de Paracho, ya que es un sector estratégico que genera crecimiento económico, y así pudiendo determinar los aciertos y desaciertos en la producción de la misma.

Estudiar la competitividad de las artesanías tiene gran relevancia e impacto social puesto que esté pasando diariamente con los productores de artesanías como lo es la guitarra artesanal del municipio de Paracho Michoacán.

El reto consiste no solo en atender satisfactoriamente el mercado nacional, sino, sobre todo, en tener la capacidad de incrementar las exportaciones con productos de buena calidad, buen precio y esto para generar más empleos suficientes y proporcionar un mejor nivel de vida para los lauderos de esta región michoacana.

Finalmente con lo propuesto en el planteamiento de la investigación es viable ya que se cuenta con los recursos necesarios e indispensables para llevarla a cabo y es por eso que la presente investigación busca aportar elementos que permitan conocer la competitividad de las artesanías muy en particular en el caso de la guitarra artesanal de Paracho Michoacán en EUA.

1.6 Hipótesis de la Investigación

1.6.1 Hipótesis General

- La Competitividad de la guitarra artesanal de Paracho Michoacán que se exporta al mercado de Estados Unidos está determinada principalmente por la Productividad, el Precio y la Calidad.

1.7 Identificación de Variables

Una variable es un símbolo al que se le asignan valores o números. Una variables independiente es la causa supuesta de la variable dependiente, es decir el efecto supuesto (Kerlinger, 2005).

1.7.1 Variables Dependientes

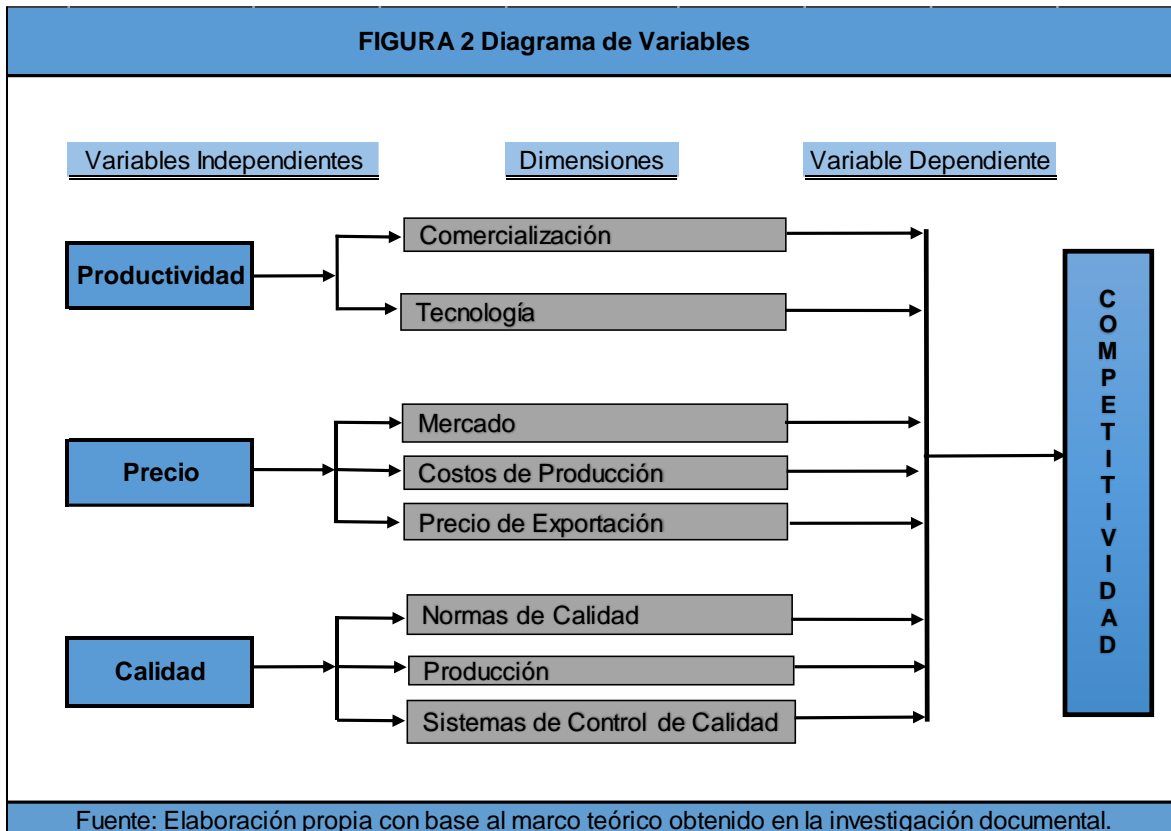
- Competitividad.

1.7.2 Variables Independientes

- Productividad, Precio y Calidad.

1.7.3 Diagrama de Variables

En el diagrama (Figura 2) que se presenta a continuación se muestra el modelo general, en el que se describe la relación entre la Productividad, el Precio y la Calidad presentados como variables independientes y la Competitividad como variable dependiente.



1.8 Operacionalización de las Variables Independientes

La operacionalización de las variables consiste en señalar la manera en que la variable será medida (Briones, 2002), a continuación se presenta la tabla 5 con la operacionalización de las variables independientes, en dicha tabla se muestra la congruencia entre las variables y sus respectivas dimensiones e indicadores.

TABLA 5			
Operacionalización de las Variables Independientes			
Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta
Productividad	Comercialización	Canales de Distribución	1
		Estrategias de Ventas	2
		Estrategias de Comercialización	3
	Tecnología	Maquinaria y Equipo	4
		Insumos/Productos	5
		Exportación	6
Precio	Mercado	Competencia	7
		Estrategias de Precios	8
	Costos de Producción	Supervisión	9
		Integración del Precio	10
	Precio de Exportación	Rentabilidad	11
		Competencia	12
		Insumos	13
Calidad	Normas de Calidad	Clientes	14
		Certificaciones ISO	15
	Producción	Materia Prima	16
		Productos	17
	Sistemas de Control de Calidad	Clientes	18
		Estándares	19

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación documental

1.9 Tipo de Investigación

Se desarrollará el tema de investigación con los siguientes tipos de análisis:

De tipo descriptivos, que nos permitirán analizar las características del problema a tratar, haciendo un análisis de la situación en la que se encuentra la guitarra artesanal de Paracho Michoacán en relación a su Competitividad.

La investigación descriptiva reseña las características de un fenómeno existente. Los censos nacionales son investigaciones descriptivas, lo mismo que cualquier encuesta que evalúe la situación actual de cualquier aspecto, la investigación descriptiva describe la situación de las cosas en el presente (Salkind, 1999).

Estudios correlacionales, ya que el propósito es mostrar y examinar la relación entre las variables que se estudiarán como lo son la Productividad, el Precio y la Calidad así como especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes

de los grupos dedicados a la elaboración de guitarras así como su evolución. La investigación correlacional proporciona indicios de la relación que podría existir entre dos o más cosas, o de que tan bien uno o más datos podrían predecir un resultado específico (Salkind, 1999).

1.10 Alcances y Limitaciones

A continuación se explican los alcances del proyecto de investigación, especificando hacia donde se llegará con el tema, así como sus limitaciones.

1.10.1 Alcances

Con la realización de esta tesis se podrá identificar la situación actual de la guitarra de Paracho, y así poder contribuir al desarrollo y crecimiento económico del sector artesanal de nuestro estado y nuestro país en mercados internacionales.

La investigación precisa el análisis de los datos que se obtengan e información para conocer como influyeron la Productividad, el Precio y la Calidad en la Competitividad de la guitarra de Paracho Michoacán en EUA.

1.10.2 Limitaciones

Las limitantes se dan por falta de datos específicos sobre la guitarra artesanal de Paracho anteriores a 2013 para la determinación de la Competitividad del sector artesanal en EUA.

Otra de las limitantes es la poca participación por parte de los lauderos en entrevistas y esto se da debido a la falta de confianza al momento de la aplicación de cuestionarios o realizar entrevistas. Por ultimo esta investigación solo aplica para la artesanía laudera o hecha manualmente en la comunidad de Paracho.

CAPÍTULO II

EL SECTOR ARTESANAL EN MÉXICO, ESTADOS UNIDOS, MICHOACÁN Y SU IMPORTANCIA

En este segundo capítulo se describe el sector artesanal de forma general para México y EUA y de manera particular en Michoacán describiendo las principales artesanías y lugares donde se realizan, tomando en cuenta la importancia del sector para ambos países, para finalmente realizar un resumen de lo que es la guitarra artesanal del municipio de Paracho, sus partes y tipos que actualmente se comercializan.

2.1 El Sector Artesanal

Todo lo que se encuentra en la naturaleza y que puede ser aprovechado por el hombre es un recurso natural. Las personas trabajamos para alcanzar, transformar o intercambiar los recursos naturales y utilizarlos en nuestro beneficio. Para ello, realizamos actividades económicas que pueden pertenecer a los sectores primario, secundario o terciario. Las actividades de los tres sectores están ligadas entre sí.

El sector primario de cualquier economía incluye todas las actividades donde los recursos naturales se aprovechan tal como se obtienen de la naturaleza, ya sea para alimento o para generar materias primas. El sector secundario se caracteriza por el uso predominante de maquinaria y de procesos cada vez más automatizados para transformar las materias primas que se obtienen del sector primario. Incluye las fábricas, talleres y laboratorios de todos los tipos de industrias. En el sector terciario de la economía no se producen bienes materiales; se reciben los productos

elaborados en el sector secundario para su venta; también nos ofrece la oportunidad de aprovechar algún recurso sin llegar a ser dueños de él, como es el caso de los servicios (INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2009).

La actividad artesanal en muchos países tal es el caso de México pertenece al sector secundario ya que se transforman las materias primas obtenidas del sector primario. El sector artesanal no ha desaparecido del todo, pero en la mayoría de las actividades se ha introducido el uso de las máquinas, lo que les da un carácter más industrial que artesanal. Sólo en los países en vías de desarrollo la artesanía desempeña todavía un papel importante ya que la mayoría de los artesanos emplea la maquinaria en lo mínimo en la elaboración de sus artesanías.

La producción artesanal no es homogénea ni por sus productos, ni por las formas de organización del trabajo, de distribución y circulación de los productos y de consumirlos. De la misma manera ha sido variada la idea sobre el trabajo y los resultados de la producción artesanal en la sociedad (Novelo, 1993).

En un mundo tan globalizado como el actual donde la oferta y demanda son lo más importante para la economía de un país y que el consumidor responde de manera positiva a los distintos sectores es necesario conocer el comportamiento de compra, es decir, entender las necesidades y deseos para atenderlo de una mejor manera, pero aún más importante es saber cómo se mueve el mercado así como la competencia y la forma en que responden a esta globalización.

Hablar de artesanía, es hablar de muchas cosas en una sola palabra. Es hablar de oficio, es también hablar, en algunos casos, de una forma de vida, es hablar de la cultura de un pueblo, es hablar de arte. Hablar de artesanía es hablar de etnográfica, también hablar de tecnología e incluso de turismo. A continuación se muestran algunas definiciones de la palabra artesanía:

Se habla de una artesanía como obra de arte, como signo de subdesarrollo, como vía para el mejoramiento del campesino desocupado, como parte fundamental de la cultura nacionalista, como terapia ocupacional etcétera. Una artesanía es un elemento que combina cultura, tradición, inspiración y esfuerzo, e inclusive llega a tener un sentido espiritual para muchos artesanos; como está hecha a mano en ella se impregnan las huellas digitales del mismo, podría decirse que es su firma o sello personal y le dedica el tiempo necesario a la artesanía, se inspira y se deja llevar por lo que su corazón y la naturaleza dicte, para que quede a la perfección (Novelo, 1993).

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART, 2009) nos dice que la artesanía es un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho de procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas.

La artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas. Hoy la artesanía se proyecta como una solución productiva y económicamente rentable (Roncancio, 1999).

Una artesanía se puede definir como un trabajo manual, que es resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio que pueda realizar el artesano en su domicilio o fuera de él, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en las características distintivas en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético (Amezcuca, 1998).

A nivel internacional, la UNESCO define la artesanía de la siguiente manera: Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente (UNESCO, 1997).

La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común. El término artesanía se refiere al trabajo realizado de forma manual por una persona en el que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándolo del trabajo en serie o industrial (Sierralta, 2014).

El oficio artesanal es uno de los más antiguos de la humanidad. Este empleo se destaca por realizar un producto con elementos culturales y materiales de la región donde se vive, lo cual crea una identidad de la comunidad o región con la cual se le puede distinguir en cualquier parte del mundo.

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 1997).

2.2 El Sector Artesanal en México

En México, las variadas características de las culturas prehispánicas favorecieron la elaboración de artesanías distintivas de cada región, lo que se enriqueció a través del tiempo. La conquista por parte de los españoles y el mestizaje fortalecieron la actividad artesanal al introducir nuevas técnicas que diversificaron la producción de objetos.

De acuerdo a información del (INEGI, 2010), y al censo realizado en el 2010 en México y actualizado en 2013 de una total de 112,336,538 habitantes hay 57,481,307 mujeres y 54,855,231 hombres, el sector secundario está integrado por un total de 12,112,304 del cual 3,084,766 son mujeres y 9,027,538 hombres, el Grafico 3 nos indica que el 75% son hombres contra el 25% de mujeres.



En México las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país, ya que se cuenta con materia prima única que identifica a cada región. La actividad artesanal en México se contempla dentro del sector secundario o industrial, dado que se transforman las materias primas obtenidas del sector primario como ya se mencionó en párrafos anteriores. Clasificado en la rama de industrias manufactureras, que incluye los procesos de producción manuales o con el uso de máquinas; en este caso nos referimos a un trabajo totalmente hecho a mano, sin embargo con el avance de la tecnología, este tipo de artesanías poco a poco ha ido evolucionando en productos semi-industrializados.

De acuerdo a (FONART, 2009). El sector artesanal cuenta con diferentes ramas de las cuales se derivan las siguientes:

- a) Alfarería y cerámica: La alfarería se designa a técnicas manuales antiguas, mientras que la cerámica a técnicas manuales más recientes. Algunos ejemplos de estas artesanías son los jarrones, tazas, platos entre otros.
- b) Textiles: Las técnicas tradicionales con mayor presencia son el milenario telar de cintura indígena, el telar de pedal o colonial, que llegó con la conquista española, el bordado y el deshilado. El huipil, la faja y el rebozo son solo algunas indumentarias femeninas que actualmente se conservan.
- c) Madera: El trabajo con madera es una tradición ancestral. En la época prehispánica, se tallaban instrumentos musicales con sentido religioso. La utilización de la madera en la artesanía es muy variada: desde miniaturas, baúles, muebles, instrumentos musicales, hasta máscaras y representaciones de animales fantásticos.
- d) Cerería: El uso de la cera en las artesanías se remonta a la época colonial. Actualmente de este arte se derivan artesanías como velas que se decoran con flores o simplemente escamadas.
- e) Metalistería: Los metales que actualmente se trabajan son hierro, acero, bronce, cobre, plomo, estaño, latón y hojalata los cuales a su vez se desarrollan en diferentes métodos de transformación.
- f) Orfebrería: Es el trabajo en metales preciosos y semipreciosos como el oro, la plata, el bronce y el cobre, de los cuales se obtienen artículos religiosos, artículos de uso personal etc.

- g) Fibras vegetales: El arte de tejer fibras vegetales como la palma, vara de sauce, carrizo, jonote, bejuco entre otros, surge como necesidad de aprovechar lo que el entorno natural nos ofrece pudiendo elaborar artesanías como: cestos, tapetes, bolsas etc.
- h) Cartonería y Papel: Son antiguas técnicas de arte prehispánica, actualmente se trabaja el papel y el cartón elaborando papel amate y papel picado. Dentro de la producción tenemos artesanías como los alebrijes, piñatas y muñecas.
- i) Talabartería y Peletería: Talabartería es el taller donde se trabajan todo tipo de cueros y la peletería es el arte de trabajar la piel para el vestuario como zapatos, botas, abrigos, chamarras, pantalones entre otros.
- j) Maque y Laca: La laca mexicana es de origen prehispánico, es una de las técnicas más laboriosas en la artesanía. También se le denomina maque, esmalte o barniz.
- k) Lapidaria y Cantería: La lapidaria es el arte de labrar piedras preciosas y semipreciosas, actualmente se practica en piedras como: ágata, ópalo, amatista, obsidiana y jade. Por su parte la cantería, es el labrado de piedras duras con las que se hacen fuentes, columnas y toda clase de adornos para fachadas.
- l) Arte huichol: Sus materias primas principales son la chaquiras y los estambres, ambos de vistosos y característicos colores.
- m) Hueso y cuerno: Los artesanos, con laboriosidad talento y paciencia, la transforman magistralmente en productos que todavía en la actualidad, son requeridos con demanda, ya que se producen piezas como silbatos, aretes, llaveros, peines, ajedrez entre otros.
- n) Concha y caracol: Las conchas marinas son utilizadas para la elaboración de piezas utilitarias y de ornato, y se remonta a épocas muy antiguas donde los indígenas las portaban como elementos de adorno personal.
- o) Vidrio: La elaboración de vidrio es una actividad que se introduce a nuestro país por la conquista española. El trabajo con vidrio requiere de gran destreza y un manejo de forma muy especial por parte del artesano, convirtiéndolo en un arte de difícil dominio.

- p) Plumaria: El arte plumaria tiene su cometido en la apropiación de las plumas de las aves endémicas (Una especie endémica también llamadas especies microareales, es aquella especie que está restringido a una ubicación geográfica muy concreta y fuera de esta ubicación no se encuentra en otra parte) y la labor artística de transformarlas en obras ornamentales, rituales y de uso cotidiano.

Cuando se habla de artesanía se piensa sin duda y primordialmente en elementos hechos totalmente a mano, sin embargo si nos detenemos a ver la cantidad de cosas que se hacen a mano en zonas indígenas se tiene una gran variedad de artesanías. Las artesanías mexicanas están creadas para ocupar una función clave en la vida cotidiana. Ollas de barro negro en la cocina, mesas de marquetería, guitarras, macetas de barro pintado, alhajeros, velas etcétera. Así la artesanía mexicana se convierte en uno de los elementos decorativos más utilizados en las casas, no solo por razones de estética, sino también por su utilidad. Actualmente en varias ciudades del país se fabrican diferentes artesanías hechas a mano que de acuerdo a (Gallegos, 2010) son las más representativas de México entre las cuales nos encontramos las siguientes artesanías:

- a) Alebrijes: Estos singulares personajes a quienes, en el pasado no se les llamaba alebrijes, sino simplemente figuras talladas. Según la tradición, el término alebrije lo comenzaron a utilizar pobladores de San Martín Tilcajete, Oaxaca, muy famosa por sus piezas fantásticas elaboradas en cartón. Se dice que una persona constató que se vendía bien este tipo de trabajo y que gozaba de cierta popularidad; entonces pensó hacerlos en madera pues el cartón tiene la desventaja de un fácil deterioro y, sin duda, en madera durarían más. Desde entonces su nombre permanece y con el tiempo no sólo hicieron estas figuras, sino animales con muchos elementos imaginarios.
- b) Barro negro: El barro negro se comenzó a trabajar en la región de Oaxaca. Se sabe que se atribuye a los zapotecos, y más tarde los mixtecos, habitantes de los valles centrales de Oaxaca. Durante esa época hacían maravillas con el abundante lodo de donde era extraído el material para la elaboración de vasijas, ollas y demás figurillas.
- a. Ya en el siglo XX, en los años 50, se le dio gran impulso al barro negro, se descubrió que podía cambiar el color y el brillo del barro mediante una técnica del cocimiento, para la cual se emplea un horno de dos bocas que en determinado momento se cierran para reducir el

oxígeno, ya que si se utilizara un horno común y corriente la pieza obtendría un color rojizo. A este proceso de quema se le llama reducción de atmósferas (utilizada desde la época prehispánica) debido a que ocurre una reacción física contraria a la oxidación. Las piezas de barro se pulen y bruñen antes de quemarlas para dar como resultado las bellas y populares artesanías que hoy conocemos y que le han dado fama al estado de Oaxaca.

- c) Talavera poblana: El origen de este arte es aún incierto, pues se dice que su nombre se debe al parecido que tiene con el elaborado en la ciudad de Talavera de la Reina, España. Sin embargo, y aunque la loza poblana se decora a semejanza de la dicha ciudad, ello no basta para suponer que hayan sido talaveranos los primeros loceros que llegaron a Puebla. Existe la posibilidad de que fueran sevillanos, pues Sevilla fue punto de emigración hacia la Nueva España y centro productor de loza y azulejería con influencia árabe.
 - a. Aunque la alfarería ya existía en México, el arte del vidriado y esmaltado del barro llegó de España a finales del siglo XVI, y fue en 1589 cuando se comenzaron a establecer un buen número de maestros loceros que encontraban en los valles de Puebla la materia prima necesaria para producir cerámicas de buena calidad, lo que aumentó el auge de la ciudad como centro productor de esta artesanía.
- d) Rebozo: La producción artesanal de esta tradicional prenda data del año 1764, en Santa María del Río, San Luis Potosí, como necesidad de las mujeres por tener una prenda para cubrir sus cabezas al entrar a los templos. El rebozo se ha convertido en una prenda tan íntimamente relacionada a nuestra cultura que se ha convertido en una de las básicas del guardarropa de muchas mujeres mexicanas, sin importar su posición socioeconómica. Actualmente existen diversos centros de producción además de Santa María del Río, en San Luis Potosí, como Tenancingo, en el Estado de México; La Piedad, Michoacán; Santa Ana Chautenpan, Tlaxcala; y Moroleón, Guanajuato.
- e) Árboles de la vida: Originarios de Metepec, Estado de México, es tradición y fantasía del barro, una verdadera maravilla, incluso para artistas y artesanos ya consagrados en territorios sumamente lejanos como Europa, Asia y el Medio Oriente. Es una preciosa creación de expertos artesanos mexicanos y representa una mezcla de las tradiciones locales con los elementos más

conocidos del Génesis Bíblico, aunque también los hay con otros temas.

- f) Sarape: De formato rectangular y gran colorido, esta vestimenta es típica de la ciudad de Saltillo y de sus alrededores. Se sabe que su antecedente directo son aquellas prendas que lucían las mujeres durante la época prehispánica y que eran elaboradas mediante un telar de cintura. Con el tiempo, éstas fueron siendo hechas ya no de yute sino de algodón y también dejándose de producir mediante ese rudimentario sistema dando paso a su confección en modernos telares de trabajo industrial. Sin embargo, y a pesar de ese notable cambio en su producción, lo cual le ha permitido trascender más allá de nuestras fronteras, el sarape sigue manteniendo su frescura y su utilidad sobre todo en ciertas épocas del año.

- g) Platería: Ya desde tiempos prehispánicos, los habitantes de las regiones occidente y sur del país (los actuales estados de Michoacán, Oaxaca y Guerrero) dominaban a la perfección las técnicas para dar vida en esos metales a maravillosas joyas (aretes, collares, pendientes, bezotes, brazaletes, anillos, entre otras) que sólo las clases altas podían lucir como símbolo de su poder y status. Actualmente, uno de los mejores sitios para adquirir plata en México es Taxco, en el estado de Guerrero.

2.2.1 Importancia del Sector Artesanal en México

En la antigüedad se pensaba que si algo era bello, no podría ser útil, ya que el objeto solo serviría para ser contemplado; o viceversa, si un objeto era útil, no sería bello, pues la razón del objeto es ser usado y no ser contemplado. La mayoría de artesanías son totalmente lo contrario y las dos características se combinan, el uso y la apreciación; hoy en día una artesanía es tanto bella como útil, bella porque la admiramos y útil porque es parte de nuestra vida diaria (Novelo,1976).

En diversas culturas, las personas crean sus propios utensilios de cocina, ropa, muebles etc. La gente sobrevive día a día con sus propias artesanías y éstas tienen su propósito. Las artesanías, en vez de ser consideradas de bajo valor por la gente, deberían de ser respetadas por el hecho de que la gente las hace con su esfuerzo y para cubrir sus necesidades, tanto monetarias como de supervivencia haciéndolas cada día más importantes y de más valor. La artesanía es representativa de un lugar y/o una cultura, por ejemplo: no es lo mismo tener una vasija proveniente de Perú que una local, variará en la forma, el color, el material y por supuesto la manera en la que fue hecha, la manera en que el artesano aprendió a hacerla de igual manera no es lo mismo tener una guitarra de origen chino que una de Paracho.

El artesano mexicano es meramente un artista y su trabajo llamado artesanía es su obra de arte. Gracias a la experiencia y a las enseñanzas que le han brindado, tanto su familia como su entorno, puede realizar sus trabajos. Pero, más que nada, la habilidad y el sentimiento con que trabaja el artesano es de lo más importante, pues él es portador de la imaginación e inspiración; cada objeto artesanal que produzca el artesano tiene su personalidad o, mejor dicho, su esencia, la cual las hace diferentes y especiales ante el ojo del comprador/espectador y ante el mismo creador.

Cabe destacar, respetar y admirar el trabajo de los artesanos mexicanos, ya que no es lo mismo tener objetos hechos a mano, dedicación y de gran calidad, a tener objetos fabricados en serie, hechos por una máquina y, por esto, no podemos hacer menos el trabajo del artesano solo porque no sea el producto de marca no quiere decir que no sea de buena calidad o que no sea atractivo.

El producto artesanal mexicano se va a ver diferente comparado con uno hecho en una fábrica, pero quizás ese sea el punto; en los productos artesanales (artesanías) es notorio el detalle y sentimiento que el artesano plasma en ellos, ningún producto será igual o perfecto, esos detalles son lo que hacen a las artesanías admirables, porque nada ni nadie es perfecto; qué mejor similitud y vínculo podemos tener con las artesanías, nosotros los humanos no somos perfectos, las artesanías tampoco, pues provienen de las manos humanas, las hace especiales y parecidas a nosotros. Mientras que los productos fabricados son un tanto simétricos y fríos, en el sentido de que el humano no está en contacto con ellos, el único contacto que tendrán mientras son creados será el de varias máquinas y todos van a ser idénticos, perfectos, fríamente simétricos, estructuradamente fabricados y con un solo propósito, el uso (Novelo, 1993).

Las artesanías mexicanas, como ya se mencionó, tienen la ventaja de tener tanto uso como belleza, además trascienden a lo largo del tiempo, mientras que otros productos pasan de moda o dejan de servir en determinado momento. Es importante tener un sector como el artesanal ya que a través de este se muestra la cultura de una región o país, por medio de materiales típicos del mismo lugar, elaborada a mano, además tiene mucha importancia porque muchas personas subsisten por medio de ese arte. Un ejemplo en las ciudades costeras se pueden ver muchos vendedores de prendas elaboradas a mano utilizando materiales de bajos costos, o a veces tomados de los mismos recursos que les brinda la naturaleza, como las conchas de mar con las cuales se hacen muchas figuras decorativas para el hogar, como flamencos, búhos, cofres, porta retratos y demás objetos. Ayuda a promover el turismo y la comercialización de los productos a nivel nacional e internacional.

2.3 El Sector Artesanal en Estados Unidos

La economía de EUA es la más grande del mundo y es por eso que por su potencial de crecimiento, es uno de los mercados de mayor importancia para México y muchos otros países. Sin embargo si por algo es famoso este país en cuanto a cultura es que carece de ella, carece de historia y cultura, o es muy escasa, por lo tanto también de arte, ya que muchos de los productos que halla se comercializan solo tiene un valor agregado, lo único que se puede encontrar como "artesanía típica" en EUA, son los famosos tótems, o cabecillas talladas en madera elaboradas por nativos de ese país, por otra parte en sus mercados hay un sin número de artesanías importadas de diferentes países pero con un valor agregado que se exportan a todo el mundo y que este valor agregado las hace diferentes a su país de origen.

Con un PIB nominal estimado de US\$15.8 billones en 2012 (Aproximadamente un cuarto del PIB nominal global). La economía de EUA es muy diversificada, con grandes recursos naturales, una gran infraestructura, investigación y alta productividad la que la hace una de las más competitivas en el mundo, la séptima en el mundo de acuerdo con el índice de competitividad del *World Economic Forum* (Foro Económico Mundial EE.UU, 2013).

Las actividades primarias de EUA tienen una importante participación a nivel mundial. Los productos agrícolas son muy diversos, se destacan la producción de trigo, maíz, soya, algodón, papas, tomates, uvas, naranjas, arroz, manzanas y lechugas. También sobresale la producción de ganado bovino, avícola y porcino. EUA también es un gran productor de recursos naturales no renovables, produce el 22% del carbón consumido a nivel mundial, es uno de los principales productores de petróleo a nivel mundial como también el mayor consumidor de petróleo. La industria americana es la más grande del mundo y compone cerca del 15.2% del total de la industria global. Las actividades terciarias del país son las más importantes en su economía, emplean a cerca del 68% de la población activa (153.9 millones). Las actividades más importantes de este sector son la banca, seguros, enseñanza, entretenimiento, investigación, transportes, turismo y comercio. EUA tiene a 7 de las 20 empresas más grandes del mundo de acuerdo a sus ingresos: Exxon Mobil (1er puesto), Walmart (3), Chevron (10), ConocoPhillips (11), Apple (18), General Motors (19), General Electric (20). EUA es el segundo mayor exportador en el mundo después de China. Los principales destinos de las exportaciones americanas son: Canadá (17%), México (13%), China (8.1%), Japón (5.6%), Alemania (4.7%) y Corea del Sur (3.7%) (Montoya, 2013).

En EUA se encuentran actualmente establecidos laudereros del municipio de Paracho, principalmente en el estado de California, la decisión de estos por emigrar a esta gran potencia mundial fue que los chinos han invadido el mercado michoacano de guitarras piratas, idénticas en forma, pero no de la misma calidad de las artesanías michoacanas. Se estima que debido a esa desleal competencia, la producción y venta de ese instrumento musical ha caído desde el año 2010, en casi un 60 por ciento. Lorenzo Solís, artesano y productor de guitarras en Paracho, revela que ha llegado tanto el descaro de los comercializadores de guitarras chinas que ya la venden en los propios mercados de Paracho. Es fácil identificar una guitarra china, solo basta preguntar el precio: 150 a 300 pesos. Las guitarras elaboradas a mano, con técnica ancestral indígena y de buena madera, tiene un costo de mil 500 pesos. Menos no puede costar una guitarra artesanal de Paracho, explica este artesano en la entrevista realizada.

La piratería de las guitarras michoacanas ha llevado a una aguda crisis económica a los artesanos del municipio de Paracho, en donde por lo menos 200 talleres de laudería han cerrado en los últimos 3 años. La mayoría de los artesanos se han tenido que ir a trabajar a EUA ya que allá es más fácil emplearse cortando el pasto o lavando platos, para escaparse a la pobreza. En EUA no es común encontrar talleres artesanales como en México, ya que este oficio es algo que no es abundante en ese país, por lo contrario es fácil encontrar tiendas con guitarras artesanales pero con un precio más elevado y con etiquetas como si el producto fuera originario de ese país, también es común encontrar talleres de restauración de gran nivel pero de violines en New York.

Comúnmente no se presentan restricciones a las artesanías mexicanas en EUA, pero existen ciertas regulaciones sobre la seguridad del consumidor y ciertos requisitos que resguardan la salud o cuidado del medio ambiente y esto debido a que mayormente los productos de este sector están constituidos por materias naturales, se hace preciso identificar sus componentes, a fin de buscar correctamente en el caso de que existan restricciones y regulaciones específicas con respecto a sus componentes así también es posible hallar en el mercado de destino, la exigencia de métodos de producción en los que no se utilice trabajo infantil (empleo de menores) o que los materiales que se utilizan no deterioren el medio ambiente y /o que su producción sea sustentable. El correcto cumplimiento de las exigencias establecidas asegura pocas sorpresas al negocio y puede definir la conveniencia o no del mercado seleccionado. EUA a nivel internacional ocupa el primer lugar como país importador y el tercero como exportador de artesanías (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2013).

2.3.1 Importancia del Sector Artesanal en Estados Unidos

El producto artesanal de un país requiere de un cambio de imagen; es decir se requiere de nuevas estrategias que le permitan a los consumidores percibir los objetos artesanales como productos más cercanos, como verdaderas obras de arte y una manera podría ser a través de la creación de productos únicos que garanticen la personalización del producto y este el caso de la guitarra artesanal en EUA.

Actualmente en EUA el sector artesanal no es tan importante porque este país no tiene variedad de artesanías como otros países como Colombia, Perú, Argentina, Panamá, México entre muchos otros, ya que mientras los artesanos de países como México trabajan manteniendo los conocimientos tradicionales, heredando a nuevas generaciones las técnicas para la elaboración de artesanías y se esfuerzan por obtener una certificación de las mismas, muchos diseñadores industriales estadounidenses solo analizan el origen de estas artesanías para tomar elementos culturales y así caracterizar sus productos con alguna modificación y así diferenciar el producto.

A nivel mundial son escasas las escuelas de Laudería con grado de licenciatura o superiores, siendo las de mayor prestigio las de Europa, en la ciudad de Cremona, Italia, o en Alemania, Francia y Checoslovaquia; también cuentan con varias importantes en Estados Unidos y esta parte es lo que hace importante este sector ya que EUA cuenta con este tipo de escuelas reconocidas a nivel mundial, el principal mercado de los lauderos estadounidenses son los músicos profesionales y debemos considerar que son muchos a escala internacional; su principal demanda viene de las orquestas y por lo general existe una por estado y hay entidades que no cuentan con este tipo de agrupaciones (Vázquez, 2014).

El sector artesanal de EUA se vuelve importante en el momento que de las artesanías importadas de otros país se comienza a obtener resultados ya que la mayor parte de las veces EUA importa artesanías dándoles un cambio para después exportarlas a mejores precios a lugares donde países como México no puede llegar. EUA ocupa el primer lugar como país importador a nivel mundial y el tercer lugar como exportador (véase tabla 2 y 4 respectivamente).

2.4 El Sector Artesanal en Michoacán

Mencionar el lugar o tierra de pescadores es hablar de Michoacán uno de los estados más bellos de la república mexicana y con artesanías representativas en muchas partes del mundo esto, gracias a la fusión de la cultura indígena con la española.

Su nombre proviene de Michámacuan (en castellano: lugar de pescadores). Michoacán se encuentra en la parte oeste de la República Mexicana y se ubica entre los ríos Lerma y Balsas, el lago de Chapala y el Océano Pacífico. Colinda al norte con el estado de Jalisco, Guanajuato y Querétaro; al este con Querétaro, México y Guerrero; al sur con Guerrero y el Océano Pacífico; al oeste con el Océano Pacífico, Colima y Jalisco. La capital de Michoacán es Morelia, cuenta con 113 municipios y económicamente depende en gran medida de la agricultura; destacan sus cultivos de aguacate y también es un gran productor de garbanzo, limón, ajonjolí, sorgo y fresa (CAD, 2008).

Michoacán ha cultivado las más ricas expresiones de las manos de sus artesanos quienes han cultivado el arte plumario, el barro, el cobre, la cerámica en distintas artesanías y, desde luego las famosas guitarras de Paracho, municipio donde casi el total de su población pertenece a una tradición laudera con más de medio siglo de experiencia en la elaboración artesanal de guitarras y otros instrumentos musicales (Consejo de Promoción Turística de México, 2011).

Las artesanías michoacanas sobresalen por su variedad, colorido, imaginación y destreza. Se producen más de 30 variedades de artesanías. La mayoría tiene su origen en la época prehispánica y hoy en día, muchas se siguen produciendo con técnicas ancestrales enriquecidas con las traídas de Europa durante la Colonia.

Actualmente, y de acuerdo a la (Casa de las artesanías del Estado de Michoacán, 2011) se agrupa la actividad artesanal del estado en las siguientes ramas:

Alfarería: La alfarería es distintivo por excelencia de muchas comunidades indígenas. Capula, Patamban, Cucuchucho, Santa Fe de la Laguna, Ocumicho, Uruapan, Tzintzuntzan, y Pátzcuaro son sólo unos ejemplos. Las técnicas para trabajar el barro y la arcilla son el resultado de procedimientos indígenas y europeos que se complementaron, actualmente la alfarería michoacana se clasifica en:

- a) Alfarería Vidriada: El barro vidriado llamado así por su apariencia esmaltada parecida al vidrio. Una vez que se moldea y realiza la pieza requiere de dos quemas para alcanzar su acabado, una para cocer y otra para abrillantar el vidriado, es posiblemente, el que mayor variedad de estilos y colores tiene.
- b) Alfarería Alisada: El término Alfarería Alisada, es utilizado para denominar el terminado de una pieza de barro, a la que después del moldeado, se alisa su

superficie con un pedazo de tela y agua o engobe antes de su cocción. Este tipo de acabado en el barro es muy antiguo; esta técnica es practicada en esta región desde la época prehispánica.

- c) Alfarería Bruñida: El barro bruñido es el que da el discreto brillo de los objetos al frotarlos con un objeto liso y duro antes de su cocimiento, o en su caso, previo a su decoración a pincel. Las técnicas del decorado bruñido en Michoacán varían según la región; así, las monumentales ollas con características manchas negras, producto de su quema, provienen de la comunidad purépecha de Cocucho de donde adquieren el nombre de Cocuchas; los cántaros decorados con diseños de fauna y flora regional, de Patámban y Huáncito, los objetos de formas muy simples y elementales, casi sin decoración, de las distintas poblaciones Náhuatl de la costa michoacana; los grandes jarrones de un café pálido, de Zinapécuaro.
- d) Alfarería Policromada: El barro policromado es barro multicolor. Moler, cernir, humedecer, amasar, modelar, cocer y decorar con anilinas es el proceso que realizan las mujeres y hombres de Ocumicho para producir sus multicolores esculturas, las cuales maravillan por sus impresionantes escenas bíblicas, la representación del diablo con diferentes y creativas forma, silbatos o el acontecer cotidiano.
- e) Alfarería a Alta Temperatura: Esta requiere de arcillas resistentes a un fuego de horno de gas, esmalta sus vajillas, floreros y fuentes con bellos acabados a base de grecas o figuras de pescado y colibrís y discretos colores, Patámban, Tzintzuntzán y Morelia representan el delicado quehacer de esta sofisticada técnica.

Metalistería: Conformada por la joyería, herrería y cobre martillado Los purépechas aprovecharon las cualidades de este metal para confeccionar utensilios de uso cotidiano, festivo, ritual y ornamental. En la actualidad, la sola mención de Santa Clara del Cobre lleva a recrear con la imaginación el sonido que se origina en buen número de talleres artesanales instalados en este pueblo de la Región Pátzcuaro

- a) Cobre: El trabajo artesanal del cobre martillado es una tradición que ha mantenido durante muchos años su vigencia, evolucionando en sus diseños con calidad y maestría que los artistas de Santa Clara imprimen en piezas excepcionales a golpe de martillo, calentando el metal en la fragua, sin que en ninguna parte del proceso productivo intervenga maquinaria alguna lo cual reafirma el concepto artesanal de esta complicada técnica. Sus herramientas son: marros, martillos y cinceles, además de la extraordinaria creatividad,

habilidad y destreza de los artistas. Las técnicas de trabajo que actualmente se practican son: el martillado, esgrafiado, repujado, cincelado, esmaltado, patinado y perfilado en oro.

- b) Joyería (Plata): Trabajo artístico de los metales preciosos destinados a la creación de objetos decorativos y de uso, tanto en eventos cotidianos como ceremoniales. En Cherán trabajan la plata elaborando arracadas planas y cinceladas, en forma de media luna, de reminiscencia indígena. De Pátzcuaro es conocido el finísimo trabajo de collares con esferas de plata labrada, combinada, con gotas huecas, de bellos diseños con corales y preciosos medallones, alambres de plata escarchada, cincelada y rematada con pescadillos bellamente elaborados que orgullosas lucen las mujeres michoacanas.

Maque y Perfilado en oro: El maque floreció durante la época colonial en Uruapan, Pátzcuaro y Quiroga, lugares donde se desarrollan diferentes vertientes de este trabajo. Con el tiempo se establecieron diferencias entre dichos centros; así en Uruapan se continuó con la tradición del maque; en Pátzcuaro se trabajaron más las lacas y el maque perfilados en oro; mientras en Quiroga se desarrollaron bateas pintadas con pincel.

- a) Perfilado en oro: El especial gusto y dominio de esta técnica propia de los artesanos patzcuarenses se materializa en objetos decorados con lacas y perfilado en oro con único y característico sello michoacano. Esta técnica permite decorar prácticamente cualquier objeto trabajado en madera: platos, charolas, alhajeros o muebles, preferentemente sobre madera de aile o en guajes calabazas, a los que se aplica la laca, hasta lograr una fina textura. Después de abrillantarla con un pulidor, el artesano crea sus propios diseños, principalmente con motivos de flora y fauna local, ocasionalmente con motivos orientales de donde se dice tiene influencia esta técnica. Plasmando la pasta o mordente con plumilla o pincel, sobre la cual se fijará la hoja de oro. Una vez colocado el oro, se continúa decorando con óleos en los lugares y con los colores deseados.
- b) Maque: La ancestral técnica del maque se practica desde tiempos anteriores a la llegada de los españoles a tierras mexicanas, convirtiéndose así, en un legado artístico invaluable. Su proceso: se aplica una capa de "sisa" (mezcla de aceite de chía o linaza, grasa de un pequeño insecto llamado "axe" y polvo de dolomía) sobre superficies como la madera, el guaje o calabaza; se decora extendiéndola uniformemente con la palma de la mano, después se raya el diseño con un punzón fino y se raspan las partes que llevarán colores,

se vuelven a untar sisa con el color deseado, repitiendo el proceso hasta concluir con todos los tonos que se quieran plasmar. Entre cada aplicación de color diferente, se debe secar la pieza por varios días para que no se mezclen los mismos. El maque es la artesanía por tradición de Uruapan.

Laudería: La producción de instrumentos musicales de cuerda: guitarras, violines, violas, violonchelos, contrabajos y guitarrones, tiene gran importancia en comunidades cuyo nombre ha recorrido el mundo por la calidad y sonido de sus instrumentos, como Paracho, Ahuíran, Aranza y Nurío, dónde por varias generaciones, artesanos realizan el trabajo completo desde la selección de maderas que procesan con técnicas totalmente artesanales hasta lograr su acabado. La elaboración de instrumentos de cuerda ha recorrido un largo camino, de manera que en la actualidad existe un complejo mosaico de maderas mexicanas usadas para su elaboración como pinabete, palo escrito, palo de rosa, pino, cirimo, caoba, cedro blanco, tepamo, tecote, nogal, granadillo y galeana.

Miniatura: La miniatura es una imitación de la vida cotidiana, en ella el artesano reproduce lo que ve en su entorno y lo recrea detalladamente. Aunque su representación es en dimensión pequeña, hace ver la grandeza de la obra producida por el hombre tanto material como culturalmente; así una pequeña vajilla, la reducción de un taller, de una casa, de un instrumento musical alude a un mundo de objetos que conducen a actividades y tareas diarias como la comida, el trabajo, la música, etc. Al manufacturar la miniatura, el artesano hace gala de su habilidad en el dominio de los materiales y de sus herramientas de trabajo, de manera que elabora con la misma calidad un objeto en tamaño real o su reproducción, en apenas unos cuantos centímetros.

Algunas de las miniaturas en textiles que se realizan son los muñecos de trapo que hacen alusión a personajes y actividades cotidianas de la región que las reproduce. Estas figuras son ataviadas con la indumentaria p'urhépecha muy detallada; así un guanengo, un gabancito, una enagua o mandil llevan sus respectivos bordados, el rollo con su plisado perfecto y los accesorios son colocados tal cual los portan las mujeres purépecha.

El encanto de esta artesanía aumenta cuando rodean a los muñecos de enseres y elementos que dan vida a algún oficio o aluden a los quehaceres diarios; para ello las artesanas adquieren miniaturas de las artesanías como molinillos, molcajetes, ollitas y bateas, entre otras. En ocasiones, elaboran detalles tan específicos como tamalitos, atados de leñas, costales y carbón.

Maderas: La técnica de la madera se lleva a cabo con el tallado y el labrado de la madera que se caracteriza como un trabajo sumamente delicado, en la elaboración de piezas de arte popular; las actividades creativas de expresión popular de los artesanos de la madera, los unifican y les dan identidad. Cada uno de los productos artesanales tiene rasgos que los diferencia y sus productos son reflejo de las comunidades. Utilizan un sencillo instrumental para producir desde sus propias casas, hasta objetos rituales como máscaras o figurillas. Las bateas, cajas o el mobiliario representan en su tallado la enorme influencia barroca de nuestra cultura; los motivos de flora y fauna que se observan en ellos, son diseños que se transmiten de generación en generación. De los objetos que se encuentran realizados con base en la madera se encuentran los muebles, con sus respectivas variantes: rústicos, con acabados finos, con terminado antiguo, estilo colonial, muebles en madera blanca o pintada, con dibujos. Además de bateas, cucharas, máscaras, entre otros.

Textiles: Divididos en bordados, deshilados, tejidos en telar de cintura y en telar de pedal, y tejidos a gancho. Una de las características distintivas del trabajo en textil, es la especialidad que cada comunidad desarrolla en su técnica; así, al ver una prenda, su lugar de origen se identifica fácilmente por la forma y el trabajo de su tejido, bordado o deshilado. En Michoacán se trabaja el telar de cintura, de origen precolombino y el telar de pedal de procedencia europea, usando como materia prima el algodón y la lana. Entre las técnicas utilizadas se encuentran: los textiles deshilados, los tejidos a gancho y vistosos bordados que han adquirido fama por la maestría y fineza con que las artesanas de diferentes comunidades y etnias del estado de Michoacán realizan esta bella artesanía.

Equipales: El tejido de los asientos equipales y bancos de la región costa de Michoacán, se elabora con las tiras que se obtienen de la corteza de los árboles de la Tierra Caliente, las cuales se combinan con la de parotilla. Los arcos superiores e inferiores de los equipales se elaboran de diferentes maderas, el arco superior, dónde se atan las cintas es de una enredadera sumamente resistente, llamada esparda; el arco inferior es de huácima labrada, la cual lleva unos orificios para amarrar las tijeras que ayudan a sostener la base, elaborada de madera de coral o San Miguel. En los equipales de la región de Apatzingán el asiento se elabora con piel de ganado vacuno que previamente se curte y recorta para este uso.

Fibras vegetales: El uso de fibras vegetales para elaboración de artesanía que se obtienen es de dos tipos: aquellas que se cultivan con el fin de utilizarlas en objetos cotidianos como el carrizo y el tule para tejer cestos y petates y otras que en apariencia no tienen utilidad como la chuspata, hoja de pino, caña, la hoja de maíz y el popote de trigo, mismos que con el ingenio y destreza del artífice son transformados en bellos objetos decorativos o utilitarios. Como parte de la

imaginación del artesano y su capacidad para aprovechar los materiales que su entorno le proporciona, la elaboración de figuras en hoja de maíz se muestra como un ejemplo maravilloso de ingenio y color. La hoja de maíz es quizá uno de los trabajos artesanales más recientes, con las cuales se crean coronas navideñas, nacimientos, ángeles, muñecas que visten trajes regionales y variedad de flores. La chuspata y el tule en la época Prehispánica se tejían las fibras de estas dos especies con el fin de elaborar cestos y petates, es decir, tapetes sobre los que dormía la gente y en los cuales envolvían a sus muertos para enterrarlos. Con el paso del tiempo la técnica se ha perfeccionado, los artesanos han innovado en la forma del tejido y diversificado las piezas que realizan de tal forma que ahora disfrutamos bellos muebles o figuras decorativas de gran aprecio.

Juguetería: El juguete tradicional se ha utilizado en todas las culturas del mundo, constituyendo un medio de distracción y convivencia social. En Michoacán, se ha desarrollado esta técnica artesanal principalmente a base de madera torneada con métodos en los que la mano de obra del artesano está en casi todo el proceso de producción y acabado con bellos y llamativos colores que invitan a "bailar" un trompo, deslizar un yoyo sobre la cuerda o insertar el cilindro del balero repetidas veces dando la oportunidad a niños y adultos de interactuar con estos juguetes concediéndoles vida al darles movimiento.

De acuerdo al (INEGI, 2013) con datos del 2012 y 2013, solo 524 y 492 del total de la población ocupada se dedicaba a la explotación de la madera en el Estado de Michoacán. El grafico 4 muestra dicha ocupación en los años 2012 y 2013 la cual es muy baja en para el sector artesanal, ya que Michoacán hasta el 2010 de una población de 4, 351,037 habitantes, 2, 102,109 hombres y 2, 248,928 mujeres.



El origen de la guitarra se remonta a tiempos antes de Cristo, como lo demuestran algunos bajorrelieves asirios e hititas en los que se ven instrumentos semejantes. Los griegos y romanos colocaban un mango de madera a sus cítaras cuando las tocaban. En el siglo XVI aparece un instrumento parecido con cinco cuerdas y en el siglo XVIII surge la modificación de seis cuerdas y con esto un instrumento vigente hasta la actualidad, solo la aparición del piano en el siglo XIX lo relegó, resurgiendo en el siglo XX cuando se escribieron grandes obras como las de Manuel M. Ponce, Joaquín Rodrigo, Mario Castelnuovo, Heitor Villa-Lobos, por citar algunos (Serrano & Rochin, 2004).

Michoacán es un estado que ha conservado la más variada artesanía de raíces prehispánica, aumentada y enriquecida con aportaciones coloniales a través del tiempo, que además ha evolucionado con nuevos diseños sin perder el encanto ancestral que la caracteriza.

A medida de que las necesidades de consumo se han modificado a través de los años, las artesanías michoacanas han encontrado en la innovación de sus procesos la forma para adecuarse a las necesidades de un mercado moderno.

Nuevas tecnologías, procesos, diseños y la diversificación de sus materiales han contribuido a que los artesanos actuales desarrollen con los mismos conocimientos tradicionales productos novedosos, modernos o bien nuevos diseños que resultan más atractivos para los mercados actuales. Sin embargo, en este contexto de innovaciones las características que ubican a estos productos en la categoría artesanal siguen siendo las mismas, aunque ya no se pueda hablar de pureza en cuanto a diseños y materiales.

En esta situación se encuentran diversas artesanías y artesanos del estado, que se han diversificado gracias a la adquisición de nuevas herramientas y técnicas en los procesos. Un ejemplo de esta modificación de procesos es el municipio de Paracho, que mediante asesoría del Centro Regional de Capacitación ha implementado nuevos diseños en artesanías de madera torneada y ha elaborado nuevas artesanías con las mismas técnicas en guitarras, juguetes tradicionales y artesanías en maderas finas. De esta manera, con la misma técnica aplicada para las guitarras, también se elaboran productos de uso cotidiano con nuevos diseños como floreros, cuchilleros, pulseras y porta botellas (Casa de las artesanías del Estado de Michoacán, 2011).

Actualmente las principales artesanías tradicionales del estado de Michoacán son elaboradas por los herederos de la cultura purépecha, donde sobresalen los trabajos de talla de madera en poblaciones como Pátzcuaro, Cuanajo y Quiroga; el

cobre martillado en Santa Clara del Cobre; la cestería de Tzintzuntzan; la alfarería en Capúla, Patámban y Ocumicho; y la laudería en Paracho con sus famosas guitarras artesanales conocidas a nivel internacional, entre otras.

Dentro del Estado de Michoacán las principales artesanías son:

- a) Madera: Muebles de Cuanajo y Pichátaro, sillas de Opopeo, figuras y esculturas de Pátzcuaro, juguetes de Quiroga, máscaras de Ocumicho.
- b) Alfarería: Alfarería y figuras de catrinas de Capúla, alfarería de Zinapécuaro, loza vidriada de Patámban, figuras de Ocumicho, ollas de Cocucho y de Zipiajo, figuras de piñas de barro vidriado de San José de Gracia.
- c) Cobre martillado: Santa Clara del Cobre.
- d) Laudería: Guitarras y violines de Paracho.
- e) Lacas: de Pátzcuaro y Uruapan.
- f) Cestería: Tzintzuntzan.
- g) Textiles: tejidos y bordados de Tarecuato, bordados de Tzintzuntzan, deshilados de San Felipe de los Herreros, guanengos de Cocucho, textiles en manta de Pátzcuaro, rebozos de Aranza, tejidos de Angahuan, Cuanajo y Turícuaro.
- h) Cantería en Tzintzuntzan y Morelia
- i) Otras artesanías: talabartería, equipales, arte plumario, figuras de pasta de caña de maíz de Pátzcuaro.

2.3.1 Importancia del Sector Artesanal en Michoacán

La artesanía michoacana la encontramos funcionando sobre todo en las áreas rurales que es en donde se encuentra el mayor porcentaje de ocupación y muchas veces en forma paralela a la producción agrícola, los trabajos artesanales son vendidos en la cabecera municipal, en los mercados donde aún se practica el trueque en los famosos tianguis purépechas, fiestas, o hechas por pedido de distribuidores.

Las artesanías michoacanas en general se producen en los talleres familiares o en los talleres del maestro artesano en áreas rurales e incluso urbanas, se dirigen a un consumo para cubrir necesidades elementales con productos como la loza de barro, sombreros, petates, huaraches, muebles, bordados, etcétera. Incluso, aún se producen objetos ligados a la vida ceremonial de las clases campesinas y populares urbanas. La serie de danzas, fiestas y otro tipo de celebraciones es verdaderamente un espacio para demostrar la artesanía compleja que aun realizan los maestros artesanos. Por ejemplo, en ciertos momentos del calendario agrícola, algunos pueblos requieren de muñecos de barro para alejar los malos aires de la milpa; para algunas ceremonias, se necesita el huipil bordado para vestir a la virgen y la portada de flores frente a la iglesia el día del santo patrón, o simplemente hacer con sus propias manos verdaderas obras de arte (Díaz & Zafra, 2005).

Las artesanías michoacanas son de gran importancia ya que a través de ellas se muestra la cultura de cada pueblo donde se elaboran por medio de materiales típicos del mismo lugar, elaboradas a mano, además tiene mucha importancia porque muchas personas subsisten por medio de ese arte, otro punto fundamental es que ayuda a promover el turismo y la comercialización a nivel nacional e internacional.

Las artesanías michoacanas no son solamente utensilios de uso cotidiano, sino que forman parte del motor impulsador de la economía de pueblos que están ligados al turismo; es pues así que la importancia de la artesanía deja de ser solamente social, y pasa a ser económico y de desarrollo en general.

Las artesanías michoacanas de uso cotidiano pueden ser sustituidas por la competencia industria, en cambio, las artesanías que sobresalen por ser competitivas en cuanto a diseño, creatividad, color, textura, formas como es el caso de la guitarra artesanal de Paracho son las que se ubican en un segmento donde el valor artesanal es de gran importancia.

Por tales motivos, debemos respetar a los artesanos no solo michoacanos sino del país entero, a las artesanías a nuestro país, nuestro Estado y sus tradiciones, porque eso nos hace tener presencia en el mundo y nos diferencia del resto del mundo.

2.4 La Guitarra Artesanal de Paracho Michoacán

La guitarra es un instrumento musical de cuerdas que son pulsadas con los dedos, antiguamente las cuerdas eran de tripa y hoy en día son de nylon, tiene una caja de resonancia con la parte posterior plana y suaves curvaturas que le dan un donaire especial, en contraste con los miembros de la familia del laúd, que se caracterizan por su fondo convexo (Bros, 2014).

En sus orígenes la guitarra artesanal de Paracho era realizada con madera del árbol de Oyamel de aproximadamente un metro de diámetro y muy alto, eran barnizadas con miel y para darles color juntaban tizne de ollas y fogones de las cocinas, el pegamento que se utilizaba era elaborada a base de vísceras de animales vacunos (Amezcuca, 1998).

La producción artesanal en Paracho es considerada como la actividad primaria y de relativa importancia económica y sobre todo de supervivencia para los lauderos de esa región.

Actualmente la guitarra artesanal es elaborada con las mejores maderas tanto nacionales como de importación y la elaboración de una guitarra lleva varios pasos, cada uno de ellos delicado para los que se utiliza herramienta específica como reglas de varias escalas, cepillos, serruchos, prensas, limas, pinzas, lijas, escuadras, cuchillos, tubo para doblar las costillas, gubias, calibradores, etc. La madera debe estar seca y libre de defectos para evitar futuras deformaciones o alteración en el sonido. En la calidad del instrumento interviene que se ocupe lo menos posible maquinaria eléctrica y que sus piezas sean pegadas, nunca clavadas. El sonido, que es el aspecto más importante debe ser limpio en todas las cuerdas y durar el mayor tiempo posible, lo que está en relación con la madera y que el constructor sea un verdadero profesional. Cada artesano tiene su propia técnica, algunos la han mejorado a través de los años (Rochin, 2007).

El 21 de julio de 2010 se firmó un convenio de colaboración entre la Secretaría de Economía, por conducto de la Coordinación General del Programa Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad (Fonaes) y la Secretaría de Desarrollo Social, a través del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart), mediante el cual se acordó que éste último llevaría a cabo el Programa de Trabajo para la Gestión del Registro y Promoción y Publicidad de Marcas Colectivas Artesanales. En resumen, para el año 2012, el número de agrupaciones apoyadas asciende a 46, con un total de 3,764 artesanos beneficiados (FONAES, 2012).

Marca Colectiva: GUITARRA PARACHO REGIÓN DE ORIGEN.

Instrumentos musicales de tres tipos: guitarra popular, la de estudio y la de concierto

Representante: Jaime Estrada Pineda

Av. Independencia no. 232-A

60250, Paracho, Michoacán 01

(423) 525 0528 y (452) 500 4577

guitarra.paracho.mc@hotmail.com

guitarras_jestrada@hotmail.com

Estado: Michoacán

Municipio: Paracho

Estatus: Autorizada cuenta con título de Marca Colectiva

Número de Socios: 30

FIGURA 3. Marca Colectiva



Fuente: Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán (2013)

A 22 de los grupos apoyados, se les entregaron materiales promocionales publicitarios para la identificación de sus productos en el mercado. Se realizaron reuniones de orientación sobre el uso del material promocional y la elaboración de un plan y estrategias de difusión y promoción comercial de cada marca en coordinación con las instancias estatales de fomento artesanal.

2.4.1 Tipos de Guitarra Artesanal en Paracho

La guitarra de Paracho es un instrumento musical del cual se distinguen tres tipos principales de éste instrumento, la guitarra popular, la de estudio y la de concierto, no obstante, hay variantes que pueden intervenir en el sonido y modelo, que

dependen de los materiales con que las construyen, la técnica y la habilidad de quien las elabora. En Paracho también se fabrican otro tipo de instrumentos como son el violín, violoncelo, viguela, charango, mandolina, jarana, contrabajo, requinto y guitarra sexta por citar solo algunos; todos ellos elaborados con distintas maderas como son la de pino, cedro rojo, caoba, cirimo, cedro rojo canadiense, cedro blanco nogal, palo escrito, aguacate, granadillo y limoncillo, todos ellos protegidos por la Marca colectiva “Guitarra Paracho, Región de Origen” (Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán, 2012).

En Paracho artesanalmente se elaboran cuatro tipos de guitarra: la clásica o popular, de estudio, de concierto y flamenca cada una con características especiales relacionadas con el laudero y sonidos que las diferencian una de la otra.

A continuación se menciona una descripción general de cada una de las guitarras elaboradas por los lauderos del municipio de Paracho.

- a) La guitarra clásica o popular es realizada por artesanos especializados y actualmente su elaboración es semi-industrializada, se distribuye a nivel nacional solamente y están realizadas principalmente de pino, chaca, y contrachapado, es la más abundante en la mayoría de los talleres.
- b) La guitarra de estudio que es la de mayor producción artesanal y de gran variedad de madera en su manufactura, es de buena calidad.
- c) La de concierto es la de mayor calidad y la que más se exporta, en su sonido incluye el tipo de madera, la tapa más delgada, la boca más chica, el brazo más largo, las cuerdas más espaciadas y el diseño de las barras armónicas en forma de abanico.
- d) La flamenca es una guitarra más pequeña que las demás pero lo que la diferencia es el tener un tono especial, la utilizan principalmente como calentamiento antes de los conciertos (Piña, 2014).

La elaboración de estos últimos tres estilos es totalmente a mano, se hace poco y llevan un tono especial por parte de los lauderos, se realizan entre 40-60 días y un laudero realiza 2 en este tiempo.

En Paracho habitan entre 20 y 40 lauderos aproximadamente que exportan este tipo de guitarras artesanales que son totalmente hechas a mano desde sus talleres artesanales hacia países como Estados Unidos, Canadá, España, Argentina, Brasil, Alemania entre muchos otros.

2.4.2 Partes de la Guitarra Artesanal

Toda esta información que a continuación se redacta fue tomada de la entrevista realizada al Sr. Carlos Piña, laudero y de familia pionera en la elaboración y exportación de guitarras del municipio de Paracho del cual con la información obtenida, ayudó a tomar la decisión de investigar y definir las variables para la realización de esta tesis.

La construcción de la guitarra es de primordial importancia para poder asignar a la misma su verdadero origen y posición en la historia de los instrumentos musicales por eso es muy importante saber cuáles son las partes de una artesanía como lo es la guitarra de Paracho.

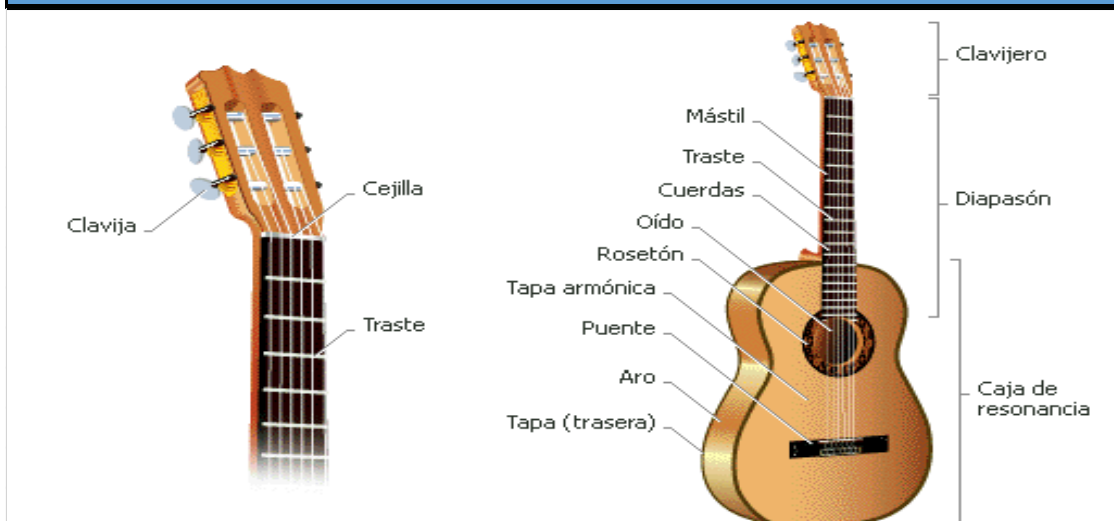
La guitarra se compone principalmente de: el cuerpo y el brazo. El cuerpo es la caja de resonancia o parte acústica del instrumento donde se amplifican los sonidos que emiten las cuerdas, está formado por la tapa, el fondo, la boca y las costillas. El brazo es el mango de la guitarra y este se encarga de la parte mecánica, consta de la cabeza, el diapasón y el tacón. En la resistencia también interviene el puente y las barras de refuerzo (Piña, 2014).

Tanto la tapa como el fondo resultan de la unión de dos mitades iguales en forma y tamaño. La tapa es la parte delantera de la caja de resonancia que introduce el sonido de las cuerdas y el fondo es la parte posterior que se encarga de contener las ondas sonoras y reflejarlas.

La tapa tiene la boca en la parte superior y en la inferior el puente. La boca es un agujero generalmente de 8 cm de diámetro por donde entra y sale el sonido. El puente es el sujetador de las cuerdas, siempre es de la misma madera que el diapasón, dando un toque elegante.

Las costillas son dos piezas curvas que se unen con la tapa y el fondo formando los lados de la guitarra, son de la misma madera que el fondo. En su interior llevan una o dos tiras llamadas revestimiento que tienen pequeñas muescas para proporcionar mayor superficie de pegado. En la parte superior dejan un espacio donde se inserta el brazo, a todas estas partes se les puede llamar: las partes acústicas.

FIGURA 4. Partes de la Guitarra



FUENTE: Mcarmenfer.wordpress.com (2010).

Por otra parte el brazo es la pieza que va por fuera del cuerpo. En su extremo superior se ensancha para formar la cabeza, sobre la parte delantera lleva el diapasón y por la posterior en el extremo inferior, el tacón.

En la cabeza se colocan las clavijas, piezas metálicas donde se enrollan y afinan las cuerdas. El diapasón es el teclado de la guitarra, va desde la base de la cabeza hasta el inicio de la boca. El tacón une el brazo con el cuerpo en el espacio que dejan las costillas, para completar el instrumento. Las barras de refuerzo son tiras de madera colocadas internamente para resistir la tensión y la flexión, a estas partes de les da el nombre de: las partes mecánicas.

CAPITULO III

COMPETITIVIDAD:

UNA RETROSPECTIVA

TEÓRICA

Para poder comprender el vínculo que existe entre la Competitividad con la Productividad, Precio y Calidad es necesario conocer las retrospectivas teóricas que permitan esclarecer la terminología y las relaciones entre los elementos correspondientes, por lo cual a continuación se presentan algunos de los principales elementos teóricos del comercio internacional, de la Competitividad, la Productividad, el Precio y finalmente la Calidad, así como los principales teóricos que dieron lugar a lo que actualmente conocemos.

3.1 Teorías del Comercio Internacional

El comercio internacional describe las transacciones o intercambio de mercancías en la economía mundial. Las cuales se contabilizan en la balanza de pagos, cuyo desarrollo y control está regido por la importancia de un gobierno, encargado de tomar decisiones vitales que están orientados a la dirección de una Nación, con base al manejo de distintas políticas económicas que están enfocadas a lograr ciertos objetivos en el desempeño del sistema económico, como lo son básicamente: Maximizar el crecimiento de la producción; lograr y mantener un nivel estable de empleo; control de la estabilidad de precios y; mantener el equilibrio de la balanza de pagos. La economía ha tratado desde varios años de explicar los factores de competitividad de los países y sus empresas. Las teorías del comercio internacional han dado lugar a responder a una pregunta básica: ¿Cuáles son las causas del comercio? es decir ¿Por qué los países comercian? (Blanco, 2011).

El comercio internacional puede definirse como el intercambio de bienes y servicios entre países. Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de otros finales, materias primas o productos agrícolas. El comercio internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma eficiente y con menores costos y aumenta el mercado potencial de los bienes que produce determinada economía, y se caracteriza las relaciones entre países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas económicas (Krugman & Obstfeld, 1999).

Comercio internacional es entonces el nombre que se le da al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas.

La teoría del comercio internacional tomó un nuevo rumbo, haciendo hincapié en la importancia de los precios de los factores. De esta manera, el propio pensamiento clásico y la evolución del comercio, permitió la formulación de teorías cada vez más complejas que contribuyeron y siguen contribuyendo a aclarar y enriquecer el conocimiento del comercio internacional (Appleyard, 2003).

A continuación se mencionarán las teorías clásicas que dieron paso al término Competitividad. En ellas, aun no se hace mención todavía del término, en su lugar se habla de la Ventaja que tienen unos países con respecto a otros en la elaboración de algún bien, algún producto o servicio. Por esta razón se han incorporado a manera de antecedentes históricos de la Competitividad.

3.1.1 Mercantilismo

Durante los siglos XVI, XVII y principios del XVIII se realizaron las primeras aportaciones y reflexiones significativas sobre el comercio internacional, a esta corriente se le identificó con el nombre de mercantilismo. Aunque no llegaron a establecer algo concreto, los mercantilistas coincidieron únicamente en sus análisis que consistían en una serie de medidas que se centraron en tres ámbitos: las relaciones entre el poder político y la actividad económica; la intervención del Estado y el control de la moneda. Los principales nombres que se asocian a esta corriente son John Hales, Thomas Mun y David Hume.

Los mercantilistas no se preocuparon por estudiar las causas del comercio internacional, sino que se propusieron determinar las ventajas de intercambios comerciales para la economía del país.

3.1.2 Teoría Clásica

Las teorías económicas clásicas dieron forma al marco conceptual de la Competitividad y la definieron en términos económicos. Sin embargo, con el paso del tiempo y el descubrimiento de las nuevas tendencias de la economía internacional, surgen una serie de condiciones a las cuales deben adaptarse los participantes en el comercio, tanto a nivel local, nacional y sobre todo internacional.

La teoría clásica encuentra su fundamento en la producción y especialmente en las diferentes funciones de producción debidas a las diversas técnicas utilizadas. Estas generan variadas productividades de trabajo y, en consecuencia distintos costos entre los países (Bonales & Sánchez, 2003).

En ese contexto, el término competitividad evoluciona e incorpora nuevos elementos tales como la Productividad, la Calidad y el Precio. Tradicionalmente, la competitividad de un país se había explicado a través de la teoría clásica de ventajas competitivas, la cual pone el énfasis exclusivamente en la abundancia de recursos naturales y factores de producción.

Adam Smith en 1776, fue el precursor de la teoría económica del comercio, quien proponía que una nación debería explotar sus ventajas absolutas: la riqueza de una nación será maximizada si un país se especializa en su sector exportador e importar aquellos bienes más baratos en el interior, es decir, resulta preferible comprar en el exterior aquellos productos en los cuales la producción nacional emplea más trabajo para producirlos en el país (Chacholiades, 1992).

En 1776 Adam Smith publica su investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones, donde principalmente expone nuevos principios e hipótesis sobre la economía internacional, incorpora los efectos reales del comercio internacional sobre el funcionamiento de la economía, valorando más el bienestar que pueda reportar a los ciudadanos.

Adam Smith abogó por la libertad de los intercambios internacionales debido a que descubrió que, cuanto más amplios fueran los mercados, mayores serían las oportunidades de especialización en su economía, principal manera de aumentar la productividad del trabajo (producción por hora hombre) y, en consecuencia, la producción, la renta y el bienestar de la nación. Así es como Adam Smith introduce la teoría del valor trabajo, a través del significado de la ventaja absoluta, que establece que un país que tiene dos productos para vender, uno de estos le es más fácil producir que el otro, la ventaja absoluta señala que el país se beneficiará al

comprar aquel bien que le cueste más producir y venderá aquel bien que le sea más fácil producir (Oyarzun, 1990).

Basado en lo anterior el libre comercio entre las naciones es mutuamente beneficioso y se podría elevar el nivel de vida, para que se lleve un adecuado intercambio comercial.

Esta teoría fue revisada, analizada y modificada en el siglo XVII por las teorías de comercio internacional, cuya esencia está centrada sobre todo en aspectos económicos. El principal precursor de estas teorías fue David Ricardo, quien se destacó por su metodología de las ventajas comparativas (Bejarano, 1998).

Fue David Ricardo y posteriormente Robert Torrens, quienes desarrollaron el concepto de “ventajas comparativas” para explicar los flujos de comercio de bienes entre países, estos podrán beneficiarse del comercio mutuo adquiriendo del extranjero aquellos bienes cuyo precio relativo interno sea mayor, especializándose en la producción y exportación de aquellos bienes que internamente tengan un precio relativo menor (Ricardo, 1985).

3.1.3 Teoría de la Ventaja Comparativa

Básicamente a Adam Smith se le atribuye como ya se mencionó en palabras preliminares la idea de ventaja absoluta, en la que explica y plantea que una nación exportará un bien si es el productor de más bajo costo del mundo, pero David Ricardo llega a mejorar esta teoría, hasta llegar a plantear lo que conocemos como la teoría de la ventaja comparativa, por medio de la cual reconoce que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productivo. Es decir que una nación puede importar un bien que podría ser el producto de más bajo costo, si todavía es más productiva en la producción de otros bienes (Porter, 1982).

David Ricardo (1817), demostró que no sólo en el caso de que aparezca una ventaja absoluta existirá especialización y comercio internacional entre dos países. Podrá ocurrir que uno de ellos no posea ventaja absoluta en la producción de ningún bien, es decir, que necesite más de todos los factores para producir todos y cada uno de los bienes. A pesar de ello, sucederá que la cantidad necesaria de factores para producir una unidad de algún bien, en proporción a la necesaria para producir una unidad de algún otro, será menor que la correspondiente al país que posee ventaja absoluta.

Una ilustración clara del principio de ventaja comparativa que podemos tomar como ejemplo es un caso ficticio que confronta a dos grupos de individuos: uno más eficiente que el otro en los dos tipos de producción previstos (la tela y el vino). La especialización de cada uno de los grupos en la producción para la cual disponen de una ventaja comparativa y el recurso al comercio libre beneficia a ambos.

Una ventaja comparativa es la ventaja que disfruta un país sobre otro en la elaboración de un producto cuando éste se puede producir a menor costo, en términos de otros bienes y en comparación con su costo en el otro país.

Para esta teoría, el trabajo es el único factor de producción y los países sólo difieren en la productividad del trabajo en diferentes industrias. Esta teoría ha desencadenado una serie de conclusiones que comúnmente se aceptan y que pueden ser falsas según la forma de pensar que se tenga del comercio exterior.

David Ricardo se caracteriza por aportar un mayor rigor y profundidad al análisis, introduciendo de esta manera el principio de la ventaja comparativa, debido a que el principio de la ventaja absoluta no es viable para el funcionamiento del comercio internacional. Ya que para Ricardo, el producir mejor significa producir con menor uso de mano de obra (de trabajo). Es importante recordar que en la época en que Ricardo escribió su obra, y durante casi todo el siglo pasado, se consideraba al trabajo como el factor productivo que dotaba de valor a las mercancías. Un concepto importante de la ventaja comparativa es que los países exportarán los bienes que se producen más eficientemente e importarán los bienes que produzca de manera menos eficiente. El fin principal del comercio internacional es la ganancia que se obtendrá al realizarse las transacciones entre los países. Es por eso que David Ricardo introdujo un modelo de ventaja comparativa basado en diferencias en la productividad del trabajo, donde señala que, en una economía competitiva es necesario conocer los precios relativos de los bienes de la economía, es decir, el precio de un bien en términos del otro y así maximizar las ganancias (Blaug, 1985).

Comparando la teoría de la ventaja comparativa con otras teorías, ésta se acerca al tipo de comercio que muchos países realizan, ya que sólo llegan a exportar aquellos productos en los que tienen mayor productividad o son más eficientes, e importan aquel bien en el cual no se es eficiente o en el que simplemente implica mayor costo producirlo que importarlo.

Con la globalización y toda una serie de elementos innovadores como tecnologías avanzadas, nuevos patrones de consumo y una mayor conciencia sobre la conservación de los recursos naturales, surge toda una re conceptualización del término "Competitividad", donde las ventajas comparativas como motores de desarrollo evolucionan hacia las ventajas competitivas.

Según la teoría de la ventaja comparativa, los países deben especializarse en la producción y exportación de mercancías en las que poseen mayores ventajas comparativas frente a otros países. El resultado de ésta especialización es que la producción mundial, y en consecuencia su capacidad para satisfacer la demanda de los consumidores, será mayor que si cada país intentase ser lo más eficiente posible.

También afirma que a pesar de que un país tenga menores costos en todos sus productos, alcanzaría bajo ciertas condiciones beneficiarse del comercio internacional, si se especializa en la producción de aquellos productos en los cuales tienen los menores costos relativos, exporta parte de ellos e importa los productos en los que tiene los mayores costos relativos.

Stuart Mill, profundizó el análisis de David Ricardo, estableció que la tasa efectiva de cambio es función de la demanda de los productos y, por tanto, la ganancia del intercambio depende de la intensidad relativa de esas demandas (Bonales & Sánchez, 2003).

Se puede concluir, que esta teoría se basa en las diferencias entre la productividad de la mano de obra entre unas y otras naciones, estas diferencias hacen posible favorecer a algunos sectores.

Ricardo al igual que Smith, parte de la teoría del valor-trabajo, es decir, el valor de los bienes depende de la cantidad de trabajo que éstos incorporan, además el trabajo se considera móvil dentro de un país, pero inmóvil entre países.

3.1.4 Teoría Neoclásica

A finales del siglo pasado, se inició la escuela de pensamiento marginalista o neoclásico como hoy en día se le conoce. Esta teoría dio lugar a modificaciones tales como la incorporación del Capital como factor de Producción.

El aporte más importante de la teoría neoclásica fue desarrollado por los suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin (H-O), quienes desde 1919 abandonaron la teoría del valor-trabajo y formularon su teoría de la Proporción de los Factores basadas en dos postulados:

- 1) Los bienes difieren en su composición de trabajo y capital, es decir, requieren una diferente intensidad de factores y,
- 2) Las naciones difieren en su oferta de factores, es decir, existe una diferencia en la abundancia de factores (Bonales & Sánchez, 2003).

La teoría de la ventaja comparativa no explica por qué los costos relativos difieren entre los países. La aportación H-O, en 1933, ha tenido una influencia decisiva para determinar la causa del comercio internacional. Heckscher afirmaba que los requisitos previos para que se inicie el comercio internacional pueden quedar resumidos de la siguiente forma: diferente escasez relativa, es decir, distintos precios relativos de los factores de producción en los países que comercian, y diferentes proporciones de factores productivos para bienes distintos. Ohlin por su parte insiste en que es la distinta dotación factorial la causa fundamental de las diferencias de costos comparativos y, por lo tanto, del intercambio (Blanco, 2011).

Este teorema se formaliza empleando un modelo de dos países, dos factores y dos productos, que requieren adoptar también las siguientes hipótesis:

- Existe competencia perfecta en los mercados de factores y productos
- No hay inversión factorial, es decir, la diferente intensidad factorial de los bienes no cambia de un país a otro;
- La cantidad total de factores de producción es fija para cada país;
- Las dotaciones factoriales son distintas y los factores tienen movilidad entre ramas de la producción pero no entre países.

El modelo H-O explica la existencia y composición del comercio internacional a partir de un nuevo concepto, el de la abundancia relativa de los factores de producción de cada país, lo cual originará la ventaja comparativa que se espera.

Son muchos los aportes teóricos que indican que el comercio internacional siempre será beneficioso para una economía y que hay diferentes factores que deben tomarse en cuenta para poder comercializar internacionalmente uno u otro bien.

Las críticas que surgieron a esta teoría fueron las de Raymond Vernon y Louos T. Wells, los cuales argumentaban que la innovación jugaba un papel importante en el comercio generando ventajas comparativas, al menos en el corto plazo. De igual forma se criticó este modelo por ser demasiado estático y por su enfoque basado en la maximización de la riqueza dados los recursos actuales (Levy, 1986).

Por lo tanto, han surgido teorías alternativas más recientes las cuales basan su explicación en la distinción entre el trabajo calificado y no calificado, en la noción de disponibilidad de factores y, en el elemento tecnológico como elemento explicativo del intercambio. Todos estos esfuerzos encubren, de hecho, un retorno a la concepción Ricardiana sobre la teoría de las ventajas comparativas especialmente, porque toman en cuenta la especificidad del factor trabajo (Bonales & Sánchez, 2003).

3.2 Ventaja Competitiva de Michael Porter

Michael Porter es un autor en el cual se basa esta investigación; tomando en cuenta como punto de partida su obra “ventaja competitiva”, nombrado así al valor que una empresa es capaz de crear para sus demandantes, en forma de precios menores que los de los competidores sus beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados, donde los ingresos superan los costos. En su escrito manifiesta que el valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que la empresa les proporciona (Porter, 2007).

Las ventajas competitivas se crean a partir de la diferenciación de productos y la reducción de costos principalmente, para lo cual la tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados son importantes. Los factores especializados son creados y surgen de habilidades específicas derivadas del sistema educativo, del *know-how* tecnológico, de la infraestructura especializada, de la investigación, de la capacitación que se le ofrezca al recurso humano, de mercados de capitales desarrollados y de una alta cobertura de servicios públicos de apoyo, entre otros. Es necesario enfatizar que estas ventajas son únicas y es difícil que competidores de otras regiones puedan replicarlas o acceder a ellas, ya que además de responder a las necesidades particulares de una industria concreta, requieren de inversiones considerables y continuas para mantenerlas y mejorarlas (Rojas, 1999).

La Teoría de la ventaja competitiva de la empresa es una característica esencial que le permite a la empresa generar una posición para poder competir. Porter (1990) afirma que la capacidad de las empresas para competir internacionalmente depende de las circunstancias locales y las estrategias de la empresa. Dependiendo de las empresas el aprovechar o no esta oportunidad creando un entorno donde alcancen una ventaja competitiva internacional.

La teoría estándar asume que no hay economías de escala, que las tecnologías son idénticas en todos los sitios, que los productores no se diferencian unos de otros y que el conjunto de factores nacionales es fijo, da como resultado que los factores, tales como la mano de obra especializada y el capital, no se mueven entre naciones.

(Porter M. E., 1991), señala que: “el ideal del empresario son los recursos que puedan moverse con total libertad, rapidez y fluidez de un sector a otro, dependiendo de lo que sea su utilización más productiva. El fallo en el pensamiento tradicional respecto a la movilidad de los recursos estriba en que presupone que la productividad de la utilización de recursos en un sector es determinada. En estas circunstancias, es lógico que los recursos fluyan hacia los sectores donde la

productividad sea mayor. Sin embargo, en la realidad, la innovación puede incrementar espectacularmente la productividad de los recursos empleados en un sector, de una forma mucho más adecuada que las ganancias que podrían conseguirse de reasignarlos”.

Una empresa conserva una ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferente respecto de sus competidores, que le otorga la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellos.

La ventaja competitiva consiste en una o más características de la empresa, que puede manifestarse de muy diversas formas. Una ventaja competitiva puede derivarse tanto de una buena imagen, de una prestación adicional de un producto, de una ubicación privilegiada o simplemente de un precio más reducido que la competencia.

De acuerdo a (Porter M. E., Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia, 2003), hay tres tipos de estrategias genéricas que una empresa puede seguir para lograr un mejor desempeño que sus principales competencias:

- Liderazgo global en costos
 - Diferenciación
 - Enfoque o concentración
1. Liderazgo global en costos: la organización busca establecerse como el productor de más bajo costo en su sector. El ámbito de actuación es alargado, intentando llegar a distintos segmentos de mercado a la vez, en general, con un producto estándar sin darle mucha importancia a servicios no esenciales. Las fuentes de ventajas de costos varían de sector a sector, pero, en general, se pueden enumerar las economías de escala y el aprendizaje acumulado, la explotación de sinergias comerciales o tecnológicas, la tecnología patentada, la ubicación y facilidad de acceso a los factores productivos y bien a los mercados de clientes, entre otros.
 2. Diferenciación: la organización intenta ser la única en su sector con respecto a algunas áreas de producto/ servicio más apreciadas por los compradores. Dichas áreas dependen del sector de actuación de la organización, llegando a ser las características del producto mismo, los plazos de entrega, las garantías, la facilidad de pago, el imagen, la variedad y calidad de los servicios asociados, la innovación, la proximidad con relación a los clientes, entre otras. Esta estrategia permite a la organización practicar un precio superior u obtener mayor lealtad por parte de los compradores.

3. Enfoque: la organización pretende obtener una ventaja competitiva en un segmento o grupo de segmentos de mercado por los que ha optado, excluyendo los demás segmentos. La estrategia de enfoque se divide en dos variantes: enfoque por costos (la empresa busca una ventaja de costo en su segmento blanco) y enfoque de diferenciación (la empresa busca la diferenciación en su segmento blanco). Esta estrategia descansa en la elección de segmentos específicos de mercado donde la competencia tenga dificultad en satisfacer eficazmente las necesidades de los compradores.

3.3 Competitividad

Competitividad es un concepto al cual se hace referencia y sobre el cual se debate de manera frecuente, tanto en el ámbito académico como en el político. Si bien en general se sitúa a la competitividad gran excelencia en el crecimiento de los países, ya que la misma impacta sobre la capacidad de firmas o economías de incrustarse en los mercados, no está clara, sino que existen numerosos elementos que se relacionan bajo esa denominación.

Profundizando al término Competitividad, Michael E. Porter, llevo a cabo una investigación más a fondo para analizar el origen o causa de la Competitividad de las Naciones y las Empresas. Su objetivo final era el desarrollo de un marco conceptual que orientara tanto a empresarios y ejecutivos en la toma adecuada de decisiones.

Cuando se estudia el tema de Competitividad, se debe tener claro que no se puede unificar la competitividad a nivel agregado de la economía, pues existen actividades que tienen distintos grados de competitividad. Por lo tanto, se podría decir que en nuestro país no ha existido una tendencia clara en el tiempo, en este campo. Si se ve la competitividad como aumento de las exportaciones, la tendencia ha sido al crecimiento; pero no se puede hablar de que se haya dado una tendencia hacia el aumento de la eficiencia y la obtención de mayores niveles de utilización de alta tecnología en todos los sectores de la economía, aunque si existen diversos esfuerzos para aumentar la calidad de algunos productos que se venden internacionalmente.

3.3.1 Conceptualización de Competitividad

No se tiene claro que es la Competitividad ni lo que la constituye, es común asociarla con la Productividad, la Calidad o los Precios.

La competitividad en la actividad económica de una nación, tradicionalmente había estado determinada por la abundancia o escasez relativa de los recursos con los que contaba; sin embargo hoy en día estos recursos disponibles no son suficientes para hacer que un país sea competitivo, sino que además se requiere de la acción de un conjunto de variables como el nivel tecnológico, la organización de la producción, el financiamiento, la comercialización, la protección al medio ambiente, la política económica y la innovación tecnológica. Una de las preocupaciones actuales de los agentes económicos son los diferenciales en la productividad que presentan las empresas, los sectores y las naciones entre sí; ante esta situación se ha señalado a la innovación tecnológica como una variable fundamental para alcanzar y sostener los niveles de competitividad (Aguilar, 2010).

Para Porter la competitividad puede definirse como: “la producción de bienes y servicios de mayor calidad y de menor precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales” (Porter, 1991).

La CEPAL-ONUDI en 1989 señala que la Competitividad es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad y, por ende, en la incorporación de progreso técnico.

Scheel, (2000). Argumenta que la competitividad es el proceso de observar, medir y comparar las mejores prácticas, las organizaciones de clase y los factores de clave que han hecho exitosas a las industrias a niveles mundiales, y compararlos contra las competencias básicas locales para transformarlos en ventajas innovadoras de gran valor agregado y diferencial, capaces de crear en cero-tiempo posicionamientos excelentes, nuevos procesos, gran capital, riqueza y un aprendizaje que pueda reproducir e innovar las condiciones favorables para generar dinamismo en otras alternativas, más capital en forma sustentable y en cualquier lugar del mundo.

Competitividad implica competencia y por competitividad la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener uniformemente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

Competitividad: Es una forma de medir la economía en relación a los demás, es como una carrera donde importa que tan bien le va a uno respecto a los otros, en otras palabras la competitividad es la capacidad para atraer y retener talento e inversión (Instituto Mexicano para la Competitividad, 2012).

Chesnais, (1981). Refiere a la competitividad como la capacidad de un país de enfrentar la competencia a nivel mundial. Incluye tanto la capacidad de un país de exportar y vender en los mercados externos como su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de importaciones.

Competitividad significa la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países (Garay, 1996).

3.3.2 Niveles de la Competitividad

De acuerdo con el Reporte Mundial de Competitividad, se tienen tres diferentes niveles: competitividad a nivel país, a nivel sector y a nivel empresa. En la primera se considera hasta qué punto el ambiente nacional favorece a los negocios. En la segunda resalta si un sector en particular ofrece potencial para crecer y un atractivo rendimiento sobre la inversión. La última se define como la habilidad para diseñar, producir y mercadear bienes y servicios; cuyas cualidades de precios y no precios forman un paquete de beneficios más atractivo que el de los competidores (Barajas, 1994).

Musik & Romo, (2004). Indican que para encontrar el sentido del término competitividad, es necesario aclarar a qué nivel se está aplicando, por lo cual se identifican cuatro niveles: la empresa, la industria, la región y el país.

Niveles de análisis micro (la empresa), meso (la industria y la región) y macro (el país). Gráficamente, se representan en forma de anillos concéntricos para ilustrar la idea de que en la competitividad de la empresa influyen las condiciones que dominan en la industria y la región, tal como lo muestra la figura 5.

FIGURA 5. Niveles de Competitividad



Fuente: Elaboración propia con base en Musik & Romo (2004).

3.3.2.1 El Nivel de la Empresa

El constante comienzo hacia nuevos mercados por parte de empresas, hace de la competitividad un tema particularmente suficiente importante. La competitividad de una empresa u organización es el primer factor a tener en cuenta por parte de los empresarios; ya que se puede decir que la competitividad por parte de una empresa es la habilidad de esta de mantener un crecimiento constante, en cuanto a capacidad de diseñar, producir y/o comercializar bienes y servicios tanto a nivel local, nacional e internacional.

El significado de competitividad de la empresa es bastante claro y directo. Éste deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en el precio y en la calidad del producto final) con relación a los de sus rivales en un mercado específico. Así, la pérdida de competitividad se traduciría en una pérdida de ventas, menor participación de mercado y, finalmente, en el cierre de la planta (Musik & Romo, 2004).

La capacidad para competir se basa en una combinación de precio y calidad del bien o servicio proporcionado, de manera que cuando la calidad es la misma en mercados competitivos (esto es, mercados con una cantidad importante de productores en los que cada uno de ellos no tiene el poder de fijar precios), los proveedores seguirán siendo competitivos si sus precios son tan bajos como (o más bajos que) los precios de sus rivales. Por otra parte, las empresas que han logrado establecer una buena reputación de calidad superior pueden destacar del resto y seguir siendo competitivas, incluso cobrando precios más elevados que sus rivales en ese mercado específico.

Los factores subyacentes de la competitividad de las empresas de acuerdo con (Musik & Romo, 2004), son: producción justo a tiempo, investigación y desarrollo dentro de las empresas, capacitación a los trabajadores y sistemas de manufactura flexible

En la figura 5 se coloca a la empresa al centro de los anillos concéntricos de competitividad. Esto implica que, además de todos los factores internos mencionados arriba que afectan a la empresa, existen otras variables externas que tienen un impacto igualmente importante sobre la competitividad de la misma.

Al nivel de la industria, la concentración de mercado, la diferenciación de productos, los precios internacionales de los bienes producidos, así como la existencia de una política industrial explícita en el sector, son sólo algunas de las variables más importantes.

Al nivel regional, podemos mencionar la existencia de la infraestructura requerida, la existencia de un número suficiente de trabajadores calificados, o la posibilidad del surgimiento de efectos de aglomeración debido a la ubicación de varias plantas dentro de una misma área geográfica.

Finalmente, las variables al nivel país también tienen un impacto sobre la empresa, especialmente el valor de la tasa de cambio y las tasas de interés.

3.3.2.2 El Nivel de la Industria

(Esser, Hillenbrand, & Meyer-Stamer, 1996), dicen que la competitividad industrial es el producto de la interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional, que son los siguientes:

- El nivel micro de las empresas que buscan simultáneamente eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en conjunto.
- El nivel meso correspondiente al Estado y los actores sociales, que desarrollan políticas de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad.
- El nivel macro, que ejerce presiones sobre las empresas mediante exigencias de desempeño y resultados.
- El nivel meta, que se estructura con sólidos patrones básicos de organización jurídica, política y económica, suficiente capacidad social de organización e integración y capacidad de los actores para la integración estratégica

Una industria es el conjunto de todas las empresas que se dedican a actividades económicas similares. De esta manera, la competitividad de una industria deriva de una productividad superior, ya sea enfrentando costos menores a los de sus rivales internacionales en la misma actividad, o mediante la capacidad de ofrecer productos con un valor más elevado. La competitividad por parte de una industria es el resultado, en gran medida, de la competitividad de empresas individuales, pero al mismo tiempo la competitividad de las empresas se verá incrementada por el ambiente competitivo prevaleciente en la industria.

Las empresas que forman parte de una industria competitiva tienden a verse beneficiadas en distintas formas, al crearse un círculo virtuoso entre el desempeño de la empresa y el desempeño de la industria. Las economías de escala al nivel de la industria fomentan la creación de infraestructura especializada, incluyendo centros de investigación e instituciones educativas, que ayudan a desarrollar habilidades técnicas y conocimientos específicos para la industria. Desde una perspectiva de la producción, los eslabonamientos verticales permiten una mayor capacidad de respuesta y flexibilidad a los cambios en los requerimientos del mercado, tanto en cantidad como en las especificaciones de los productos.

La industria competitiva presenta más oportunidades para desarrollar estos eslabonamientos verticales, con impactos positivos sobre el desarrollo industrial del país. En el caso de los países en vías de desarrollo, una vez que se ha iniciado el proceso de ensamble de componentes importados (con un valor agregado local reducido) y que éste se ha arraigado, el proceso de industrialización debe avanzar para incrementar el uso de insumos locales y fomentar eslabonamientos hacia atrás con proveedores locales. Este proceso impulsa la difusión de tecnologías y conocimientos técnicos.

(Battat, 1996), define los eslabonamientos hacia atrás como las relaciones interempresariales en las que una compañía adquiere bienes y servicios como sus insumos de producción en forma regular, de una o más compañías en la cadena de producción. Al proporcionar insumos para las empresas en industrias competitivas, los subcontratistas deberán atender preferencias superiores con respecto al diseño, especificaciones técnicas, calidad del producto y tiempos de entrega. Además, la subcontratación puede permitir a las empresas aumentar su producción y beneficiarse de economías de escala. La naturaleza de la industria tiene un efecto importante sobre la probabilidad de observar eslabonamientos hacia atrás. Como (Battat, 1996), señala la tendencia a desarrollar eslabonamientos hacia atrás aumenta cuando el producto final requiere de diversos tipos de componentes o su manufactura involucra habilidades o tecnologías específicas. Cuando la capacidad para proporcionar estos componentes dentro de la misma empresa es limitada, resulta inevitable la contratación de terceros.

Como se señaló anteriormente, no todas las industrias son iguales, por lo que distintas características jugarán diversos papeles para determinar su competitividad; algunos son: la naturaleza de los bienes producidos (intermedios, bienes perecederos o no duraderos, y bienes duraderos); concentración del mercado y barreras de entrada (para determinar la naturaleza y el vigor de las fuerzas competitivas); intensidad de capital y complejidad técnica; madurez de la tecnología utilizada (con el objeto de determinar el dinamismo tecnológico del sector); potencial de exportación (la participación en los mercados internacionales actúa como un incentivo adicional para mejorar la competitividad de la industria); presencia extranjera (que puede funcionar como un mecanismo de transferencia de tecnología); y la estrategia seguida por los inversionistas extranjeros (búsqueda de mercado, búsqueda de eficiencia o búsqueda de recursos naturales).

Entre otras formas alternativas de observar la competitividad a este nivel de análisis están el nivel de atracción de un país con relación a otros para ubicar plantas en una determinada industria (Jenkins, 1998) o distintas medidas de participación en el comercio internacional.

3.3.2.3 El Nivel Regional

La competitividad se constituye en un factor decisivo si se quiere alcanzar un crecimiento continuo y mejor calidad de vida de una población. Es fundamental conocer cuál ha sido su comportamiento para poder establecer políticas y estrategias de acuerdo con las exigencias del actual orden nacional y mundial. Se trata de mirar opciones desde otra perspectiva: las regiones.

La competitividad regional es la capacidad de las regiones para generar, estando expuestas a la competencia internacional, unos niveles de renta (y empleo) relativamente altos (Ochoa, 2010).

¿Las regiones compiten entre sí? Podemos argumentar que, en cierta forma, en efecto éste es el caso. Las regiones compiten por empresas que buscan una ubicación, así como por personas talentosas en busca de empleo y un mejor desarrollo. El debate crucial con respecto a la competitividad regional gira en torno a la relación entre la competitividad de las firmas y la repercusión que ésta tiene sobre la competitividad de los territorios relacionados con estas firmas, ya sea a través de su propiedad o su ubicación.

El elemento regional en la discusión sobre competitividad no puede ser exagerado. Una vez que el ambiente empresarial mejora (gracias a una mejor infraestructura, mejores centros de educación, niveles de vida, u otras políticas gubernamentales explícitas diseñadas para atraer inversiones a la región), las compañías empiezan

a concentrarse en ubicaciones geográficas específicas, dando origen a la formación de clusters. Según la definición de Michael Porter, los clusters son grupos geográficamente cercanos de compañías, proveedores, prestadores de servicios e instituciones relacionadas en un campo particular, que están interconectados y vinculados entre sí por aspectos comunes y complementarios (Porter M. , 2003). En opinión de Porter, los clusters tienen el potencial de afectar de manera positiva la competitividad, principalmente a través de los tres mecanismos siguientes:

1. Incrementando la productividad de las empresas o industrias constituyentes, puesto que se reducen los costos de transacción y los costos de capital (la proximidad física contribuye a este resultado; por ejemplo, se puede mantener una reserva pequeña de insumos almacenados, ya que los proveedores se ubican a corta distancia).
2. Incrementando la capacidad de innovación y, en consecuencia, el crecimiento de la productividad. Esto se debe al hecho de que resulta más sencillo detectar las oportunidades de innovación dentro del mismo cluster. Una vez que se introduce una innovación en una empresa (ya sea en un producto, en un proceso de producción o en una práctica administrativa), se produce un efecto de demostración y se incrementa la probabilidad de que sea adoptado en otras empresas.
3. Estimulando la formación de nuevos negocios que expanden el cluster y, en consecuencia, dan mayor sustento a la innovación. Esto sucede debido a que se reducen las barreras de entrada, las oportunidades de hacer negocios son más fáciles de identificar dentro del cluster, y es posible desarrollar relaciones interpersonales, facilitando la creación de nuevas relaciones proveedor-comprador.

La importancia de la aglomeración geográfica tiene que ver con el hecho de que ésta da origen a la generación de las llamadas economías externas, las cuales pueden ser de dos tipos: tecnológicas y pecuniarias (Krugman, 1991). Las economías externas tecnológicas involucran la transferencia (o derrama) de conocimiento entre las empresas; esta transferencia contribuye a que la parte receptora desarrolle capacidades tecnológicas que tienden a robustecer la ventaja competitiva de la industria. Por otra parte, las economías externas pecuniarias involucran la creación de un mercado para la mano de obra especializada y para los proveedores, que nuevamente tiende a fortalecer la ventaja competitiva de la industria. Dicho en otras palabras, la aglomeración mejora el desempeño de las empresas (y consecuentemente de la industria) al reducir los costos de transacción tanto en los activos tangibles como en los intangibles.

Es posible observar economías externas en funcionamiento en diversos casos de especialización regional. Porter identificó cuatro variables ambientales que determinan la competitividad relativa de una región para un segmento de una industria, dichas variables influyen de igual manera al sector nacional por lo que se definen en el apartado siguiente.

3.3.2.4 El Nivel Nacional

Finalmente se ha alcanzado el anillo externo de competitividad, esto es, el nivel nacional. Este nivel es crucial, ya que determina en gran medida la competitividad de los demás niveles inferiores. Un asunto fundamental con respecto a la cuestión de la competitividad nacional es si los países realmente compiten entre sí, o si el término competitividad es una forma inadecuada de evaluar la salud general de una economía. Ciertamente, se puede argumentar que los países compiten por atraer inversiones extranjeras, pero tal como señala (Siggel, 2003), los atributos que atraen la inversión extranjera son la estabilidad, el buen gobierno y las oportunidades de inversión rentables, los cuales no son idénticos a un fuerte desempeño en las exportaciones.

(Boltho, 1996) Presentó definiciones más concisas de la competitividad desde una perspectiva macroeconómica. A corto plazo, equiparaba la competitividad con el valor de la tasa de cambio real. Así, un país con un nivel de pleno empleo que no tiene competitividad estaría sufriendo un déficit persistente en la cuenta corriente que comúnmente se ajustaría mediante una mezcla de deflación y depreciación. El costo de estos desajustes, particularmente una tasa de cambio sobrevaluada, puede conducir a pérdida en la participación de mercado y desempleo. Por otra parte, la definición de competitividad a un plazo más largo incluye el objetivo de elevar los niveles de vida de la población, y es una función del crecimiento en la productividad.

La perspectiva de la escuela de negocios de la competitividad es representada por Michael Porter, para quien la competitividad de un país depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorarse continuamente. Aun cuando Porter analiza la competitividad al nivel de la nación, su marco de análisis es sistémico, en el sentido de que incorpora de manera implícita los niveles de la empresa, la región y la industria. Sostiene que:

La ventaja competitiva es creada y sustentada a través de un proceso altamente localizado. Las diferencias en los valores, cultura, estructuras económicas, instituciones e historias de los distintos países contribuyen a sus respectivos éxitos competitivos. Existen diferencias sorprendentes en las estructuras de

competitividad en cada país; ningún país puede o será competitivo en todas o incluso en la mayoría de las industrias. En última instancia, las naciones tienen éxito en industrias específicas debido a que su entorno interno se percibe como el más avanzado, dinámico, y el que presenta más desafíos (Porter M. , 1990).

Porter define además un “diamante” con cuatro factores determinantes de la ventaja competitiva nacional:

1. Condiciones de los factores. Incluye los factores de producción (mano de obra calificada, infraestructura, financiamiento) necesarios para competir en una industria determinada.
2. Condiciones de la demanda. Esto se refiere a la naturaleza (esto es, al grado de sofisticación) de la demanda en el mercado doméstico para los bienes o servicios producidos por una industria determinada.
3. Industrias relacionadas y de apoyo. Se refiere a la presencia de proveedores y otras industrias relacionadas competitivas a nivel internacional.
4. Estrategia de la empresa, estructura y rivalidad. Esto refleja las condiciones generales que rigen como se crean, organizan y administran las empresas, así como la naturaleza de la competencia entre las mismas.

Cada uno de los cuatro factores determinantes interactúa con los demás para crear un entorno en el que las empresas desarrollarán y acumularán activos o habilidades especializados para incrementar su ventaja competitiva. Porter rechaza de manera explícita la definición puramente macroeconómica de la competitividad. De igual forma, rechaza las explicaciones con respecto a las diferencias en la competitividad de un país a otro con base en la abundancia de la mano de obra barata, recursos naturales o diferencias en las prácticas administrativas. Porter concluye que el único concepto significativo de competitividad a nivel nacional es la productividad. Este es el caso debido a que la productividad es el principal factor determinante del nivel de vida a largo plazo en un país, así como del ingreso per cápita (esta variable determina el salario de los trabajadores y el retorno del capital).

En este punto resulta interesante señalar que prácticamente todos los autores, sin importar si son de formación economistas o de escuelas de negocios, o si existe entre ellos un consenso sobre el uso del término cuando se aplica a las economías nacionales, concuerdan que la tasa de crecimiento de la productividad (no la tasa de crecimiento de la productividad con relación a otros países) es la medida última de la competitividad. La productividad de un país determina su nivel de vida, ya que

una productividad más elevada puede sustentar mejores salarios y rendimientos atractivos del capital invertido (Musik & Romo, 2004).

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) ofrece una definición más concisa sobre el papel de las exportaciones, enfatizando que aunque la competitividad en las exportaciones comienza con un incremento en la participación del mercado, va más allá de eso, ya que: implica diversificar la canasta de exportaciones, sostener tasas más elevadas de crecimiento en las exportaciones a lo largo del tiempo, aumentar el contenido tecnológico y de habilidades en las actividades de exportación, y ampliar la base de empresas locales capaces de competir internacionalmente, de tal forma que la competitividad se vuelva sustentable y venga acompañada de ingresos crecientes (UNCTAD, 2002).

Esta definición incorpora explícitamente una perspectiva evolucionaria en la que los países se alejan de las exportaciones primarias hacia productos con un mayor contenido tecnológico (que presentan un mayor potencial para generar derramas hacia el resto de la economía) y que presentan asimismo un mayor potencial para desarrollar las capacidades tecnológicas de un país. Esto comienza un círculo virtuoso por medio del cual más empresas pueden entrar en los mercados internacionales y contribuir al fortalecimiento de dichas capacidades.

3.4 Productividad

Productividad es un término que se acerca a una de las variables con mayor relevancia, ya que es de vital importancia para lograr el crecimiento económico de una empresa, de un estado o de un país.

Hoy en día no es competitivo quien no cumple con Calidad, un buen Precio, Costos adecuados, Tiempos Estándares, Eficiencia, Innovación, Nuevos métodos de trabajo, Tecnología, y muchos otros conceptos que hacen que cada día la Productividad sea un punto de cuidado en los planes a corto y largo plazo.

Dar un concepto claro de Productividad resulta algo complicado, sin embargo a lo largo de la historia se han desarrollado muchos conceptos para esta, a continuación se puntualizan algunos.

En los nuevos mercados globalizados ya no hay cabida para las empresas que actualmente muestran una actitud conformista. Su conducta debe dirigirse a los factores que persiguen el éxito: el desarrollo de su propia tecnología, a diferenciar sus productos, al logro de prestigio de marcas, relaciones y servicios a los clientes. Es claro que para poder conseguir lo antes mencionado, se necesita un incremento

a la inversión del capital. Dicha innovación permite que las ventajas competitivas permanezcan por largos periodos. A través de ella, las empresas encuentran nuevas formas de competencia. Prokopenko dice que “en la actualidad, no sería erróneo indicar que la productividad es la única fuente mundial importante de un crecimiento económico, un progreso social y un mejor nivel de vida” (Prokopenko, 1991).

3.4.1 Conceptualización de Productividad

Como un antecedente del concepto de Productividad, se tiene que la primera vez que apareció formalmente esta palabra, fue en el año de 1776 en un artículo escrito por Quesnay. De ahí en adelante ha ido adquiriendo distintos significados día a día más precisos. (Pedraza & Navarro, 2006).

La productividad es uno de los factores más importantes dentro de la industria de un país, para ser competitivo ante la globalización comercial en la que actualmente se encuentra sumergido el mundo. Elevar la productividad es uno de los retos a los que actualmente se enfrenta una industria para permanecer en el mercado, siendo indispensable hacerlo con calidad y precios competitivos; y esto se puede lograr a través del incremento en la Productividad. (Porter, 1997).

La Productividad se define como el producto total en relación con el insumo de fuerza de trabajo, pero al nivel de las organizaciones, la fuerza de trabajo debe equilibrarse con otros recursos productivos en una combinación que sea realizable y que sea redituable (Everet, 1994) y se representa como sigue:

$$Productividad = \frac{Productos}{Mano de obra + Capital + Materiales + Energía}$$

La Productividad se relaciona con la Calidad en la medida en que la empresa logre la satisfacción de la necesidades del consumidor con sus productos y bajo un programa de calidad total que consiga mejorar todos y cada uno de los factores que intervienen en una empresa, como lo son sus trabajadores y sus áreas. (Pedraza & Navarro, 2006).

La Productividad es la relación entre la producción obtenida por un sistema de producción o servicios y los recursos utilizados para obtenerla (Prokopenko, 1991). Prokopenko sostiene que la Productividad se define como el uso eficiente de recursos (trabajo, capital, tierra, materiales, energía), en la producción de diversos bienes y servicios. Menciona de igual forma que la Productividad también puede entenderse como la relación entre resultados y el tiempo que lleva conseguirlos,

dado que el tiempo es a menudo un buen denominador ya que es una medida universal y está fuera del control humano.

En el ámbito de desarrollo profesional se le llama productividad (**P**) al índice económico que relaciona la producción con los recursos empleados para obtener dicha producción (Gonzalez & Flores, 2012).

Matemáticamente se expresa: $P = \frac{V_p}{R}$

Dónde: P= productividad

V_p= volumen de producción

R= recursos

3.4.2 Medición de la Productividad

La finalidad primordial de medir la Productividad se basa en la necesidad que se tiene de realizar comparaciones con otras empresas, entre sectores de producción, en el ámbito industrial, local, nacional e internacional.

En la mayoría de los países se acostumbra a medir la Productividad por medio del trabajo y de acuerdo al capital, por lo que es conveniente mencionar que existen dos conceptos básicos en la literatura económica y administrativa sobre la eficiencia: la Productividad laboral y la Productividad total de los factores (PTF) (Pedraza & Navarro, 2006).

La Productividad laboral es considerada como una medida de eficiencia del trabajador en la generación del producto. Este concepto propone una cuantificación, mediante la relación del producto y las horas empleadas trabajadas o las remuneraciones totales pagadas al personal ocupado en la generación de dicho producto. Sin embargo, la manera más común de medir la eficiencia del trabajo es a través del Producto Interno Bruto (PIB) entre los puestos ocupados remunerados (Cassoni, 1991).

Por su parte la Productividad Total de los Factores es una medida del producto físico generado a partir de la utilización de una cantidad dada de insumos por parte de la empresa (IBNET, 2005). Este concepto va más allá de la Productividad laboral, ya que contempla la eficiencia del factor trabajo, pero además cuantifica la eficiencia con que se usa el capital, otro factor primario y esencial de la producción.

3.5 Precio

A lo largo de la historia, el precio ha representado un papel importante en la elección de los consumidores y estos se han fijado a través de un proceso de negociación entre compradores y vendedores, proceso que hoy en día aún se da en los países más pobres y entre los grupos de menores ingresos. El precio es aún considerado como uno de los elementos más importantes que condiciona la cuota de mercado de la empresa y su rentabilidad (Lamb, Hair, & Daniel, 2006).

Los precios constituyen el tercer factor de competitividad. Hay países más inflacionistas que otros. Ante una presión de la demanda, hay países que incrementan la producción y otros que suben los precios. La disponibilidad de capacidad productiva y laboral cualificada, un mercado laboral flexible para contratar y despedir sin costes elevados y el alto grado de competencia entre las empresas, dan lugar a países con menos inflación. Al igual que los costos, subidas de precios por encima de los precios de los países competidores restan competitividad. Tradicionalmente el precio ha operado como principal determinante de la decisión de compra de cualquier producto. Esto sigue siendo válido en los países más pobres, entre los grupos más marginados.

La economía nació como un desprendimiento de la moral y la ética; la profesión de economista es muy reciente. Adam Smith mismo era un filósofo moral. Las primeras reflexiones sobre temas económicos trataban de contestar a las siguientes preguntas: ¿Cuál es el precio justo? ¿Es justo cobrar interés por un crédito en pesos? ¿Es lícito el comercio? Las primeras reflexiones sobre economía no respondían a las preguntas: ¿Qué es un precio? o ¿Cómo se determina un precio? Lo que preocupaba a los primeros pensadores era la justicia. Los temas económicos eran una parte de largos tratados de justicia y ética; más concretamente, el tema económico era: la justicia en los cambios (Cachanosky, 1994).

Al disminuir los costos de producción y distribución y crear un sistema de provisión de valor eficiente y adecuado, permite ofrecer productos de buena calidad, fiables y de fácil acceso a precios inferiores a los de la competencia para así ganar una mayor cuota de mercado. Para que un determinado competidor pueda emplear esta variable como ventaja, deberá disponer de los mejores costos de fabricación y distribución, porque de lo contrario no podrá soportar por mucho tiempo la respuesta que seguramente se generara por parte de los restantes competidores (Álvarez, 2012).

Es la teoría del precio la que permite poder entender y a la vez explicar la manera en que las empresas de cualquier parte del mundo fijan un precio. Ya que de entrada

si la comercialización de un producto no es rentable, difícilmente se va a mantener en un mercado internacional y ni siquiera nacional. Los precios y su composición representan una variable en la competitividad ya que este rubro puede marcar la pauta entre ingresar a un mercado nuevo y tener posicionado el mercado. Establecer un mismo precio para todos los compradores es una idea relativamente moderna que surgió con el desarrollo de las ventas al detalle a gran escala al final del siglo XIX F.W. Woolworth, Tiffany & Co., y otros anunciaron un “política estricta de un solo precio” porque trabajan tantos artículos y supervisan a tantos empleados (Fontaine, 2000).

3.5.1 El Concepto de Precio Justo

Este concepto fue desarrollado por Luis de Molina; sin embargo ha sido analizado por diversos especialistas; esta teoría explica las causas por las que el precio natural puede considerarse justo o injusto. El precio justo de las cosas depende, principalmente, de la estimación común de los hombres de cada región; y cuando en alguna región o lugar se suele vender un bien, de forma general, por un determinado precio, sin que en ello exista fraude ni monopolio, ese precio debe tenerse por medida y regla para juzgar el justo precio de dicho bien en esa región o lugar siempre y cuando no cambian las circunstancias con las que el precio justificadamente fluctúa en la alza o la baja. El precio justo de los bienes se modifica también según sea uno u otro el modo de venderlos. Hay que notar, que la modalidad de la venta también influye y hace variar el justo precio de los bienes. Por ejemplo, en los casos siguientes suelen venderse los bienes a un precio inferior al que suelen vender los comerciantes: cuando se vende algo en subasta o se lleva para su venta a un intermediario, sin embargo, siempre y cuando dicho precio no se aparte del acostumbrado en esa clase de venta, no deberá juzgarse injusto (Roover, 1958).

En resumen en esta teoría del precio justo se explica la manera en la cual las empresas, ayuda a analizar la estructura de los costos, el precio implementado para el mercado local e internacional, y la forma de conformar un precio justo para cada producto.

3.5.2 Conceptualización de Precio

Para precisar más el significado de este concepto a continuación se presentan algunas definiciones.

El precio es el único elemento de la mezcla del marketing que es generador de ingresos; todos los demás son costos; por tanto, debe ser un instrumento activo de la estrategia en las principales áreas de la toma de decisiones de marketing (Czinkota & Ronkainen, 1996).

El precio es una importante herramienta competitiva para enfrentar y vencer a los rivales y a los productos sustitutos cercanos. Con frecuencia la competencia obliga a reducir los precios, en tanto que las consideraciones financieras intra-compañía producen un efecto contrario. Los precios junto a los costos, determinarán la viabilidad a largo plazo de la empresa (Bonales & Sánchez, 2003).

El precio es el dinero u otras consideraciones que se intercambian por la propiedad o uso de un bien o servicio (Kerin & Berkowitz, 2003).

Para Ubago & Pérez, (2006) es el valor que se le aplica a un bien o servicio por la utilidad percibida por el usuario y el esfuerzo que tiene que hacer, en términos de dinero, para adquirirlo.

El precio es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, plaza y promoción) en que produce ingresos; los otros elementos generan costos (Thompson, 2014).

3.5.3 Medición del Precio

La determinación y medición del precio es un instrumento de enorme importancia en la empresa puesto que determinará el nivel de ingresos de la compañía y, por tanto, su rentabilidad.

Las empresas que empiezan a exportar reconocen que para fijar un precio, basta con calcular los costos de producción, de comercialización y sumar un porcentaje de beneficio. La determinación de un precio implica una evaluación de los costos pero además incorporar un análisis de la situación actual del mercado para el producto (Bonales & Sánchez, 2003).

El precio a nivel empresa se puede medir por medio de factores internos y externos, y de acuerdo a (González R. M., 2014), dentro de los factores internos están:

- Políticas y objetivos de la empresa: Las estrategias marcadas por los Consejos de Administración determinarán las pautas, métodos y tiempos en la consecución de los objetivos.
- Política financiera: Las disponibilidades económicas influirán de forma decisiva en las estructuras de la empresa, tipo de producto y necesidades e ingresos que afectaran sin duda en el precio del producto.
- Política de personal: Las estructuras laborales de la empresa determinaran e influirán en el precio de los productos. La estructura de personal de una empresa y la flexibilidad de ésta condicionarán una parte importante del coste del producto y, por tanto, del precio final.
- Curva de aprendizaje: La experiencia y costes acumulados en el diseño del producto serán factores a tener muy en cuenta a la hora de lanzar un producto. Esto está íntimamente ligado al concepto de costo del producto, que sin duda representara el umbral mínimo del precio a ofertar al mercado.

Por otra parte dentro de los factores externos tenemos los siguientes:

- La competencia: El precio será fijado por la empresa con base a la composición o estructura de costos de la misma, pero siempre sin olvidar el referente del mercado. La competencia y los productos sustitutivos definirán el marco de referencia a partir del cual podremos movernos para la fijación del precio final.
- Agentes económicos que intervienen en el proceso productivo: Desde el diseño del producto hasta la venta al usuario final, hay un proceso a veces largo y complejo en el que intervienen numerosos agentes que componen los eslabones de esta cadena y que también inciden sobre la fijación del precio.

A nivel internacional el precio es indispensable para hacer que un producto vendible, al precio medio de la competencia, en un segmento dado. Llegar a establecer el precio de mercado de un producto no es tarea fácil y menos todavía si pretendemos colocarlo en el mercado internacional.

Las empresas que venden sus productos internacionalmente deben decidir qué precios cobrarán por los mismos. Este precio dependerá de muchos factores a saber; condiciones económicas del país, situaciones competitivas, leyes y reglamentos, etc. La sociedad, las percepciones y preferencias sobre algunos productos varían de país en país, lo que requiere diferentes precios. Además una cuestión extra son los diferentes objetivos de marketing que la compañía puede tener en estos países. Sin embargo, la cuestión principal que sugiere el cambio de estos precios está basada en los costos; por costos adicionales de traslado,

impuestos por importación, costos asociados a las fluctuaciones de los tipos de cambio de las monedas, distribución del producto, etc.

Así pues es necesario tomar en cuenta lo siguiente para poder medir un precio a nivel internacional:

- Costos de fabricación.
- Contribución a los gastos generales.
- Recuperación de la inversión.
- Costos de logística.
- Seguros de transporte, de riesgos comerciales y políticos.
- Derechos aduaneros e impuestos locales.
- Costos de investigación de mercados y marketing.
- Costos de comercialización.
- Costo de los créditos.

Los precios a nivel internacional se establecen en función del costo del producto, de su demanda, siguiendo o imitando a la competencia (González R. M., 2014).

3.6 Calidad

Aunque el termino calidad ha adquirido gran popularidad a partir del siglo XX, este existía desde la edad media, donde la escasez de productos, convertía en imperante comerciar bienes de alta calidad, sinónimo de en buen estado (Nebrera, 1999).

Sin embargo el significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. La calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo.

De acuerdo a las diferentes filosofías de la calidad esta, está integrada por tres características básicas: calidad de diseño, calidad de conformancia y calidad de vida del trabajador (Gonzalez & Flores, 2012).

Calidad de diseño. Aquí se determina el que producto y/o servicio producir y cómo hacerlo, así como que materiales utilizar para su realización y el procedimiento. Esta calidad es básicamente adecuar el producto a las necesidades y requerimientos del consumidor.

Calidad de conformancia. Se refiere al grado en el que el producto o servicio cumple con los estándares y normas de calidad.

Calidad de vida del trabajador. Se tiene que dar a los trabajadores de todos los niveles un clima organizacional adecuado y optimo, ya que de eso depende el buen desempeño de su trabajo.

De lo expuesto anteriormente se establece que:

$$CT = CD + CC + CVT$$

Donde:

CT= calidad total.

CD= calidad de diseño.

CC= calidad de conformancia.

CVT= calidad de vida del trabajador.

3.6.1 Conceptualización de Calidad

La calidad puede ser un concepto confuso debido a que en parte la gente considera la calidad de acuerdo con diversos criterios basados en sus funciones individuales, además el significado de calidad sigue evolucionando conforme la profesión de la calidad crece y madura (Evans & lindsay, 2005).

Para Armand V. Feigenbaum (1961) la calidad es un sistema eficaz para integrar el desarrollo de la calidad, el mantenimiento de la calidad, y los esfuerzos de mejoramiento de la calidad de los diferentes grupos de una organización, de manera de permitir que exista marketing, ingeniería, producción y servicio hasta el nivel más económico, a fin de lograr la satisfacción total del consumidor (Ishikawa, 1997).

Calidad es hacer las cosas con plena convicción de que para hacerlas hemos puesto lo mejor de nuestros conocimientos y habilidades, sin escatimar esfuerzos y esperando que, quien haga uso de ellas, tenga una plena satisfacción y alegría (Montaño, 2006).

En 1931, Walter Shewhart definió la calidad como la bondad o conformancia de un producto. En este sentido, la calidad se puede reconocer en forma absoluta y universal, una marca de normas inflexibles y altos logros (Evans & lindsay, 2005).

Según Philip B. Crosby (1961) hacerlo bien a la primera vez. Hacer que la gente haga mejor todas las cosas importantes que de cualquier forma tiene que hacer.

Promover un constante y consciente deseo de hacer el trabajo bien a la primera vez (Giugni, 2009).

3.6.2 Teorías sobre Calidad

Las principales teorías, autores y precursores de calidad total han surgido de los países más avanzados como lo son Japón y EUA, y esto debido a sus altas exigencias. De esta manera se entiende que hayan sido amplios los trabajos realizados en este campo en el cual es importante destacar trabajos de los principales autores y precursores estadounidenses con sus conceptos de calidad total, como: Joseph M. Juran Juran, Armand V. Feigenbaum, Phillip B. Crosby y Kaoru Ishikawa de los cuales a continuación se hace una breve reseña de sus principales ideas y aportaciones. Feigenbaum el creador del concepto control total de calidad, en el que sostiene que la calidad no solo es responsable del departamento de producción, sino que se requiere de toda la empresa y todos los empleados para poder lograrla. Para así construir la calidad desde las etapas iniciales y no cuando ya está todo hecho (Feigenbaum, 1990).

3.6.2.1 Joseph M. Juran Juran

Entre las aportaciones más importantes es que algunos de sus principios son su definición de calidad de un producto como adecuación al uso (implica todas las características de un producto que el usuario final reconoce lo van a beneficiar); su trilogía de la calidad (consiste en planeación, control y mejora de la calidad); el concepto de autocontrol (el 85% de los problemas son culpa de la administración y no de los trabajadores) y la secuencia universal de mejoramiento (primero probar que un cambio es necesario, identificar proyectos, organizarse para asegurarse de los nuevos conocimientos, analizar el comportamiento actual, tomar las acciones para la mejora y finalmente instituir los controles para los nuevos niveles de desempeño).

3.6.2.2 Armand V. Feigenbaum

Entre sus aportaciones sostiene que los métodos individuales son parte de un exhaustivo programa de control. Afirma que el decir calidad no significa mejor sino el mejor servicio y precio para el cliente.

Armand Feigenbaum dice que la alta administración es responsable de la efectividad de todo el sistema de calidad, aunque todos los departamentos

intervengan en ella, de acuerdo con la participación que tengan en el proceso (Ramírez, 2012).

3.6.2.3 Phillip B. Crosby

Él implementa la palabra de la prevención como una palabra clave en la definición de calidad total. Crosby elimina el paradigma de que la calidad se da por medio de inspección, de pruebas y de revisiones. Esto originaría pérdidas tanto de tiempo como de materiales, ya que la mentalidad de inspección esto está preparando al personal a fallar, así que hay que prevenir y no corregir.

Crosby aporta además, que todo trabajo es un proceso. Este concepto implica que cada trabajo o tarea debe ser considerada no como algo aislado; sino como parte de una cadena interrelacionada en la que se va multiplicando la siguiente trilogía:

- Proveedor e insumos que él proporciona.
- Proceso realizado a través de trabajo de cada persona.
- Clientes o usuarios que reciben el producto o servicio.

Para que se dé la calidad se requiere que en los insumos, en el trabajo y en los servicios o productos se cumplan los requisitos establecidos para garantizar un correcto funcionamiento en todo (Vanegas, 2008).

3.6.2.4 Kaoru Ishikawa

Ishikawa puso especial atención a los métodos estadísticos y los círculos de calidad prácticos para la industria, su trabajo se basa en la capacitación, ordenamiento y procesamiento de datos para hacer un mejor control estadístico del proceso (Gonzalez & Flores, 2012).

La visión de Ishikawa se apoya en el control de aseguramiento de la calidad, por lo que podría considerarse tradicionalista y básica. Señala que la calidad total es una nueva filosofía de la administración que se debe convertir en uno de los principales objetivos de la compañía, y para ello se deben fijar las metas a largo plazo y anteponer la calidad en todas las decisiones empezado por el área de compras (Ramírez, 2012).

3.6.3 Medición de la Calidad

En la pequeña y mediana empresa más que en la gran empresa, la revolución de la calidad total sigue hacia adelante. Nadie quiere quedar fuera del tren. Sin embargo, muchas empresas no superan la mitad del camino en la implantación de nuevos procedimientos para obtener un certificado de calidad, porque al poco tiempo no tienen ningún efecto destacable en la cuenta de resultados de la empresa.

Para la medición de la calidad hay magnitudes que se utilizan rutinariamente en la empresa, como son el número de empleados, las unidades vendidas, los gastos, las amortizaciones, etc., que si bien son importantes, arrojan sólo una luz parcial sobre el verdadero origen del resultado (ganancia o pérdida) que obtiene la empresa. En la organización se hacen muchas cosas importantes, que no obstante pasan desapercibidas. Y es que a menudo lo que no se mide no se ve, y no es posible por tanto analizarlo y mejorarlo.

Cuando se implanta un programa de calidad total, debe tratarse que las personas de la organización a las que les afecta sean más productivas. La primera norma es pues que cada una de dichas personas, establezca un medidor específico para verificar sus propios progresos o los de la unidad de negocio bajo su responsabilidad, que permitan hacer afirmaciones tales como: Hemos reducido los retrasos de despacho, a un 10 % sobre el número de entregas, el tiempo promedio de resolución de quejas de clientes se ha disminuido a 3 días, el número de devoluciones de producto por defecto de fabricación es ahora de un dos por mil sobre las unidades vendidas etc (González, 2004).

De modo general podría decirse que un método de medición deberá incidir en aquellos parámetros más críticos en su influencia en los resultados. Medir un resultado es conocer la diferencia entre los ingresos y los gastos que determinada acción empresarial comporta. Pero también hay que identificar y comprender los factores subyacentes de este resultado.

Definir la medición de la calidad a nivel internacional no es sencillo, existen cinco modelos de calidad total-excelencia: el modelo gerencial Deming el cual se desarrolló en Japón en 1951 por la Unión Japonesa de Científicos e Ingenieros y básicamente este modelo recoge la aplicación práctica de la teoría japonesa del Control Total de Calidad, su objetivo principal de la evaluación de la calidad por este método es comprobar que mediante la implantación del control de calidad en toda la compañía, se hayan obtenido buenos resultados; el modelo Malcolm Baldrige se crea en EUA en 1987 y dice que la Calidad Total-Excelencia es necesaria para que las organizaciones puedan competir en el mercado internacional , el modelo EFQM

(1988) se basa en que los resultados excelentes en el rendimiento general de una organización, en sus clientes, personas y en la sociedad en la que actúan se logran mediante un liderazgo que dirija e impulse la Política y Estrategia, que se hará realidad a través de las personas de la organización, los recursos y los procesos; el modelo Iberoamericano creado en 1999 en Colombia, sirve como herramienta para realizar la autoevaluación y establecer en qué nivel se encuentra la organización en el camino hacia la excelencia, ayudando a identificar las carencia e implantar soluciones y las normas ISO 9000.

Estos métodos son aplicables principalmente en Japón, EUA, Europa y a nivel mundial. Los primeros cuatro constituyen premios de la calidad y el quinto es el único que es certificable.

3.6.3.1 Las Normas ISO 9000

La norma ISO 9000 ha venido a formar parte en años recientes, de la estrategia de algunas empresas que desean insertarse o permanecer en el mercado internacional. La aplicación de estas normas en las empresas ha significado un conjunto de beneficios (Baeza & Mertens, 2014).

ISO son las siglas en ingles de la Organización Internacional de Estandarización, la cual se dedica a la creación de estándares internacionales en diversos ámbitos como la industria, la ciencia, la tecnología y la economía.

Las normas ISO 9000 son una serie de normas para el aseguramiento de la calidad, que son aceptadas en todo el mundo. Su importancia radica en que, cuando se adquiere un producto o un servicio de una empresa que está registrada en ISO 9000, se tiene la seguridad de que la calidad que está recibiendo será como se esperaba (Baeza & Mertens, 2014).

La norma ISO 9000 aporta beneficios con el sistema de gestión de la calidad (SGC) a cualquier empresa, ya que está diseñada para agregar valor a la gestión empresarial (Montaño, 2006).

La implementación de estas ofrece ventajas como:

- Estandarizar las actividades del personal que trabaja dentro de la empresa por medio de la documentación.
- Incrementar la satisfacción del cliente al asegurar la calidad de productos y servicios de manera consistente, dada la estandarización de los procedimientos y actividades.
- Medir y monitorear el desempeño de los procesos.

- Incrementar la eficacia y/o eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos.
- Mejorar continuamente en los procesos, productos, eficacia, entre otros.
- Reducir las incidencias negativas de producción o prestación de servicios.

Finalmente como se observó, en la construcción del marco teórico se ha utilizado información secundaria para fortalecer las ideas sobre el problema a investigar, así mismo se recopiló información de los diferentes autores y teóricos que han dado el camino a estos conceptos definidos en este marco teórico.

3.7 Estudios de Competitividad en el Sector Artesanal

En esta tabla que a continuación se presenta, se analizaron distintos estudios realizados sobre competitividad en el sector artesanal en México y otros países.

TABLA 6. Estudios de Competitividad en el Sector Artesanal en México y otros países			
Titulo	Año	Autor	Aportación
1. Estrategias y Competitividad de los negocios de artesanía en México	2008	<ul style="list-style-type: none"> Julio César Jiménez Castañeda María Luisa Domínguez Hernández César Julio Martínez Castro 	<p>Este trabajo analiza el efecto de la innovación sobre la relaciones entre estrategias de manufactura-competitividad y estrategias de mercadotecnia –competitividad.</p> <p>Para tal efecto se aplicó un cuestionario a 337 artesanos localizados en Michoacán, el Estado de México, Guanajuato, Puebla, Jalisco, Guerrero, Oaxaca y Veracruz. Las estrategias más utilizadas por los artesanos son las de calidad del producto y el manejo de precios.</p>
2. Canales de Distribución y Posicionamiento de mercado para la Competitividad en las Artesanías Oaxaqueñas	2002	<ul style="list-style-type: none"> José de la Paz Hernández Girón Areli Orquídea Ramos Sánchez 	<p>Se analiza la relación entre los canales de distribución y posicionamiento de mercado para lograr Competitividad en los negocios de artesanías de Oaxaca, Jalisco y Guanajuato. Se identificaron tres tipos de canal: el de consumidores finales, el de intermediarios y el de exportación.</p> <p>Se hace mención de los orígenes del producto, se realiza la selección de mercado teniendo como alternativas: España, Alemania y Canadá, se contempla la variable de producto y se describen todos los aspectos necesarios para la Exportación.</p>

<p>3. Alemania como alternativa para la Exportación de Artesanía Michoacana</p>	<p>2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rodrigo Aranda Santamaría • José Miguel Flores García • Diana Soto Valois 	<p>Se hace mención de los orígenes del producto, se realiza la selección de mercado teniendo como alternativas: España, Alemania y Canadá, se contempla la variable de producto y se describen todos los aspectos necesarios para la Exportación.</p>
<p>4. Propuestas estratégicas de marketing para la exportación de artesanías de cerámica de Ayacucho hacia nueva york EUA de América</p>	<p>2011</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Katia Melissa Amado Vidal 	<p>Investigación cuali-cuantitativa que pretende generar aportes para maximizar la exportación de artesanías de cerámica de Ayacucho Perú hacia Nueva York EUA de América, mediante el uso de las estrategias y herramientas del marketing internacional. El objetivo es ayudar a implementar nuevos conocimientos de marketing a las MYPES exportadoras</p>
<p>5. Estudio de factibilidad para la exportación de artesanías de madera al mercado internacional</p>	<p>2008</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nancy Verónica Garrido Loza 	<p>Este estudio analiza la implementación de estrategias comerciales para la mejora de canales de distribución, además de implementar un plan de marketing para los artesanos de San Antonio de Ibarra, Ecuador.</p>
<p>Fuente: Elaboración propia con base a la Investigación.</p>			

En la tabla anterior se presentan 5 estudios que se han realizado al sector artesanal, en los cuales se manejan diferentes variables analizadas, a continuación se realiza a manera de resumen el análisis de las investigaciones.

- 1) Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México (2008): El objetivo de la primer investigación es analizar el efecto de la innovación sobre la relaciones entre estrategias de manufactura competitividad y estrategias de mercadotecnia competitividad. Este estudio se realizó a artesanos de Michoacán, el Estado de México, Guanajuato, Puebla, Jalisco, Guerrero, Oaxaca y Veracruz. Dando como resultado que las estrategias más utilizadas por los artesanos son las de calidad del producto y el manejo de precios. Los resultados mostraron una relación positiva y directa entre estrategias de manufactura y competitividad y, estrategias de mercadotecnia y competitividad. La innovación como variable no modifica las relaciones encontradas inicialmente, pero el análisis entre dimensiones manifiesta el efecto de la innovación del producto, sobre las relaciones entre el uso de los costos de oportunidad, la flexibilidad en el proceso de producción, satisfacción con el negocio, servicios del intermediario, el prestigio de la empresa y publicidad.
- 2) Canales de Distribución y Posicionamiento de mercado para la Competitividad en las Artesanías Oaxaqueñas (2002): es parte de un proyecto de investigación denominado “Análisis de la Competitividad para el desarrollo de la artesanía” en el cual se analiza la relación de los canales de distribución y posicionamiento de mercado para logra competitividad en los negocios de artesanía de Oaxaca, Jalisco y Guanajuato. En el análisis de esta investigación se identificaron tres tipos de canal: el de consumidores finales, intermediarios y exportación.
- 3) Alemania como alternativa para la Exportación de Artesanía Michoacana (2010): en este trabajo de investigación se realiza un plan de exportación de artesanía michoacana (porta retratos de madera del municipio de Quiroga Michoacán) hacia Alemania. Se realiza un plan de mercadotecnia analizando los posibles países de destino eligiendo Alemania.
- 4) Propuestas estratégicas de marketing para la exportación de artesanías de cerámica de Ayacucho hacia nueva york EUA (2011): en esta investigación cuali-cuantitativa se generan aportes para maximizar la exportación de artesanías de cerámica de Ayacucho Perú hacia Nueva York EUA mediante el uso de las estrategias y herramientas del marketing internacional. El objetivo es ayudar a implementar nuevos conocimientos de marketing a las MYPES exportadoras, el método usado para la presente investigación son las entrevistas a profundidad a los profesionales expertos en marketing y las encuestas estructuradas y

semi- estructuradas a las MYPES exportadoras de artesanías de cerámica de Ayacucho. Se formula propuestas estratégicas de marketing para la exportación de las artesanías.

- 5) Estudio de factibilidad para la exportación de artesanías de madera al mercado internacional (2008): Este trabajo de investigación surge de la necesidad de implementar estrategias comerciales para mejorar los canales de distribución y así mejorar la exportación de artesanías de san Antonio Ibarra Ecuador hacia el mercado internacional. El objetivo principal de la investigación es decidir si exportar o no. Se plantea a la vez la organización y comercialización de las artesanías mediante un consorcio exportador artesanal.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de este capítulo es describir el diseño de la investigación.

Metodología es un cuerpo de conocimientos que describe y analiza los métodos, indicando sus limitaciones y recursos, clarificando sus supuestos y consecuencias y considerando sus potenciales para los avances de la investigación (Eyssautier, 2002).

En esta parte se deben precisar los medios o herramientas que el investigador utilizara para contestar las preguntas de investigación. Describiendo puntualmente el tipo de investigación, los instrumentos, los sujetos de la investigación y el horizonte temporal y espacial. La presente investigación utiliza un diseño tanto cualitativo como cuantitativo, el cual tiene como finalidad precisar y ampliar cuales son las mejores estrategias para maximizar la competitividad de la guitarra artesanal de Paracho Michoacán. Así mismo se requiere analizar y precisar, mediante base de datos, entrevistas y cuestionarios los principales problemas que poseen los lauderos del municipio de Paracho Michoacán para aumentar la competitividad de la guitarra artesanal.

4.1 Enfoques para la Investigación

A lo largo de la historia de la ciencia han surgido diversas corrientes de pensamiento tales como el empirismo, el materialismo dialectico, el positivismo, la fenomenología y el estructuralismo, las cuales han originado diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento. Sin embargo, y debido a las diferentes premisas que las sustentan, desde la segunda mitad del siglo XX tales corrientes se han polarizado en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo de la investigación que de acuerdo a (Hernández, 2002) se describen a continuación:

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

El enfoque cualitativo, por lo común se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido.

Esta investigación es cuantitativa porque se plantean preguntas para determinar la Competitividad de la Guitarra Artesanal del municipio de Paracho Michoacán y se establecen escalas numéricas para responderlas.

4.2 El Método y el Método Científico

Se entiende por método al modo de decir o hacer con orden una cosa: regla o norma. En un sentido general, la palabra método puede significar la ruta o camino que se sigue para alcanzar cierto fin que se haya propuesto de antemano. Existe una relación entre método, ciencia e investigación. De esta manera, el método científico es el procedimiento planeado que sigue en la investigación para descubrir las formas de existencia de los procesos objetivos, para desentrañar sus conexiones internas y externas, para generalizar y profundizar los conocimientos así adquiridos, para llegar a demostrarlos con rigor racional y para comprobar en el experimento y con las técnicas de su aplicación (Eyssautier, 2002).

El método científico es único porque es un procedimiento que casi cualquier persona puede aprender; basta su evaluación de la validez de las proposiciones en la observación, además está abierto al escrutinio público y lo más importante, cuando se emplea de manera apropiada permite refutar incluso nuestras creencias más arraigadas (Maxim, 2002).

Mario Bunge define al método científico como la estrategia de la investigación científica que afecta al ciclo completo de la investigación y es independiente del tema de estudio y del estado de nuestro conocimiento respecto de dicho tema (Eyssautier, 2002).

Es un conjunto de pasos que se siguen en la generación de conocimiento objetivo, avalado por una serie de reglas rigurosas que no den lugar a dudas, que ese conocimiento se pueda justificar, teórica y empíricamente, es decir, que el conocimiento es verdadero (Navarro, 2011).

Tamayo, (2007) entiende por método científico, la suma de los principios teóricos, de las reglas de conducta y de las operaciones mentales y manuales que usaron en el pasado y hoy siguen usando los hombres de ciencia para generar nuevos conocimientos científicos.

Podemos expresar que el método científico se define como la serie de pasos que conducen a la búsqueda de conocimientos mediante la aplicación de métodos y técnicas y para lograr esto nos basamos en los siguientes.

4.3 Método de Observación

Observar es advertir los hechos como se presentan, de una manera espontánea, y consignarlos por escrito. La observación como procedimiento de investigación puede entenderse como el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base a ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar (Méndez, 2003).

La observación es uno de los procedimientos más importantes en la investigación científica. Y es por eso que se conocen los siguientes métodos:

4.3.1 Método Inductivo

La inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva a un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas. Tiene como objetivo llegar a conclusiones que estén “en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. A partir de verdades particulares, concluimos verdades generales (Méndez, 2003).

4.3.2 Método Deductivo

El conocimiento deductivo permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas. Esto es, que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general. Así, de la teoría general acerca de un fenómeno o situación, se explican hechos o situaciones particulares (Méndez, 2003).

4.3.3 Método de Análisis

Análisis y síntesis son procesos que permiten al investigador conocer la realidad. El análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de este modo podrá establecer las relaciones causales entre los elementos que componen su objeto de investigación (Méndez, 2003).

4.3.4 Método de Síntesis

La síntesis implica que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno de ellos pueda relacionarse con el conjunto en la función que desempeña con referencia al problema de investigación. En consecuencia, análisis y síntesis son dos procesos que se complementan en uno en el cual al análisis debe seguir la síntesis (Méndez, 2003).

De lo anterior se pueden realizar combinaciones entre métodos y estos pueden enriquecer la investigación, esta investigación aplicara los siguientes métodos en su estudio:

- **Método inductivo-deductivo:** en este esquema la ciencia se inicia con observaciones individuales, a partir de las cuales se plantean generalizaciones cuyo contenido rebasa los hechos inicialmente observados. El método inductivo- deductivo acepta la existencia de una realidad externa y postula la capacidad del hombre para percibirla a través de sus sentidos y entenderla por medio de su inteligencia.
- **Método analítico-sintético:** consiste en la separación de las partes en un todo, para estudiarlas por separado así como examinar las relaciones entre ellas para posteriormente reunir racionalmente varios elementos dispersos, en una nueva totalidad (Arias, 2007).

Para esta tesis se aplica el método científico, mediante la deducción, la inducción, el análisis y la síntesis que se llevaran a la práctica mediante la observación y la experimentación como métodos científicos generales.

4.4 Alcances de estudio en la Investigación

Esta clasificación es importante, pues del tipo de estudio depende la estrategia de la investigación. El diseño los datos que se recolectan, la manera de obtenerlos, el muestreo y otros componentes del proceso de investigación son distintos en

estudios exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos, trátense de investigaciones cuantitativas, cualitativas o mixtas, mismas que a continuación se definen (Hernández, 2002).

4.4.1 Investigación Exploratoria

Es aquella en la cual se quiere conocer una comunidad, un contexto, un evento, una situación, una variable o un conjunto de variables. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes en él (Hernández, 2002).

4.4.2 Investigación Descriptiva

Reseña las características de un fenómeno existente. Los censos nacionales son investigaciones descriptivas, lo mismo que cualquier encuesta que evalúe la situación actual de cualquier aspecto (Salkind, 1999).

Estos tipos de estudios buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a los que se refieren (Hernández, 2002).

La investigación descriptiva no solo puede ser autosuficiente, sino también puede servir como base para otros tipos de investigación, porque a menudo es preciso describir las características de un grupo antes de poder abordar la significatividad de cualesquier diferencias observadas (Salkind, 1999).

4.4.3 Investigación Correlacional

Es aquella que proporciona indicios de la relación que podría existir entre dos o más cosas, o de que tan bien uno o más datos podrían predecir un resultado específico. Es decir, examina relaciones entre variables (Salkind, 1999).

Este tipo de estudios tienen como propósito evaluar la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables (Hernández, 2002).

Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se han abordado antes (Hernández, 2002).

4.4.4 Investigación Explicativa

Son aquellos que van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales (Hernández, 2002).

Para la presente investigación se realizara una investigación:

De tipo descriptivos, ya que se especifican las propiedades y características tanto del producto como del mercado que nos permitirán analizar las características del problema a tratar, haciendo un análisis de la situación en la que se encuentra la guitarra artesanal de Paracho Michoacán en relación a su competitividad.

Estudios correlacionales, ya que el propósito es mostrar y examinar la relación entre las variables que se estudiaran como lo son la productividad, el precio y la calidad así como especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de los grupos dedicados a la elaboración de guitarras así como su evolución.

4.5 Instrumentos para Recolectar la Información

Los métodos de recolección de datos, se pueden definir como: el medio a través del cual el investigador se relaciona con los participantes para obtener la información necesaria que le permita lograr los objetivos de la investigación (Briones, 2003). De modo que para recolectar la información hay que tener presente:

- a. Seleccionar un instrumento de medición el cual debe ser válido y confiable para poder aceptar los resultados.
- b. Aplicar dicho instrumento.
- c. Organizar las mediciones obtenidas, para poder analizarlos.

Un instrumento son aquellas herramientas que se utilizan para comprobar las hipótesis, es así como en cualquier tipo de investigación, se deben seleccionar las técnicas o herramientas. Es decir, que clase de datos se necesitan recoger y con qué instrumentos o técnica debe recogerlos. Se eligen los elementos materiales tales como la observación, los cuestionarios, las entrevistas, las encuestas, los test,

etcétera. Es por eso que para la presente investigación se opta por aplicar un cuestionario, por su costo relativamente bajo, y por la capacidad de obtener la información sobre un mayor número de personas.

Así mismo los datos obtenidos en los cuestionarios se procesaron en los programas estadísticos Excel y SPSS un sistema amplio y flexible de análisis estadístico y gestión de información que capaz de trabajar con datos procedentes de distintos formatos generando, desde sencillos gráficos de distribuciones y estadísticos descriptivos hasta análisis estadísticos complejos que nos permitirán descubrir relaciones de dependencia e interdependencia, establecer clasificaciones de sujetos y variables, predecir comportamientos, etc...

4.6 Horizonte Temporal y Espacial

El horizonte temporal se refiere al tiempo que durará la investigación y el horizonte espacial al lugar o lugares donde se llevara a cabo la investigación.

El horizonte espacial de esta investigación corresponde al municipio de Paracho Michoacán. El horizonte temporal será desde el año 2013, hasta el año 2015.

4.7 Recolección y Procesamiento de Datos

La investigación científica consigue su objetivo final que es el enjuiciamiento de la hipótesis mediante la recolección y estudio de datos, hechos y afirmaciones, la importancia de que los datos que se tienen sean obtenidos científicamente por medio de la aplicación de métodos o técnicas sobre las fuentes (Eyssautier, 2002).

En todo tipo de labor de investigación, es preciso recopilar datos acerca del tema y analizarlos para probar la viabilidad de la hipótesis, para la recolección o recopilación de datos el diseño del cuestionario es de suma importancia ya que con el cuestionario se obtiene la información para el análisis de datos.

El proceso de recopilación de datos implica según (Salkind, 1999) cuatro pasos:

1. La construcción de formatos para recabar la información que servirán para organizar los datos recolectados,
2. La codificación que sirve para presentar esos datos en un formato de recopilación de datos en la forma más eficiente posible,
3. La recopilación en sí de los datos, y
4. Su asentamiento en el formato de recopilación de datos.

4.8 Diseño del Instrumento de Medición

Es importante saber que existen distintos tipos de instrumentos de medición según el campo disciplinario y la disciplina. En el caso de las ciencias naturales, los instrumentos de medición, están muy relacionados con artefactos tecnológicos rudimentarios y complejos, pero que sin duda llegan a un nivel de estadístico y matemático.

Por ejemplo, podemos mencionar la regla, el transportador, termómetros, tubos de ensayo, recipientes, balanzas etc. Instrumentos que por su reconocimiento universal son base de toda investigación científica en los campos de la física, química, biología etc.

Pero esto es muy distinto en las ciencias económicas, que por su naturaleza exige otro tipo de instrumentos de medición, debido a que es una ciencia que estudia el comportamiento del ser humano de acuerdo a los hechos materiales construidos por él, además de que el comportamiento humano es de los más impredecibles.

Por ello se han generado y diseñado instrumentos de medición tales como: encuestas, entrevistas, cuestionarios y escalas de medición. Algunos autores agregan también la observación como instrumento de medición, aunque su uso depende indudablemente del objeto de estudio.

El cuestionario es de gran utilidad en la investigación científica ya que, permite al investigador fije su atención en ciertos aspectos y se sujete a ciertas condiciones. El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite además, aislar ciertos problemas que interesan; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio (Tamayo y Tamayo, 2003).

El cuestionario es el componente principal de una encuesta; sin embargo, para decirlo de alguna manera, no existe un teoría que nos diga cómo debe prepararse, su construcción es más bien la expresión de la experiencia y el sentido común del investigador (Briones, 2003).

El cuestionario es el listado de preguntas que deberán responder los sujetos de la muestra seleccionada. El tipo de preguntas que contiene el instrumento permitirá la verificación de la hipótesis.

El instrumento utilizado en la investigación como ya se indicó anteriormente es un cuestionario, aplicado de forma estructurada a 33 artesanos lauderos del municipio de Paracho Michoacán, en los meses de agosto y septiembre de 2014.

4.8.1 Prueba Piloto del Cuestionario

La prueba piloto del cuestionario en una pequeña muestra o grupo de personas con características similares a las de la muestra total del universo elegido para cumplir con los objetivos de estudio (Briones, 2003).

Antes de iniciar la obtención de datos del estudio definitivo, es necesario la realización de una prueba piloto del cuestionario, utilizando el instrumento diseñado para la investigación. Esto ayuda a corregir el plan de obtención de evidencia, tanto respecto a su contenido, como a los procedimientos que se seguirán. La prueba piloto es una prueba del funcionamiento del instrumento desarrollado y no una fase previa a dicha prueba. Las señales que proporciona la prueba piloto permiten hacer una revisión de las preguntas formuladas, facilitando que la investigación se mantenga de manera correcta en el desarrollo del trabajo de campo.

La prueba piloto se aplicó a 4 lauderos antes de iniciar el proceso de aplicación al total de lauderos con el objetivo de poder realizar modificaciones al cuestionario. La aplicación de dicha prueba se realizó en el mes de julio de 2014 en el municipio de Paracho Michoacán.

Dicha prueba aportó importantes bases no solo los instrumentos de medición sino para el total de la investigación por no existir documentos escritos al respecto, donde se encontraron errores en la formulación de algunas de las preguntas.

4.8.2 Cuestionario Final

Se diseñó el cuestionario para obtener una respuesta directa y con objetivos específicos mediante su aplicación a los productores designados para responderlo. El cuestionario final consistió en un total de 19 preguntas de las cuales: Seis preguntas describen la productividad, siete describen el precio y seis definen la calidad del producto (ver cuestionario en el ANEXO 1). Este abarca aspectos cuantitativos y cualitativos, necesarios en esta investigación de tipo descriptiva y correlacional.

Las preguntas se formularon de tal manera, que solo exige elegir una respuesta entre las cinco posibilidades o alternativas para cada una de las 19 preguntas que contienen implícitas las variables: productividad, calidad y precio que nos ayudaran a determinar la competitividad de los talleres artesanales que exportan guitarra del municipio de Paracho Michoacán a EUA.

El cuestionario final tiene un tiempo de duración, para responderlo de 10 a 15 minutos aproximadamente; esto debido a que se tienen que revisar bien cada una de las preguntas para contestar adecuadamente.

4.9 Población y Muestra

Una población es un grupo de posibles participantes al cual se desea generalizar los resultados del estudio, puesto que, para que los resultados de una investigación tengan algún significado más allá de la situación limitada en la que se obtuvieron originalmente es necesario que se puedan generalizar desde una muestra a una población. Si los resultados son generalizables, podrán aplicarse a diferentes poblaciones que tengan las mismas características pero que estén en situaciones diferentes. Si los resultados no son generalizables (es decir, si la muestra seleccionada no es una representación exacta de la población), los resultados solo pueden aplicarse a los integrantes de la misma muestra que participaron en la investigación original, y a nadie más (Salkind, 1999).

Una población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones y la muestra en esencia es un subgrupo de esta población.

Paracho es conocido como “La capital mundial de la guitarra” se localiza al noroeste del Estado, en las coordenadas 19°39' de latitud norte y 102°03' de longitud oeste, a una altura de 2,200 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Cherán y Chilchota, y al este con Nahuatzen, al sur con Uruapan y al oeste con Charapan. Su distancia a la capital del Estado es de 158 km.

Una vez identificado el universo se elige la muestra de estudio.

El muestreo permite al investigador, por un lado, seleccionar las unidades de la población a las que se les requerirá información, y por el otro, interpretar los resultados con el fin de estimar los parámetros de la población sobre la que se determina la muestra para probar las hipótesis (Méndez, 2003).

Para entender el proceso de muestreo, se necesita distinguir entre dos tipos generales de estrategias de muestreo: probabilísticas y no probabilísticas.

El **muestreo probabilístico** es un tipo de muestreo en el que se conoce la probabilidad de seleccionar un miembro individual de la población, por ejemplo si hay 4500 artesanos en Michoacán y si 1000 de ellos son originarios de Paracho, la probabilidad de seleccionar un artesano de Paracho de la muestra es de $1000:4500=0.22$ y por otra parte el **muestreo no probabilístico** en cambio, es

aquel en que se desconoce la probabilidad de seleccionar cualquier miembro individual de la población, por ejemplo, si no sabemos cuántos artesanos hay en el estado de Michoacán, no podremos calcular la probabilidad de seleccionar uno de ellos (Salkind, 1999).

4.10 Los Sujetos de Investigación

Se entiende por sujetos de investigación, la caracterización del objeto de estudio, identificando con ello las fuentes de información para el investigador. Por lo tanto, en esta investigación científica los sujetos de investigación son el número de laudereros seleccionados de la muestra en el municipio de Paracho Michoacán, a las cuales se les aplicará el cuestionario con el propósito de obtener información objetiva y trascendente para esta investigación dando como resultado los 33 talleres artesanales que exportan guitarras a mercados internacionales.

4.11 El Tamaño de la Muestra

Para la presente investigación se tomó en cuenta que la población es muy pequeña, por lo tanto no se determinó muestra y se realizara un censo en el total de los elementos de la investigación, las cuales hacen una sumatoria de 33 talleres artesanales (ver Anexo 4) que se dedican a la producción y venta de guitarras artesanales, ubicados en el municipio de Paracho Michoacán principalmente en la avenida principal del municipio.

De esta forma de un total de 80 talleres artesanales aproximadamente, con características similares en el municipio de Paracho Michoacán, los cuales elaboran parcialmente el producto, se tomaron solo 33 igual al universo de estudio, estos talleres a los cuales se aplicó el instrumento de medición, son en los que se termina el producto y así mismo son puntos de venta (tiendas o locales) que tienen una razón social que es la denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa o taller artesanal. Se trata de un nombre oficial y legal que aparece en la documentación que permitió constituir a la persona jurídica en cuestión. Así mismo la apariencia de los talleres es similar, miden aproximadamente de 4 a 5 metros de frente por 8 a 10 de fondo, cada uno con su mesa de trabajo, con sus herramientas y 2 laudereros realizando la elaboración de guitarras artesanales.

4.12 Medición

La definición clásica de medición fue sugerida hace más de 60 años por el psicólogo experimental S.S. Stevens (1951) como la “asignación de numerales a objetos o

sucesos siguiendo ciertas reglas”. Medición es la asignación de valores a resultados. Cualquier variable puede adoptar más de un valor y puede medirse y son estos valores los que interesa examinar como parte del proceso de medición. Un nivel de medición es la escala que representa una jerarquía de precisión dentro de la cual una variable podría evaluarse (Salkind, 1999).

4.13 Escalas

El científico debe describir apropiadamente y sin ambigüedades lo que observa y comunicarlo explícitamente. Una manera de lograrlo es empleando medidas. La medición puede ser considerada como un método refinado de la objetividad. Al medir, un fenómeno o un individuo son colocados en alguna categoría o en algún punto a lo largo de un continuo; es decir, dentro de una escala cuyas diferencias se encuentran en el nivel de información aportado (Arias, 2007).

Una vez que se han definido la Operacionalización de variables (Tabla 1), el siguiente paso consiste en reunir los datos que nos servirán para cuantificarlo con el objeto de que puedan expresarse y analizarse matemáticamente (M.Weiers, 1986).

Así pues los niveles de medición son cuatro: Nominal o clasificatorio, Ordinal, Intervalo y Razón. Cada uno de estos niveles de medición representa un tipo diferente de regla de asignación de número o escala de medición.

4.14 Tipos de Escalas

A continuación se explican los diferentes tipos de escalas que se analizaron.

4.14.1 Escalas Nominales

En este caso, los números sencillamente sustituyen a los nombres. Se emplean porque pueden ser asignados *ad infinitum* y porque facilitan la manipulación y el procesamiento si se emplean sistemas manuales, mecánicos o electrónicos de registro. En las escalas nominales puede aplicarse la operación de conteo. Al hacerlo, se consideran, inmediatamente, dos o más categorías. En muchas investigaciones esta es una de las operaciones iniciales para evitar ideas vagas o impresiones generales. No importa la operación en sí misma, sino cuanto pueda servir para confirmar una hipótesis en grupos bien definidos. Para la prueba de hipótesis se emplea la estadística no- paramétrica (Arias, 2007).

La escala nominal es el tipo más primitivo de los cuatro y su debilidad matemática es tal que ni siquiera es una escala de medición en absoluto. En lo fundamental la escala consta de categorías que son colectivamente exhaustivas, cada individuo u objeto ha de permanecer a una de ellas y mutuamente excluyentes (Bonales & Sanchez, 2003).

4.14.2 Escalas Ordinales

Este tipo de escala se emplea cuando se fija una regla mediante la cual un objeto o un fenómeno determinado preceden a otro y éste a un tercero y así sucesivamente. En las escalas ordinales no pueden utilizarse las cuatro operaciones fundamentales (suma, resta, multiplicación y división) en cuanto a la magnitud del fenómeno. Para la prueba de hipótesis en esta escala se utiliza la estadística no paramétrica (Arias, 2007).

En el nivel ordinal de la medición se está en condiciones de distinguir entre diferentes categorías y de poder afirmar si una categoría posee mayor, menor o igual grado de atributo que se está midiendo (Bonales & Sanchez, 2003).

4.14.3 Escalas de Intervalo

Este tipo de escala también se denomina en algunas ocasiones, escalas de intervalos iguales, para hacer resaltar su característica primordial, consistente en la conjugación entre los números y los puntos que le son asignados en un continuo. Esto permite efectuar las cuatro operaciones (suma, resta, multiplicación y división) sin afectar las distancias relativas entre los puntos. Si se cuenta con escalas de este tipo deben emplearse métodos paramétricos para la prueba de hipótesis (Arias, 2007).

La escala de intervalo es un paso más potente que las dos anteriores, por la capacidad de precisar cuánto más y cuanto menos, se sirve de una unidad constante de medición que permite describir la distancia entre varias medidas, pero esa unidad es arbitraria y la escala de intervalo carece de punto de cero absoluto, en el cual, ninguna de las características que están siendo medidas se encuentra presente (Bonales & Sanchez, 2003).

4.14.4 Escalas de Razón

Estas escalas mantienen las características de las anteriores con la ventaja adicional de poseer un cero absoluto, localizado donde no existe el atributo en

estudio. De esta manera, si pueden establecerse proporciones entre los diversos puntos de la escala. Por tanto, pueden efectuarse las cuatro operaciones fundamentales, encontrando un paralelismo completo entre los valores de la escala y los valores del objeto o fenómeno. Estas escalas comprenden las características de todas las demás. La prueba de hipótesis con esta escala requiere el empleo de métodos paramétricos (Arias, 2007).

La escala de razón es la forma de medición que utiliza valores cero absoluto y que permite establecer diferencias entre cualquier par de objetos a un máximo de precisión (Bonales & Sanchez, 2003).

La medición de la actitud se puede realizar con diferentes escalas (Bonales & Sanchez, 2003):

- Escala de Stoufer.
- Escala Tipo Likert.
- Escala de Thurstone.
- Escalograma de Guttman.
- Método de Comparación por Pares.
- Escalas de Osgood.

Kerlinger nos dice que la *escala de Likert* es un conjunto de preguntas acerca de actitudes, que tienen todas ellas el mismo valor y en la cual los individuos pueden responder en forma gradual de “acuerdo o desacuerdo” (Kerlinger, 1984).

Para esta investigación se utilizó **la escala Tipo Likert** la cual es en estricto sentido, una medición ordinal, la cual consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos. Es decir, se presenta cada afirmación y se pide al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos de la escala y es detallada a continuación.

4.15 Escalas Tipo Likert

En la mayoría de las investigaciones, cuando se evalúan actitudes y opiniones, se suele utilizar la escala de Likert. Esta escala se difundió ampliamente por su rapidez y sencillez de aplicación, desde su desarrollo en 1932. Su aplicación ha tenido un crecimiento exponencial a lo largo de los años y en la actualidad, luego de 82 años, continúa siendo la escala preferida de casi todos los investigadores (Full Service Research Company, 2009).

La escala Tipo Likert es un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que se dispone en la investigación social para medir actitudes. Consiste en

un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos (Malave, 2007).

Es un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que se dispone en la investigación social para medir actitudes. Consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción de los sujetos. Es decir, se presenta cada afirmación y se pide al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos de escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así el sujeto obtiene una puntuación respecto a la afirmación y al final obtiene su puntuación total sumando las puntuaciones obtenidas en relación a todas las afirmaciones (Hernández, 2002).

Desde el punto de vista aritmético, la escala tipo Likert es una escala sumatoria, ya que la puntuación o la medida de cada persona en la actitud de que se trate, se obtiene mediante la suma de sus respuestas a diversas preguntas que actúan como estímulos (Briones, 2003).

La ventaja de utilizar la escala tipo Likert se refleja en la variabilidad de las puntuaciones que resulten de la escala. Cualquier dimensión incluida en el cuestionario se le permite al encuestado a expresar su nivel de opinión respecto a lo cuestionado, además, todo parece indicar que la confiabilidad se equilibra después de cinco rangos de la escala, lo que significa que hay una utilidad progresiva mínima cuando se usan más de cinco puntos en la escala. Además el uso de la escala tipo Likert permite determinar el porcentaje de respuestas positivas y negativas para un elemento dado.

Este es un tipo de escala que mide actitudes, es decir, que se emplea para medir el grado en que se da una actitud o disposición de los encuestados sujetos o individuos en los contextos sociales particulares. El objetivo es agrupar numéricamente los datos que se expresen en forma verbal, para poder luego operar con ellos, como si se tratará de datos cuantitativos para poder analizarlos correctamente (Malave, 2007).

Pasos a seguir para crear una escala tipo Likert (Salkind, 1999).

1. Se escriben afirmaciones que expresan una opinión o un sentimiento acerca de un suceso, objeto o persona.
2. Se seleccionan reactivos que tienen valores positivos y negativos claros (a juicio de quien está creando la escala).
3. Se alistan las afirmaciones, y a la derecha de cada una se deja un espacio para que el encuestado indique el grado en que está de acuerdo o en desacuerdo.

Dentro de los aspectos constitutivos de la escala tipo Likert, es importante resaltar las alternativas o puntos, que corresponden a las opciones de respuesta de acuerdo al instrumento seleccionado. A continuación las alternativas y valores más usados en las respuestas del cuestionario aplicado a los talleres artesanales:

TABLA 7		
Ejemplos de Posibles Respuestas al Cuestionario		
Alternativa A	Alternativa B	Alternativa C
5 Muy de acuerdo	5 Siempre	5 Definitivamente si
4 De acuerdo	4 Casi siempre	4 Probablemente si
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3 A veces	3 Indeciso
2 Poco de acuerdo	2 Casi nunca	2 Probablemente no
1 Nada de acuerdo	1 Nunca	1 Definitivamente no
Fuente: Elaboración propia con base a respuestas de cuestionario aplicado.		

Puntaje: Los puntajes son los valores que se les asignan a los indicadores constitutivos como opciones de respuesta. Para obtener las puntuaciones en la escala de Likert, se suman los valores obtenidos respecto de cada fase. El puntaje mínimo resulta de la multiplicación del número de ítems por 1. Una puntuación se considera alta o baja respecto al puntaje total, este último dado por el número de ítems o afirmaciones multiplicado por 5.

4.16 Aplicación de la Escala Tipo Likert y la forma de obtener las puntuaciones en esta investigación

La manera de obtener las puntuaciones en la escala utilizada (escala Tipo Likert) fue sumando los valores de cada pregunta y con apoyo de un escalograma diseñado se analizaron los resultados.

Se utilizaron básicamente dos formas de aplicar la escala Tipo Likert, en la primera se le entregó el cuestionario al laudero para que él lo respondiera, creando el mimo su opinión respecto a cada pregunta. Respecto a la segunda forma, se entrevistó al laudero para responder el cuestionario, al cual se le leyó cada pregunta y las alternativas de respuesta, anotando lo que el laudero respondió.

De las dos formas aplicadas, cabe mencionar que la primer forma funcionó mejor en un 80% de los cuestionarios aplicados, el otro 20% se le entrevistó por la falta de confianza al cuestionario.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS E

INTERPRETACIÓN DE

RESULTADOS

En este capítulo se presenta el análisis y se darán a conocer los resultados obtenidos en el mismo las variables de estudio y de escalonamiento multidimensional, de esta manera se interpretan dichos resultados de las pruebas de estadísticas descriptivas principalmente llevados a cabo para determinar la competitividad de la guitarra artesanal del municipio de Paracho Michoacán en EUA.

5.1 Resultados de la Competitividad de la guitarra artesanal del municipio de Paracho Michoacán en EUA

Los principales resultados obtenidos al aplicar el cuestionario de 19 preguntas como lo muestra la tabla 8 a los 33 talleres artesanales con respecto a la competitividad fueron: los talleres estudiados presentaron buena competitividad.

La aplicación del cuestionario dio resultados que se cuantificaron en la matriz de datos (ver anexo 2) y los cuales a continuación se analizaran e interpretaran. Primeramente se analizara la Competitividad con los resultados globales, para después hacerlo con cada una de las variables en el orden siguiente: Productividad, Precio y finalmente Calidad.

La información que se obtuvo y que proviene de los cuestionarios aplicados tiene como origen la opinión de las personas en este caso los lauderos de Paracho Michoacán a los que se les entrevisto en los talleres artesanales y que, en su mayoría, fueron los propios lauderos de los talleres artesanales quienes contestaron las preguntas realizadas.

Por este motivo los resultados sobre la competitividad son reales, ya que la investigación permitió una aproximación directa con los lauderos del municipio de Paracho Michoacán.

TABLA 8		
Preguntas aplicadas a cada una de las Variables Independientes de la Investigación		
Variable	Indicador	Numero de Pregunta
Productividad	Canales de Distribución	1
Productividad	Estrategias de Ventas	2
Productividad	Estrategias de Comercialización	3
Productividad	Maquinaria y Equipo	4
Productividad	Insumos/Productos	5
Productividad	Exportación	6
Precio	Competencia	7
Precio	Estrategias de Precios	8
Precio	Supervisión	9
Precio	Integración del Precio	10
Precio	Rentabilidad	11
Precio	Competencia	12
Precio	Insumos	13
Calidad	Clientes	14
Calidad	Certificaciones ISO	15
Calidad	Materia Prima	16
Calidad	Productos	17
Calidad	Clientes	18
Calidad	Estándares	19
Total de preguntas		19
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo		

5.1.1 Procesamiento de la Variable Dependiente Competitividad

Con la escala Tipo Likert que se aplicó en la investigación se logró con base en los resultados arrojados de la matriz de datos (anexo 2) y talleres artesanales a los que se les aplico el cuestionario (anexo 1) quedando como sigue:

TABLA 9	
Medidas de Tendencia Central de la Competitividad	
N	33
Media	72.58
Mediana	73
Moda	70
Desv. típ.	6.824
Varianza	46.564
Valor Mínimo	53
Valor Máximo	87
Suma	2395
Fuente: Información obtenida en la investigación de campo.	

La tabla 9 muestra los valores obtenidos de medidas de tendencia central, la media es de 72.58 y muy cercano a este valor es el de la mediana que tuvo un valor de 73 que se encuentra ubicado también en el cuadro regularmente competitivo, la moda por su parte obtuvo el valor de 70 casi igual a la mediana. La medida de dispersión “desviación estándar” indica cuanto se encuentran alejados los valores respecto a la media; en este caso es de 6.824. La distancia queda de la siguiente manera: a partir de la media hacia ambos lados: $(72.58+6.824)$ y $(72.58-6.824)$ quedando los resultados entre 79.404 y 65.756.

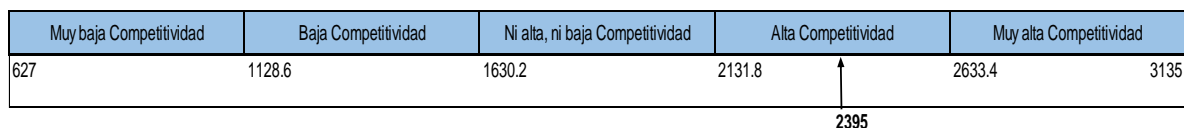
La distribución de frecuencias que se obtuvo de la competitividad fue:

TABLA 10			
Frecuencia de la Variable Competitividad			
Puntos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
53	1	3.03	3.03
59	1	3.03	6.06
64	1	3.03	9.09
65	1	3.03	12.12
66	1	3.03	15.15
67	1	3.03	18.18
68	1	3.03	21.21
69	2	6.06	27.27
70	4	12.12	39.39
72	3	9.09	48.48
73	1	3.03	51.52
74	2	6.06	57.58
75	4	12.12	69.70
76	2	6.06	75.76
78	2	6.06	81.82
80	3	9.09	90.91
81	1	3.03	93.94
82	1	3.03	96.97
87	1	3.03	100.00
Total	33	100.0	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo.			

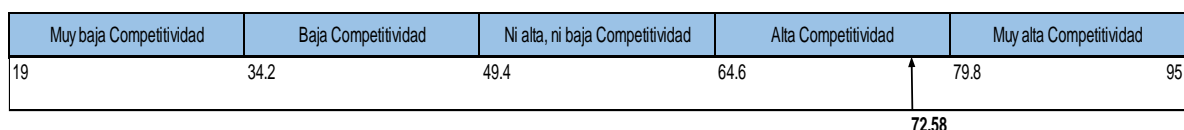
Por otro lado se observa en la tabla 10 que en la distribución de frecuencias el valor mínimo de respuesta fue de 53 y el máximo de 87, teniendo una distancia entre ambas de 34 puntos; los valores que quedaron por debajo de la media, representan el 45.45% de un total de 13 talleres debajo de la media. El resto de los resultados es decir, el 60.61% se encuentra de la media hacia arriba, ubicándose en el cuadro competitivo. Por tal motivo el resultado global del sector artesanal de los talleres artesanales de Paracho Michoacán en EUA es considerado competitivo.

Continuando con el análisis, se recurre nuevamente a la matriz de datos (ver anexo) en donde se observa que los 33 lauderos con taller artesanal que respondieron el cuestionario acumularon un total de 2395 puntos de un máximo de 3135 lo que representa el 76.40%.

Por lo que se puede ubicar a la guitarra artesanal del municipio de Paracho con una Competitividad alta, y calificar a la misma con una Competitividad aceptable.



El promedio del puntaje fue de 72.58 y se ubica a la guitarra artesanal dentro del rango 64.6 y 79.8 puntos, por lo que se puede ubicar esta artesanía con una competitividad alta, competitividad aceptable.



Sin embargo, el 75.76% de los talleres artesanales tiene una alta competitividad con un total de 25 talleres que forman este porcentaje y nos revela que más de la mitad de los talleres artesanales tienen una competitividad favorable, cabe destacar que el 6.06% que corresponde a 2 talleres artesanales que es el caso de Rom-Her Guillermo Romero Hernández y Rubio Hermanos los cuales muestran ni alta ni baja competitividad y esto es debido a que mucho de su tiempo laborable permanecen cerrados, solo teniendo venta en fechas especiales además cabe destacar que solo participan en los festivales anuales de guitarra artesanal que se realizan en Paracho.

La otra parte de los talleres artesanales 18.18% se encuentra dentro del nivel más aceptable de competitividad, un total de 6 talleres que se encuentran en el nivel de muy alta competitividad, de los cuales los talleres con el mayor puntaje de competitividad son: Casa Velázquez " Curiosidades y Artesanías de Madera con 87 puntos, Guipar Fernando González con 82 puntos y Guitarras J. Jesús Díaz R con 81 puntos.

Es conveniente tener en cuenta que la mayor parte de los talleres artesanales siguen en operación y la mayoría ha superado las diferentes crisis económicas, sociales y culturales de la región en los últimos años, cabe resaltar que las ferias anuales son las fechas en las que se obtiene una mayor venta por parte de los talleres artesanales.

5.1.2 Procesamiento de las Variables Independientes: Productividad, Precio y Calidad

Al aplicar el cuestionario al objeto de estudio (lauderos de Paracho) se tiene el siguiente análisis estadístico:

TABLA 11				
Medidas de Tendencia Central de las Variables				
	Competitividad	Productividad	Precio	Calidad
N	33	33	33	33
Media	72.58	20.15	25.67	26.76
Mediana	73	21	26	27
Moda	70	21	26	27
Desv. típ.	6.824	3.801	3.169	2.222
Varianza	46.564	14.445	10.042	4.939
Mínimo	53	12	18	21
Máximo	87	26	35	30
Suma	2395	665	847	883

Fuente: Información obtenida en la investigación de campo.

Para la variable Productividad, en la tabla 11 se muestran los resultados estadísticos descriptivos. Esta variable muestra una media con un valor de 20.15, una mediana de 21 y un valor idéntico de la moda con un valor de 21. Con relación a esta variable. La desviación estándar es de 3.801, que es la puntuación que se aleja del valor de la media hacia ambos lados: $(20.15+3.801)$ y $(20.15-3.801)$ quedando entre los valores 23.951 y 16.349.

La distribución de frecuencias que presento la variable Productividad al aplicar el cuestionario a los 33 talleres artesanales fue:

TABLA 12			
Frecuencia de la Variable Productividad			
Puntos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
12	2	6.06	6.06
14	1	3.03	9.09
15	2	6.06	15.15
16	1	3.03	18.18
17	2	6.06	24.24
18	1	3.03	27.27
19	3	9.09	36.36
20	3	9.09	45.45
21	6	18.18	63.64
22	2	6.06	69.70
23	5	15.15	84.85
24	1	3.03	87.88
25	1	3.03	90.91
26	3	9.09	100.00
Total	33	100.0	

Fuente: Información obtenida de la investigación de campo.

En la tabla 12 se observa que el 45.45% de las respuestas se encuentra por debajo de la media que es de 20.15 y el resto de los resultados representan el 54.54% que nos indican que están arriba de la media y lo ubican en un cuadro competitivo. Por otra parte se observa que en la distribución de frecuencias el valor mínimo de respuesta fue de 12 y el máximo de 26, teniendo una distancia entre ambas de 12 puntos.

La relación entre la competitividad y la productividad es considerada un punto importante ya que sin una buena productividad no tendremos la competitividad esperada ya que la productividad es un factor determinante de la competitividad internacional de cualquier país y debe entenderse como el mejoramiento de la capacidad productiva, y del entorno general.

Para conocer cómo ha afectado la productividad a la competitividad de los talleres artesanales de la guitarra de Paracho Michoacán en EUA, en el cuestionario aplicado se incluyeron 6 preguntas relacionadas a la productividad, cada pregunta con un valor máximo de 5 puntos, alcanzando un valor alto de 30 y un mínimo de 5 puntos, así mismo, se recurre a variables de los datos (ver anexo) en donde se observa que los 33 lauderos que respondieron el cuestionario acumularon un total de 665 puntos de un máximo de 990 lo que representa el 67.17%.

Por lo que se puede ubicar a la guitarra artesanal del municipio de Paracho con una ni alta ni baja productividad, y calificar a la misma con una productividad más o menos aceptable.

Muy baja Productividad	Baja Productividad	Ni alta, ni baja Productividad	Alta Productividad	Muy alta Productividad
198	356.4	514.8	673.2	831.6
665				

El promedio del puntaje fue de 20.15 y se ubica a la guitarra artesanal dentro del rango 15.6 y 20.4 puntos, por lo que se puede ubicar esta artesanía con ni alta, ni baja productividad.

Muy baja Productividad	Baja Productividad	Ni alta, ni baja Productividad	Alta Productividad	Muy alta Productividad
6	10.8	15.6	20.4	25.2
20.15				

El 45.45 % de los talleres artesanales tiene una alta productividad con un total de 15 talleres que forman este porcentaje y nos revela que poco menos de la mitad de los talleres artesanales tienen una productividad favorable, el 9.09% que corresponde a 3 talleres artesanales que es el caso de los cuales muestran una alta productividad, es el caso de Guipar Fernando González, Guitarras Víctor y Jesús H. Fuerte que son los talleres con más ventas en el año.

La otra parte de los talleres artesanales 45.45% se encuentra dentro del nivel baja productividad, un total de 15 talleres artesanales.

Con respecto a la productividad, la distribución de frecuencias que proyectaron los 33 talleres artesanales al aplicarles las primeras seis preguntas del cuestionario, se encuentran en el anexo 5

El precio al igual que la calidad y la productividad son factores que influyen de manera significativa en la competitividad de la guitarra artesanal de Paracho Michoacán, ya que con una buena calidad en el producto el precio debe ser mayor y este reflejara el valor verdadero del mismo.

En el caso de esta variable, la tabla 11 muestra los resultados estadísticos descriptivos. Esta variable muestra una media con un valor de 25.67 donde el valor mínimo es de 18 y el máximo de 35. La mediana obtuvo un valor de 26 y la moda de 26 puntos igualmente. La desviación estándar es de 3.169 lo que representas la dispersión de los valores de la media aritmética; el rango está ubicado entre 28.84 y 22.50 ($25.67+3.169$) y ($25.67-3.169$).

Para conocer la opinión de la situación en que se encuentra la variable precio, en el cuestionario se plantearon las preguntas relativas a competencia, estrategias de precios, supervisión, integración del precio etc. En el cuestionario aplicado se

incluyeron 7 preguntas relacionadas al precio, cada pregunta con un valor máximo de 5 puntos, alcanzando un valor alto de 35 y un mínimo de 5 puntos, así mismo, se recurre a variables de los datos (ver anexo) en donde se observa que los 33 lauderos que respondieron el cuestionario acumularon un total de 847 puntos de un máximo de 1155 lo que representa el 73.33%. Por lo que se puede ubicar a la guitarra artesanal del municipio de Paracho con alto precio, y calificar a la misma con un precio aceptable.

Muy bajo Precio	Bajo Precio	Ni alto, ni bajo Precio	Alto Precio	Muy alto Precio
231	415.8	600.6	785.4	970.2
847				

El promedio del puntaje fue de 25.67 y se ubica a la guitarra artesanal dentro del rango 23.80 y 29.40 puntos, por lo que se puede ubicar esta artesanía con un alto precio, precio aceptable en el extranjero por tratarse de un producto totalmente hecho a mano.

Muy bajo Precio	Bajo Precio	Ni alto, ni bajo Precio	Alto Precio	Muy alto Precio
7	12.6	18.2	23.8	29.4
25.67				

Con relación a la variable Precio la distribución de frecuencias que se presentó al aplicar el cuestionario a los 33 talleres artesanales fue:

TABLA 13			
Frecuencia de la Variable Precio			
Puntos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
18	1	3.03	3.03
21	1	3.03	6.06
22	3	9.09	15.15
23	4	12.12	27.27
24	1	3.03	30.30
25	5	15.15	45.45
26	6	18.18	63.64
27	3	9.09	72.73
28	4	12.12	84.85
29	3	9.09	93.94
30	1	3.03	96.97
35	1	3.03	100.00
Total	33	100.00	

Fuente: Información obtenida de la investigación de campo.

Sin embargo la tabla 13 muestra que el 66.67 % de los talleres artesanales tiene un alto precio con un total de 22 talleres que forman este porcentaje están por encima de la media y nos revela que mucho más de la mitad de los talleres artesanales manejan un precio favorable en el extranjero, cabe destacar que el 27.27% que corresponde a 9 talleres artesanales que muestran ni alto ni bajo precio y esto es debido a que parte de sus guitarras son más comercializadas en territorio nacional y muy pocas en el extranjero, donde EUA es el país a donde se comercializan más los talleres artesanales. Por su parte el 30.30% es el porcentaje de los 10 talleres que están por debajo de la media mientras que el 69.70% que representa 23 talleres se encuentra por encima de la media.

La otra parte de los talleres artesanales 6.06% se encuentra dentro del nivel más aceptable de la variable precio, un total de solo 2 talleres que se encuentran en el nivel de alto precio, estos talleres son: Casa Velázquez " Curiosidades y Artesanías de Madera y Guitarras R. Amezcua con 35 y 30 puntos respectivamente.

Con respecto al precio, la distribución de frecuencias que proyectaron los 33 talleres artesanales al aplicarles las siguientes siete preguntas del cuestionario las encontramos en el anexo 6.

La calidad sin duda es la variable más significativa en esta investigación ya que se observa que los 33 talleres que respondieron el cuestionario acumularon un total de 883 puntos de un máximo de 990 lo que representa el 89.19%. Por lo que se puede ubicar a la guitarra artesanal del municipio de Paracho con una muy alta calidad, y calificar a la misma con una calidad bastante aceptable para esta investigación.

En el caso de esta variable, la tabla 11 muestra los resultados estadísticos descriptivos donde el valor máximo es de 30 y el mínimo de 21. Esta variables muestra una media de 26.76, una mediana casi similar de 27 y una moda idéntica de 27 puntos.

Para conocer la opinión de la situación en que se encuentra la variable calidad, en el cuestionario se plantearon las preguntas relativas a controles de calidad, buena calidad, clientes, normas ISO, incluyéndose en el cuestionario aplicado 6 preguntas finales relacionadas la calidad, cada pregunta con un valor máximo de 5 puntos, alcanzando un valor alto de 30 y un mínimo de 5 puntos, así mismo, se recurre a variables de los datos (ver anexo 3).

Muy baja Calidad	Baja Calidad	Ni alta, ni baja Calidad	Alta Calidad	Muy alta Calidad
198	356.4	514.8	673.2	831.6
883				

El promedio del puntaje fue de 26.76 y se ubica a la guitarra artesanal dentro del rango 25.20 y 30 puntos, por lo que se puede ubicar esta artesanía con una muy alta calidad, calidad aceptable en el extranjero como localmente por tratarse de un producto totalmente hecho a mano.

Muy baja Calidad	Baja Calidad	Ni alta, ni baja Calidad	Alta Calidad	Muy alta Calidad
6	10.8	15.6	20.4	25.2
				26.76
30				

Finalmente la distribución de frecuencias que presento la variable Calidad al aplicar el cuestionario a los 33 talleres artesanales fue:

TABLA 14			
Frecuencia de la Variable Calidad			
Puntos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
21	2	6.06	6.06
23	2	6.06	12.12
25	3	9.09	21.21
26	3	9.09	30.30
27	10	30.30	60.61
28	7	21.21	81.82
29	4	12.12	93.94
30	2	6.06	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo.			

La tabla 14 muestra que la distribución de las respuestas está establecida de la siguiente manera: el 30.30% de los talleres se encuentra ubicados por debajo de la media que es de 26.76 y el 69.70% por encima de la misma, lo que representa 10 y 20 talleres artesanales respectivamente.

La desviación estándar es de 2.222 lo que representas la dispersión de los valores de la media aritmética; el rango está ubicado entre 28.982 y 24.538 (26.76+2.222) y (26.76-2.22) respectivamente.

Finalmente, el 78.79 % de los talleres artesanales tiene una muy alta calidad con un total de 26 talleres que forman este porcentaje y nos revela que la mayoría de los talleres artesanales tienen una muy alta calidad favorable a los talleres de la guitarra artesanal, la otra parte de los talleres artesanales 21.21% se encuentra dentro del nivel más aceptable de calidad, un total de 7 talleres que se encuentran en el nivel de alta calidad. Son 26 los talleres que nos muestran una muy alta calidad en las

guitarras, siendo esta la variable más representativa en la competitividad de los talleres artesanales de la guitarra de Paracho en EUA.

Con respecto a la calidad, la distribución de frecuencias que proyectaron los 33 talleres artesanales al aplicarles las últimas seis preguntas del cuestionario se encuentran en el anexo 7.

5.2 Resultados adicionales de los talleres artesanales

Por otro lado como parte de los resultados es importante anexar lo siguiente: del total de 33 talleres artesanales el 51.52% de los dueños tienen una educación básica (primaria y secundaria), el 27.27% tiene una educación media superior (nivel técnico y preparatoria) y el 21.21% una educación superior (licenciatura).

Los talleres artesanales con más años de servicio en la elaboración, venta nacional y exportación de guitarras son: El Rincón del Mariachi con 90 años, Rubio-Hermanos con 70 años, La Casa de las Guitarras con 65 años. Por otra parte los talleres con menos años de servicio son: Guitarras Los Pinos con 8 años, Guitarras de Paracho con 10 y Guipar Fernando González con 13 años.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

Finalmente en este capítulo se presentan las conclusiones derivadas del análisis de los cuestionarios aplicados a los lauderos de Paracho Michoacán, así mismo las recomendaciones para futuras investigaciones.

6.1 Conclusiones

La actividad artesanal en cualquier lugar donde se realice cuenta con un alto valor agregado, ya que es generador de empleos directos y refleja la cultura de los antepasados del mismo artesano, permitiéndole su desarrollo cultural y económico en su entorno. En la actualidad encontramos en el mercado artesanías michoacanas basadas en tradiciones antiguas con mucha calidad y un precio bastante competitivo elaboradas con el talento y entusiasmo de nuestros pueblos artesanos y que nos permiten ayudar a abrir mercado a nivel nacional e internacional. Ya que estas piezas significativas pueden ocupar un lugar en cada parte de una casa, hoteles, restaurantes o simplemente en la decoración de una empresa.

Las conclusiones que se obtuvieron al desarrollar esta investigación de la competitividad en EUA del sector artesanal de Michoacán el caso de los talleres artesanales de guitarra de Paracho Michoacán son las siguientes:

Una parte muy importante de los artesanos en México son indígenas. La herencia cultural que se ha salvado a través de sus trabajos artesanales ha sido y es un referente de nuestro país a nivel internacional, y en el contexto nacional, las artesanías son y han sido símbolo de la identidad mexicana. No obstante, la gran mayoría de los autores de estas obras siguen viviendo en condiciones de pobreza, situación que no refleja el reconocimiento que se hace de ellos.

El presente proyecto de investigación se enfocó en la medición de la competitividad de los talleres artesanales de guitarra del municipio de Paracho Michoacán en EUA

para la obtención de resultados fue utilizado solo un método, el cuestionario de 19 preguntas aplicado a 33 lauderos del municipio. Los talleres artesanales de Paracho Michoacán son competitivos, debido a que las variables productividad, precio y calidad así lo demostraron en los resultados de los cuestionarios aplicados sin embargo existen necesidades sin cubrir por parte del sector artesanal que afectan el desarrollo de los lauderos y estas son: falta de apoyo en el mejoramiento de los procesos productivos, no cuentan con financiamientos, falta de capacitación y asistencia técnica en áreas de Administración, producción y mercadeo.

La investigación demuestra que si se cumple con la hipótesis formulada ya que con la aplicación de los cuestionarios a los lauderos del municipio de Paracho se obtuvo una competitividad alta, una productividad ni alta ni baja, un precio alto y una calidad muy alta esto demostrado en los escalogramas mostrados en el capítulo anterior, sin embargo existen alternativas para llevar esta artesanía a un nivel más alto de competitividad y alcanzar más mercados internacionales.

Muy pocos de los artesanos creen que al crear una asociación es un cambio para organizarse, aumentar las ventas, cubrir nuevos mercados y mejorar la calidad, por lo que consideran que es una buena estrategia para lograr una mayor productividad y competitividad y la guitarra tenga el impacto que ellos esperan en los mercados internacionales.

La producción de los artesanos es la necesaria para cubrir el mercado interno, debido a que la mayoría venden sus productos en el país, de éstos un pequeño porcentaje han exportado las guitarras artesanales, a países como: Alemania, España, Brasil, Argentina y EUA que es su mercado potencial sin embargo desconocen el proceso que deben seguir para realizar exportaciones, así como tampoco conocen los impuestos que se deben pagar para tal efecto ya que la mayoría de las veces es el artista quien contacta al laudero vía telefónica para la elaboración de la guitarra y él es el mismo que llega a Paracho por el producto terminado.

La mayoría de los artesanos saben leer y escribir, pero se les dificulta acceder a los servicios de capacitación y asistencia técnica, por lo tanto siguen sumergidos en sus técnicas ancestrales que no les han permitido dar ese paso hacia más mercados internacionales, ya sea diferenciando el producto o buscando técnicas que les permitan tener una mayor productividad. Los lauderos no innovan constantemente, lo que no les permite ser más competitivos en el mercado nacional e internacional, según lo manifiesta la mayoría no están a la vanguardia con nuevos productos debido a que venden lo tradicional. Actualmente son contados los lauderos que diferencian sus guitarras de las tradicionales incorporándoles nuevas formas y acabados especiales.

Por otro lado, la falta de infraestructura en la mayoría de las localidades donde habitan los artesanos dificulta las posibilidades de adquirir materias primas y comercializar sus productos. El hecho de que muchos de los artesanos vivan en zonas marginadas que no disponen de servicios como salud y educación, los coloca en una situación vulnerable que influye constantemente en la manera en que disponen de los escasos recursos que poseen, lo que origina una pérdida de su patrimonio, integrado de sus propiedades y de los recursos naturales disponibles. Actualmente en el municipio de Paracho Michoacán existen locales donde se venden todo tipo de accesorios para el terminado de las guitarras artesanales, sin embargo para la compra de maderas finas los lauderos recurren a la madera importada.

Cabe mencionar que a pesar de la situación que vive la población indígena de Paracho Michoacán en el ámbito social, la producción del sector ha traspasado las fronteras mexicanas, ya que muchos de los talleres artesanales se han desarrollado de forma satisfactoria, y se encuentran preparados para realizar actividades internacionales como la exportación a países como EUA, Canadá y algunos países miembros de la comunidad europea.

El sector artesanal de Paracho se enfrenta a un mundo en el que la globalización se está abriendo camino a pasos gigantescos y donde la competitividad es cada día mayor. Para hacer frente a este mundo cambiante en el que solo sobreviven los más fuertes, los lauderos saben que deben aprovechar sus fuerzas y eliminar sus debilidades. La identificación y evaluación de las fortalezas en las áreas funcionales de cada taller artesanal es una actividad estratégica básica.

En cuanto a la variable dependiente competitividad se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Los talleres artesanales de Paracho Michoacán que exportan guitarras a EUA cuentan con una alta competitividad con un 75.76 % de los talleres, y esto debido a que las variables independientes así lo demostraron en los resultados obtenidos.

Los artesanos más antiguos elaboran artesanías más tradicionales y menos competitivas, sin embargo en Paracho Michoacán hay del total de 33 talleres artesanales el 51.52% de los dueños tienen una educación básica (primaria y secundaria), el 27.27% tiene una educación media superior (nivel técnico y preparatoria) y el 21.21% una educación superior (licenciatura) son talleres que han avanzado gracias a la visión que se ha transmitido a los hijos, y son ellos los que han invertido para que los talleres sean más competitivos.

Los talleres con una mayor competitividad de acuerdo a los resultados obtenidos son los siguientes: Casa Velázquez " Curiosidades y Artesanías de Madera con 87

puntos, Guipar Fernando González con 82 puntos y Guitarras J. Jesús Díaz R con 81 puntos, cabe destacar que estos talleres son los principales exportadores a EUA. Por otra parte los talleres con menos competitividad son los siguientes: Rom-Her Guillermo Romero Hernández y Rubio Hermanos los cuales muestran ni alta ni baja competitividad, el primero solo tiene 37 años trabajando y el segundo cuenta con 70 años pero la mayor parte de su tiempo se mantiene cerrado.

Para las variables independientes se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Respecto a la variable productividad, los resultados obtenidos al aplicar los cuestionarios a los lauderos del municipio de Paracho Michoacán fue ni alta ni baja productividad, la mediana que se obtuvo fue de 21 puntos, una media de 20.15 puntos casi similar a la mediana, lo que indica que ambas son similares demostrando ni alta ni baja productividad.

Los talleres con mayor productividad de acuerdo a los resultados obtenidos son los siguientes: Guipar Fernando González, Guitarras J. Jesús Díaz R, Jesús H. Fuerte, por otra parte los talleres con menor productividad son: Guitarras Martínez y Rubio-Hermanos.

La productividad de artesanías no puede ser despojada de su cultura, porque es ahí donde radica gran parte de su existencia y de su razón de ser, sin embargo, es preciso explorar y evaluar posibilidades que permitan hacer más rentable esta actividad.

La idea de intervenir en esta habilidad cotidiana correspondiera ser con la intención no sólo de contribuir a que se mejoren las condiciones de vida de los artesanos por medio de nuevos instrumentos de producción, organización y comercialización, sino de fomentar la revaloración del trabajo artesanal entre la población indígena en general. Esto con la finalidad de que además de los discursos, se promuevan acciones que se traduzcan en mayores ingresos para los artesanos, que hasta el día de hoy portan y difunden con su trabajo una parte importante de la historia de México, Michoacán y sus municipios.

En cuanto a las variables precio y calidad se concluye que en ambas variables la mayoría de los talleres artesanales poseen un alto precio y una muy alta calidad, ambas con una mediana de 26 y 27 puntos respectivamente y una media de 25.67 y 26.76 respectivamente.

Sin embargo es importante resaltar los talleres con un alto precio son los siguientes: Casa Velázquez " Curiosidades y Artesanías de Madera y Guitarras R. Amezcua con 35 y 30 puntos respectivamente.

Por otra parte los talleres artesanales con una muy calidad alta son los siguientes: Guitarras Martínez e Instrumentos Paracho con 30 puntos ambos talleres.

En lo que respecta a precios, los lauderos han venido asentando el precio a sus productos, tomando en cuenta sus costos fijos y variables y los márgenes que ganan los intermediarios que muchos de ellos tienen, considerando el margen que deben ganar los distribuidores mayoristas y los minoristas. Actualmente muchos de los lauderos trabajan para una empresa de Guadalajara la cual exporta sus productos y les da una diferenciación importante.

Uno de los errores que se notaron en la presentación de las guitarras artesanales es que casi ninguna se vende con marca. En el caso de los lauderos, sólo le ponen su nombre o una etiqueta a los productos que van al exterior. La mayoría ofrece sus guitarras artesanales en cajas, los demás, sencillamente, no las emplean lo cual abarata más su precio.

Sin duda lo que más sobresale en las guitarras artesanales es su calidad, la variable independiente calidad es la que tuvo un mayor impacto en la investigación y esto debido a que es la parte más importante para los lauderos porque es la calidad lo que distingue sus productos en el extranjero y es lo que los coloca como artesanos prestigiados por muchos músicos reconocidos a nivel internacional.

La calidad de los insumos utilizados en la elaboración de guitarras artesanales es un factor determinante sobre la calidad del producto final. Pocos son los artesanos emplean insumos de baja calidad por no elevar sus costos. Esto en realidad no les permite alcanzar los niveles de calidad solicitados en los mercados internacionales pero solo son pocos talleres los que se encuentran en este problema.

Lo que hasta el momento no hace ningún laudero es incluir una hoja de leyenda, donde se incluyan instrucciones sobre la manera de conservar por más años la guitarra artesanal y, además, que incluya información histórica de la artesanía, que respalde el trabajo que se viene ofreciendo. Esta forma de presentar el producto permite darle un mayor valor agregado distinguiéndolo al mismo del resto de artesanías existentes en el mercado.

En cuanto al mercado de EUA se concluye que en los últimos años ha sido el mercado más favorable para los lauderos parachences, ya que la mayoría de ellos exportan sus guitarras a este país vecino. Sin embargo es importante mencionar que contrario a México, este país cuenta con escuelas prestigiosas de música y con escuelas de elaboración de guitarras y más instrumentos musicales.

6.2 Recomendaciones

Que el sector artesanal de Paracho Michoacán se apoye en instituciones como La Casa de las Artesanías, FONART, FONAES, ProMéxico quienes tienen como fin brindar apoyo integral al sector artesanal y contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

La incorporación de la mujer a estos procesos productivos, y vencer la existencia de costumbres sociales todavía muy arraigadas que constituye uno de los principales obstáculos con que se encuentra la mujer para poder desenvolverse profesionalmente.

Acercarse a instituciones de Capacitación y Asistencia Técnica para que capaciten al personal actual, de manera que sean calificados, con habilidades y destrezas artesanales, aprovechando los recursos al máximo y de esta manera los lauderos podrán incrementar la producción actual, ofertando más calidad de productos en el mercado internacional y obtener mayores ganancias.

Que los lauderos se actualicen constantemente con nuevos diseños o mejoras en sus guitarras, por medio de programas de asistencia técnica y capacitación

Que las instituciones que brindan capacitaciones y asistencia técnica utilicen métodos audiovisuales adecuadas al perfil de los artesanos, para su mayor comprensión y entendimiento ,pues aún hay lauderos que no saben leer ni escribir siendo esta una de las causas por la que se les dificulta acceder a esos servicios.

Que los lauderos hagan uso del procedimiento de exportación y exporten a más países y las exportaciones a EUA aumenten, ya que es allí donde existe una gran demanda de los productos artesanales.

Para los lauderos que deciden migrar hacia EUA, que sus objetivos sean poder formar un grupo de artesanos e iniciar talleres para la elaboración de guitarras, iniciar cursos, y así promover en este país vecino la elaboración de esta artesanía.

Para los talleres artesanales de Paracho es importante, establecer una estrategia definida para el proceso de elaboración de guitarras artesanales ya que es necesario que los lauderos comiencen por la comunicación de los objetivos y de las estrategias a los trabajadores que de cierta forma son responsables de su realización. De igual manera es recomendable iniciar la agrupación por parte de todos los lauderos para la elaboración de esta artesanía para continuar con la especialización de la misma.

Para la formación de estrategias comerciales es importante diseñar la estructura organizacional con una jerarquización clara y apropiada de un comité o de funciones, que le permita crear su propio plan de acción para la implementación de las estrategias.

Por otra parte se proponen de manera general las siguientes estrategias: definir e implementar políticas públicas a la exportación de guitarras artesanales, elaborar un perfil para el diseñador de artesanías, gestionar la creación de centro de elaboración y diseño de guitarras artesanales a nivel regional y nacional.

Para la variable dependiente competitividad se recomienda lo siguiente:

Es preciso que todos los talleres artesanales cuenten con información completa, exacta y oportuna de lo que sucede en el mercado tanto nacional como internacional, con un sistema de información que comunique los niveles de precios en artesanías similares o iguales, las tendencias, y los avances en el envío de guitarras a mercados internacionales principalmente EUA.

Crear talleres globales o empresas integradoras donde se realicen actividades por separado y se obtengan mayores niveles de producción y así poder colocar la artesanía en mejores y más mercados.

Durante mucho tiempo los artesanos de Paracho han empleado muy tímidamente algunos tipos de promoción personalmente, son pocos los artesanos que tiene una página web donde comprar sus productos, sin embargo lo que apoya mucho la competitividad de este tipo de artesanías son las ferias anuales de guitarras que se realizan en el municipio donde llegan artistas de talla internacional a adquirir estas famosas guitarras artesanales. Sin embargo recientemente, algunos de los lauderos que ya han tenido algún contacto con los mercados extranjeros se han dado cuenta que se hace necesario emplear con mayor intensidad esta estrategia de tener una página web o estar en alguna red social. Así, algunos de ellos ya vienen empleando catálogos donde presentan todos sus productos y los suelen enviar a las embajadas, principales clientes del extranjero, y organizaciones públicas.

Para las variables independientes: productividad, precio y calidad se recomienda lo siguiente:

Para estas variables se recomiendan estrategias de marketing para así convertir al artesano informal en un artesano profesional actualizándose constantemente con nuevos diseños o mejoras en sus productos, por medio de programas de asistencia técnica y capacitación.

Estudiar la influencia de factores externos que influyen en la productividad de los talleres y las estrategias competitivas para afrontar las consecuencias de los mercados globalizados.

A los lauderos de Paracho Michoacán se les recomienda la unión y formar grupos o talleres grandes para tener una mayor productividad en sus procesos. Así mismo atender las deficiencias que se tengan en sus procesos de producción y formar una organización que les permita competir con una misma marca y calidad que les permita abrir más mercados y recuperar los mercados perdidos.

Elaborar guitarras con una excelente calidad y darle a conocer a los clientes este hecho, difundiendo al máximo el valor cultural de esta artesanía, como un reconocimiento ante el trabajo de los indígenas.

Buscar clientes mayoristas no solo en Guadalajara sino en más estados donde se puedan colocar las guitarras artesanales con un mucho mayor precio y que este precio ayude a los lauderos a obtener un mejor nivel de vida y que ya no se opte por malbaratar el producto.

Aperturar nuevos canales de distribución como pequeños establecimientos en ferias internacionales donde las guitarras se ofrezcan a mejores precios y se demuestre la calidad de las mismas así el regateo dejara de ser una característica del atraso de esta artesanía michoacana de igual manera en las feria locales nacionales e internacionales realizar guitarras o llevar guitarras en un 50% o 70% de elaboración para demostrar que se elaboran con la mejor calidad y así atraer la mirada de mas clientes.

Se recomienda la implementación de un plan de calidad total para los talleres artesanales de Paracho Michoacán, considerando un adecuado seguimiento y el monitoreo en caso de la implantación de esta propuesta.

Finalmente es importante considerar que se sigan este tipo de investigaciones en este sector, ya que este sector no ha sido explotado lo suficientemente en mercados internacionales. Se podrían hacer estudios sobre exportación, innovación y tecnología, políticas públicas. De igual manera seria interesante realizar investigaciones no solo en el sector artesanal en la elaboración de guitarras artesanales en Michoacán, si no adentrarnos en localidades de otros estados donde también se realizan estas artesanías.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, C. C. (2010). Una Aproximación Teórica para la Agricultura: El Caso del Cultivo de Aguacate en Michoacán. Observatorio de la Economía Latinoamericana.

Álvarez, F. F. (2012). La estrategia de precios como ventaja competitiva.

Amezcuca, G. (1998). Paracho Guitarra y Embrujos. Paracho, 11.

Appleyard, y. F. (2003). Economía Internacional. México: McGraw-Hill.

Arias, F. G. (2007). Metodología de la Investigación. México D.F: Trillas.

Baeza, M., & Mertens, L. (27 de Febrero de 2014). La Norma ISO 9000 y la Competencia Laboral. Obtenido de http://basica.sep.gob.mx/dgdgie/cva/sitio/DocumentosIWA2/02_Documentos_de_trabajo/La_norma_ISO_9000_y_la_Compentencia_Laboral.pdf

Barajas, I. A. (Enero-Marzo de 1994). Competitividad industrial: algunas lecciones para México. Ciudades, 6, 14-19.

Battat, J. I. (1996). Suppliers to Multinationals: Linkage Programs to Strengthen Local Companies in Developing Countries. En Foreign Investment Advisory Service (pág. Occasional Paper No. 6). Washington, D.C.: The World Bank.

Bejarano, J. A. (1998). Elementos para un Enfoque de la Competitividad en el Sector Agropecuario. En J. A. Bejarano, Colección de Documentos IICA. Colombia: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Blanco, R. G. (2011). Diferentes Teorías del Comercio Internacional. Información Comercial Española, 117.

Blaug, M. (1985). Teoría Económica en Retrospección. México DF: FCE.

Boltho, A. (1996). The Assessment: International Competitiveness. Oxford Review of Economic Policy.

Bonales, J., & Sánchez, M. (2003). Competitividad Internacional de las Empresas Exportadoras de Aguacate. Morelia, Michoacán: UMSNH, ININEE.

Briones, G. (2002). Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales. México: Trillas.

Briones, G. (2003). Métodos y Técnicas de investigación para las ciencias sociales. México D.F: Trillas.

Bros, F. (14 de Mayo de 2014). Guitarras Francisco Bros. Obtenido de http://www.guitarrasbros.com/espanol/historiadela guitarra.php#.U3_gl_I5OBU

Cachanosky, J. C. (1994). Historia de las Teorías del Valor y del Precio. Revista Libertas 20, 100.

CAD, C. A. (2008). Club Planeta. Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de http://www.elclima.com.mx/ubicacion_y_caracteristicas_fisicas_de_michoacan.htm

Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán. (2 de Agosto de 2012). Marcas Colectivas. Recuperado el 21 de Septiembre de 2014, de <http://www.casart.michoacan.gob.mx/index.php/dependencia/38-marcolcat>

Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán. (2011). Casa de las artesanías. Recuperado el 14 de Enero de 2014, de www.casadelasartesanias.gob.mx

Cassoni, A. (1991). El mercado laboral en México: los años de crisis. México: UNAM.

CEPAL-ONUDI. (1989). Industrialización y Desarrollo. Santiago, Chile.

Chacholiades, M. (1992). Economía Internacional. México D.F: McGraw Hill.

Chesnais, F. (1981). The notion of internacional competitiveness. Paris: Mimeo, OCDE.

Consejo de Promoción Turística de México. (2011). Visitmexico.com. Recuperado el 11 de noviembre de 2013, de <http://www.visitmexico.com/es/destino-del-mes/michoacan-artesanias>

Consejo de Promoción Turística de México. (2012). Visitmexico.com. Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de <http://www.visitmexico.com/es/artesanias-mexicanas>

Czinkota, M., & Ronkainen, I. (1996). Marketing Internacional. México: Mc Graw Hill 4ta edición.

Díaz, J. H., & Zafra, G. (2005). Artesanas y Artesanos. México DF: Plaza y Valdés S.A de C.V.

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2013). Análisis del sector Artesanías 2013. Ecuador: Inteligencia Comercial e Inversiones.

Esser, K., Hillenbrand, & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política. Revista de la CEPAL, 39-52.

Eurostat. (Abril de 2011). European Commission. Recuperado el 30 de Septiembre de 2014, de http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Mexico-EU_-_basic_statistical_indicators/es

Evans, J. R., & lindsay, W. M. (2005). Administración y control de la calidad. México D.F: THOMSON.

Everet, A. (1994). Productividad y Calidad. México: Trillas.

Eyssautier, M. d. (2002). Metodología de la Investigación. Desarrollo de la inteligencia. México: ECAFSA THOMSON LEARNING.

Feingenbaum. (1990). Total Quality Control (Vol. Cuarta Edición). USA: Mc Graw Hill.

FONAES, F. N. (2012). Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, FONART. Recuperado el 10 de Octubre de 2014, de http://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DO/Marcas_colectivas_2012.pdf

FONART. (30 de Mayo de 2009). Fondo nacional para el fomento de las artesanías. (Fonart, Ed.) Recuperado el 15 de noviembre de 2014, de <http://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DO/mdma.pdf>

FONART, F. N. (15 de Octubre de 2014). FONART. Obtenido de <http://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DO/mdma.pdf>

Fontaine, E. (2000). Teoría de los Precios. Alfaomega.

Foro Económico Mundial EE.UU. (2013). World Economic Forum. Recuperado el 9 de Febrero de 2015, de <http://www.weforum.org/>

Full Service Research Company. (2009). Escala de Likert. antz.

Gallegos, A. (2010). México Desconocido. Recuperado el 7 de Mayo de 2014, de <http://www.mexicodesconocido.com.mx/artesantias-representativas-mexico.html>

Garay, L. J. (1996). Estructura industrial e internacionalización : El concepto de Competitividad. Colombia.

Giugni, P. E. (6 de Febrero de 2009). La calidad como filosofía de gestión. Obtenido de <http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp106/>

Gobierno del Estado de Michoacán. (10 de Julio de 2013). Visitmichoacan. Recuperado el 20 de Julio de 2013, de http://www.visitmichoacan.com.mx/descubre_Madera_15-62-87.aspx#ancla

Gobierno del Estado de Michoacán. (2012). Michoacán.gob. Recuperado el 26 de Julio de 2013, de <http://www.michoacan.gob.mx/index.php/temas/cultura-ocio-y-deporte/86-artesania/uruapan/525-guitarras-de-paracho>, recuperado

González, B. J. (2004). Medición de la gestión de la calidad total: una revisión de la literatura. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 91-109.

Gonzalez, F., & Flores, M. B. (2012). Teoría de Calidad y Competitividad Empresarial. Morelia Michoacán: Fegosa Ingeniería Administrativa SA de CV.

González, R. M. (20 de Mayo de 2014). Marketing en el Siglo XXI. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>

H. Ayuntamiento 2008-2011. (2011). Perfil del Municipio de Paracho, Michoacán, México. Paracho, Michoacán.

H. Ayuntamiento del Municipio de Pátzcuaro Michoacán. (2013). Pátzcuaro.com Portal turístico de Pátzcuaro, Michoacán, México. Recuperado el 7 de Septiembre de 2014, de <http://www.patzcuaro.com/artesania/>

Hernández, E. F. (2014). Los inquietos parachos. El diente de madera, 3.

Hernández, R. S. (2002). Metodología de la Investigación. Mexico D.F: Mc Graw-Hill.

IBNET, L. R. (4 de Febrero de 2005). The World Bank Energy and Water Department. Obtenido de http://www.ibnet.org/sp/texts.php?folder_id=69&mat_id=54&L=&S=&ss=

INEGI, I. N. (17 de octubre de 2013). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Obtenido de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/CuadrosEstadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=1047&e=16&c=29327>

INEGI, I. N. (2009). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 17 de Octubre de 2014, de <http://cuentame.inegi.org.mx/economia/default.aspx?tema=E>

INEGI, I. N. (2010). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx>

Instituto de Capacitación para el Trabajo en el Estado de Michoacán. (24 de Octubre de 2014). ICATMI. Obtenido de <http://yosoyicatmi.com/>

Instituto Mexicano para la Competitividad, A. (2012). ¿Que es Competitividad? – IMCO. Recuperado el 27 de octubre de 2013, de http://imco.org.mx/videos_es/que_es_competitividad_-_imco/

Ishikawa, K. (1997). ¿Qué es el control total de calidad? La modalidad japonesa. Colombia: GRUPO EDITORIAL NORMA.

Jenkins, R. (1998). Environmental Regulation and International Competitiveness: A Review of Literature and Some European Evidence. The United Nations University, Maastricht: Institute for New Technologies.

Kerin, R. A., & Berkowitz, E. N. (2003). Marketing. México: Mc Graw Hill.

Kerlinger, F. (1984). Enfoque conceptual de la Investigación del Comportamiento. México DF: MacGraw-Hill.

Kerlinger, F. (2005). Investigación del Comportamiento. Mexico D.F: Mc Graw Hill.

Krugman, P. (1991). "Myths and Realities of U.S. Competitiveness. Science.

Krugman, P., & Obstfeld, M. (1999). Economía Internacional: Teoría y Política. España: McGraw-Hill.

Lamb, Hair, & Daniel, M. (2006). Fundamentos de Marketing. México: Thomson.

Levy, S. (1986). Un Modelo Clásico de Comercio Internacional. Colegio de México.

M.Weiers, R. (1986). Investigación de Mercados. México D.F: Prentice Hall Interamericana.

Malave, N. (2007). Trabajo Modelo para Enfoques de Investigación . Maturín: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA EXPERIMENTAL DE PARIA . Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de <http://uptparia.edu.ve/documentos/F%C3%ADsico%20de%20Escala%20Likert.pdf>

Maxim, P. S. (2002). Métodos cuantitativos aplicados a las ciencias sociales. México: UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA.

Méndez, C. E. (2003). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Colombia: Mc Graw Hill.

Montaño, J. J. (2006). ISO 9001:2000. México DF: TRILLAS.

Montoya, J. D. (2013 de Febrero de 2013). Actividades Economicas de Estados Unidos. Recuperado el 31 de Enero de 2015, de

http://www.actividadeseconomicas.org/2013/02/actividades-economicas-de-estados-unidos.html#.VOPdpPmG_Ck

Musik, G., & Romo, D. (2004). Documentos de Trabajo en Estudios de Competitividad.

Navarro, J. C. (2011). Epistemología y Metodología. México D.F: Patria.

Nebrera, J. H. (mayo de 16 de 1999). Curso de Calidad por Internet CCI, Sevilla. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/128479672/Introduccion-a-La-Calidad>

Novelo, V. (1976). Artesanías y capitalismo en México. México, DF: Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Novelo, V. (1993). Las Artesanías en México. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Núñez Díaz Editor.

Ochoa, M. S. (2010). Informe de coyuntura económica N° 10 año 2012. Recuperado el 5 de noviembre de 2013, de <http://es.scribd.com/doc/112371009/Informe-de-coyuntura-economica-N%C2%B0-10-ano-2012>

Olvera, C. d., & Jimenez, S. V. (10 de Agosto de 2010). La madera de las guitarras de Paracho, Michoacán. Recuperado el 17 de octubre de 2013, de <http://parachopueblopurhepecha.blogspot.mx/2010/08/paracho-famoso-por-sus-guitarras.html>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, I. C. (24 de Octubre de 1997). Unesco.org. Recuperado el 14 de octubre de 2013, de http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=35418&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Oyarzun, J. (1990). Temas de organización económica internacional. Mexico DF: McGraw-Hill.

Pedraza, Navarro. (2006). La Productividad de la Industria Láctea en el Estado de Michoacán. Morelia: Morevallado.

Piña, C. (27 de Enero de 2014). Acerca de la Guitarra de Paracho. (L. Villicaña, Entrevistador)

Porter E, M. (1982). La ventaja Competitiva de las Naciones. México: Javier Vergara.

Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review.

Porter, M. (2003). Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index. New York: World Economic Forum, Oxford University Press.

Porter, M. (2007). Estrategia Competitiva. Los Conceptos Centrales. Recuperado el 11 de Noviembre de 2014, de http://www.fing.edu.uy/iimpi/academica/grado/adminop/Teorico/AO_7porter1.pdf

Porter, M. E. (1990). La Ventaja Competitiva de las Naciones. Buenos Aires, Argentina: Javier Vergara Editor S.A.

Porter, M. E. (1991). La Ventaja Competitiva de las Naciones. Barcelona: Plaza & Janes.

Porter, M. E. (1991). La Ventaja Competitiva de las Naciones. Buenos Aires: Javier Vergar.

Porter, M. E. (1997). Estrategia Competitiva, Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales. México D.F: CECSA 24 edición.

Porter, M. E. (2003). Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. México: Editorial Continental.

Prokopenko, J. (1991). La Gestión de la Productividad. México D.F: Mc Graw Hill.

ProMéxico. (25 de Julio de 2013). Pro México. Recuperado el 22 de Julio de 2013, de <http://www.promexico.gob.mx/productos-mexicanos/las-tradicionales-artesantias-mexicanas.html>

Ramírez, K. (23 de septiembre de 2012). Filosofía de la Calidad: Maestros de la Calidad. Obtenido de <http://maestrosdelacalidadrc100312.blogspot.mx/2012/09/maestros-de-la-calidad-armand.html>

Ricardo, D. (1985). Principios de Economía Política y Tributación. Madrid: Ayuso.

Rochin, B. (2007). La madera de las guitarras de Paracho, Michoacán. El diente de Madera, 2.

Rojas, P. (1999). Que es la competitividad. Recuperado el 9 de noviembre de 2013, de COMPETITIVIDAD DE LA AGRICULTURA: CADENAS AGROALIMENTARIAS Y EL IMPACTO DEL FACTOR LOCALIZACION ESPACIAL: <http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.iica.int%2FEsp%2Forganizacion%2F>

LTGC%2FDesRural%2FPublicaciones%2520Desarrollo%2520Rural%2FCUADER
NO%2520TECNICO%252009.pdf&ei=m7aSUtHcNY61qAH7sYGoCQ&

Roncancio, E. (1999). Artesanía. Pamplona Norte de Santander Colombia. Recuperado el 27 de octubre de 2013, de <https://www.google.com.mx/#q=enrico+roncancio+1999>

Roover, R. (1958). Concepto del Precio Justo. Teoría y Política Económica. Recuperado el 7 de Mayo de 2014, de www.institutoacton.com.ar/articulos/rroover/artroover2.pdf

Salkind, N. J. (1999). Métodos de Investigación. México D.F: PEARSON Prentice Hall.

Sánchez, M. C. (25 de Octubre de 2010). El arte de la laudería en la UV. Universo. El periodico de los Universitarios, págs. 10-11. Recuperado el 7 de Febrero de 2015, de <http://www.uv.mx/universo/418/central/central.html>

Scheel, M. C. (2000). Competencia en arenas globales: Un Enfoque Metodologico Para Lograr Alta Competitividad. México D.F: Trillas.

Serrano, A. G., & Rochin, B. G. (2004). Las guitarras de Paracho, Michoacán. México, D .F.: División de Ciencias Biológicas y de Salud.

Sierralta, M. (28 de Mayo de 2014). Guioteca. Qué quieres saber? Recuperado el 7 de Febrero de 2015, de <http://www.guioteca.com/manualidades-y-artesania/que-es-la-artesania-a-quien-llamar-artesanos-las-respuestas-para-no-confundirnos/>

Siggel, E. (2003). Concepts and Measurements of Competitiveness and Comparative Advantage: Towards and Integrated Approach. Paper prepared for the International Industrial Organization Conference, Boston.

Stevens, S. J. (1951). Matematics, Measurement and Psychophysics. New York: Handbook.

Talalla, J. (1996). Paracho es mi pueblo. Remembranza de un Guitarra, 4-5.

Tamayo y Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científico. México D.F: LIMUSA.

Tamayo, R. P. (2007). ¿Existe el Metodo Científico? México D.F: Fondo de Cultura Económica.

Thompson, I. (7 de Mayo de 2014). Promonegocios.net. Obtenido de <http://www.marketingpower.com>

Ubago, I. P., & Pérez, D. (2006). El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación. EOI Escuela de Negocios.

UNCTAD. (2002). World Investment Report 2002: Transnational Corporations and Export Competitiveness. New York and Geneva.

UNESCO. (1997). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado el 27 de Octubre de 2014, de <http://www.unesco.org/new/es/unesco/>

Vanegas, C. M. (4 de enero de 2008). Calidad Y Productividad. Obtenido de <http://calidad-y-productividad.lacoctelera.net/post/2009/03/15/aportaciones-philip-crosby>

Vázquez, I. M. (6 de Marzo de 2014). Reducido mercado para lauderos en México. Cambio de Michoacán.



ANEXO 1 Cuestionario Aplicado



LA COMPETITIVIDAD DE LOS TALLERES DEL MUNICIPIO DE PARACHO MICHOACÁN QUE EXPORTAN GUITARRA ARTESANAL A ESTADOS UNIDOS.

Muchas gracias por su ayuda al responder este **cuestionario** sobre Competitividad, que es parte de mi tesis de maestría en Ciencias en Negocios Internacionales, que actualmente curso en el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales ININEE de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

El objetivo de la investigación es recabar información sobre los factores que intervienen en la Competitividad de los talleres que exportan la guitarra artesanal del municipio de Paracho Michoacán a Estados Unidos y así poder apoyar a los lauderos de este municipio.

Así mismo, es conveniente aclarar que no hay respuestas correctas o erróneas, lo importante es indicar el estado real de su taller o empresa, lo cual varía radicalmente de una a otra.

Instrucciones: lea la pregunta y subraye la que considere que su respuesta se adecua a su opinión o a las características del taller o empresa.

DATOS DEL ENTREVISTADO	
Empresa ó Taller	_____
Puesto	_____ Años en el puesto_____
Escolaridad	_____
Entrevistador	_____
Fecha	_____

1. ¿Considera usted adecuados los **canales de distribución** de la guitarra artesanal utilizados por su taller para llegar al mercado meta en el extranjero?
 - a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) Poco de acuerdo
 - e) Nada de acuerdo

2. ¿Considera que su **estrategia de venta** para el mercado de exportación es la más óptima para la agilización de la exportación de las guitarras artesanales?
 - a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) Poco de acuerdo
 - e) Nada de acuerdo

3. ¿Las **estrategias de comercialización** utilizadas en su taller o empresa logran poner a la guitarra artesanal en los mercados finales de acuerdo a lo convenido con sus clientes?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

4 ¿La tecnología traducida en **maquinaria y equipo** en qué condiciones se encuentra?

- a) Muy moderna
- b) Moderna
- c) Ni moderna ni obsoleta
- d) Obsoleta
- e) Muy obsoleta

5 ¿Utiliza la innovación para la creación de nuevos modelos de **guitarras artesanales** para el mercado local e internacional o la modificación de algún **insumo** ya existente en su producción?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

6 ¿Las guitarras artesanales que se **exportan** se produce en talleres con más herramientas y maquinaria y equipo de vanguardia?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

7 ¿La guitarra artesanal que exporta ha sido regularmente desplazada por el precio que maneja su principal **competencia**?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

- 8 ¿Las **estrategias de precio** de las guitarras artesanales van en función a su mercado meta?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
- 9 ¿Su taller realiza **supervisiones** de costos para poder reducirlos en la medida que sea posible?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
- 10 ¿Sabe usted como **integrar el precio** de venta de una guitarra artesanal tanto para el mercado local como para el mercado de exportación?
- a) Definitivamente si
 - b) Probablemente si
 - c) indeciso
 - d) probablemente no
 - e) Definitivamente no
- 11 ¿El precio de venta de las guitarras artesanales proporciona una ganancia en función a la **rentabilidad** esperada para el mercado de exportación?
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) Poco de acuerdo
 - e) Nada de acuerdo
- 12 ¿El precio de mi producto está al nivel o por debajo del precio de la **competencia**?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

13 ¿En su taller constantemente cambian el precio de la guitarra artesanal que se exporta debido al alza o bajo de costos de los **insumos**?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

14 ¿Las guitarras artesanales que maneja su taller están considerados por los **clientes** como guitarras de buena calidad en el mercado internacional?

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) Poco de acuerdo
- e) Nada de acuerdo

15 ¿Considera importante que su empresa cuente con alguna **certificación de calidad** de un organismo internacionalmente reconocido en la elaboración de guitarras artesanales?

- a) Definitivamente si
- b) Probablemente si
- c) Indeciso
- d) Probablemente no
- e) Definitivamente no

16 ¿Hay **materias primas** con la calidad requerida en la elaboración de guitarras artesanales para el mercado internacional cerca de la ubicación de su taller?

- a) Definitivamente si
- b) Probablemente si
- c) Indeciso
- d) Probablemente no
- e) Definitivamente no

17 ¿Las **guitarras artesanales** ofrecidas en mercados internacionales cumplen con los estándares de calidad requeridos por los clientes?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

18 ¿Con que frecuencia se realizan inspecciones de control de calidad en la **materia prima** que se utiliza en la producción de guitarras artesanales?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

19 ¿Considera usted importante que su taller cuente con estrictos **estándares** de control de calidad?

- a) Definitivamente si
- b) Probablemente si
- c) Indeciso
- d) Probablemente no
- e) Definitivamente no

ANEXO 2 Matriz de Datos Provenientes de los Cuestionarios Aplicados

Matriz de Datos Provenientes de los Cuestionario Aplicados																				
T*	Productividad						Precio						Calidad						C**	
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	Σ
1	2	4	4	3	4	4	1	3	3	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	70
2	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	75
3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	74
4	2	4	4	2	5	2	3	4	1	5	3	4	2	4	3	5	5	5	5	68
5	2	3	2	1	1	3	5	4	5	4	3	3	3	5	5	1	4	5	5	64
6	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	87
7	4	4	4	3	4	2	2	4	4	5	3	2	4	4	5	4	5	5	5	73
8	3	4	5	3	3	2	4	4	2	4	3	3	2	5	5	4	4	5	5	70
9	4	5	3	3	3	5	4	5	4	5	3	2	2	5	5	3	5	5	4	75
10	4	4	4	4	5	5	2	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	82
11	4	3	4	3	3	1	1	5	3	5	3	3	3	5	5	4	5	5	5	70
12	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	66
13	3	3	5	3	4	3	5	5	5	5	2	5	2	5	4	5	4	3	5	76
14	4	4	4	3	5	5	5	2	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	81
15	2	2	4	2	4	3	4	5	3	5	4	2	3	5	5	5	5	1	5	69
16	4	4	4	4	5	1	2	4	5	5	4	4	2	4	5	4	4	5	5	75
17	2	1	2	1	5	1	2	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
18	5	5	5	3	3	2	2	5	1	4	4	5	2	5	5	1	5	5	5	72
19	5	4	5	4	2	1	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	80
20	4	3	3	4	4	3	3	3	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	76
21	4	5	4	3	5	5	4	3	4	5	3	4	3	4	5	5	5	4	5	80
22	2	3	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	72
23	4	5	3	3	3	5	4	5	4	5	3	2	2	5	5	3	5	5	4	75
24	3	4	4	3	2	1	2	4	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	72
25	2	3	4	2	3	2	3	4	4	4	2	3	2	4	5	5	5	4	4	65
26	5	4	4	4	5	4	2	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	3	5	80
27	3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	67
28	4	3	4	1	5	5	2	5	4	5	3	3	3	4	4	5	4	5	5	74
29	3	3	4	3	5	3	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5	78
30	2	2	2	3	4	2	3	5	5	4	4	4	2	5	5	5	3	5	4	69
31	2	3	3	2	2	3	5	4	2	3	4	3	2	4	4	2	4	3	4	59
32	2	2	2	3	3	2	4	2	2	4	2	2	2	3	3	4	4	3	4	53
33	2	4	4	4	5	4	2	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	4	5	78
Σ	106	115	123	98	122	101	106	136	117	150	116	119	103	147	152	139	148	142	155	2395
Fuente: Información obtenida en la investigación de campo																				
* Talleres		** Competitividad																		

ANEXO 3 Variables de Datos de los Cuestionarios

Variables de Datos Provenientes de los Cuestionarios				
T*	Productividad	Precio	Calidad	Competitividad
No	6	7	6	Total
1	21	21	28	70
2	24	26	25	75
3	20	26	28	74
4	19	22	27	68
5	12	27	25	64
6	23	35	29	87
7	21	24	28	73
8	20	22	28	70
9	23	25	27	75
10	26	29	27	82
11	18	23	29	70
12	20	23	23	66
13	21	29	26	76
14	25	28	28	81
15	17	26	26	69
16	22	26	27	75
17	12	28	30	70
18	23	23	26	72
19	21	30	29	80
20	21	28	27	76
21	26	26	28	80
22	19	28	25	72
23	23	25	27	75
24	17	25	30	72
25	16	22	27	65
26	26	27	27	80
27	19	25	23	67
28	22	25	27	74
29	21	29	28	78
30	15	27	27	69
31	15	23	21	59
32	14	18	21	53
33	23	26	29	78
∑	665	847	883	2395
Fuente: Información obtenida en la investigación de campo				

ANEXO 4 Talleres Artesanales de Paracho Michoacán

Talleres Artesanales de Paracho Michoacán				
Número de taller	Nombre del taller	Está operando	Escolaridad	Años trabajando
1	Arte Don Vasco	Si	Secundaria	30
2	Artesanías de Michoacán	Si	Preparatoria	50
3	Benito Huipe e Hijos	Si	Primaria	44
4	Carlos Piña e Hijos	Si	Licenciatura	43
5	Casa Amezcua	Si	Secundaria	20
6	Casa Velazquez " Curiosidades y Artesanías de Madera	Si	Licenciatura	18
7	Constructor Guitarras Castillo	Si	Primaria	55
8	David Caro	Si	Secundaria	40
9	El Rincón del Mariachi	Si	Preparatoria	90
10	Guipar Fernando González	Si	Licenciatura	13
11	Guitarras Amezcua J. Manuel Amezcua Cardiel	Si	Preparatoria	60
12	Guitarras Concierto Fidel Amezcua	Si	Secundaria	22
13	Guitarras de Paracho	Si	Secundaria	10
14	Guitarras J. Jesus Díaz R.	Si	Licenciatura	60
15	Guitarras La Parachense	Si	Nivel Técnico	25
16	Guitarras Los Pinos	Si	Primaria	8
17	Guitarras Martinez	Si	Preparatoria	40
18	Guitarras Navarro	Si	Preparatoria	27
19	Guitarras R. Amezcua	Si	Licenciatura	28
20	Guitarras Rubio	Si	Secundaria	15
21	Guitarras Victor	Si	Secundaria	40
22	Guitarras y Miniaturas J.Jesus Zalapa González	Si	Nivel Técnico	21
23	Iganacio Barajas	Si	Preparatoria	40
24	Instrumentos Paracho	Si	Secundaria	50
25	Jeronimo Amezcua	Si	Primaria	20
26	Jesus H. Fuerte	Si	Secundaria	48
27	Jesus Herrera León	Si	Secundaria	30
28	Jose Luis Díaz	Si	Primaria	40
29	La Casa de las Guitarras	Si	Licenciatura	65
30	Productos Regionales	Si	Nivel Técnico	40
31	Rom-Her Guillermo Romero Hernandez	Si	Primaria	37
32	Rubio-Hermanos	Si	Primaria	70
33	Salvador Castillo	Si	Licenciatura	20

Fuente: Información obtenida de la investigación de campo.

ANEXO 5 Distribución de Frecuencias de las preguntas relacionadas a la Productividad

1. ¿Considera usted adecuados los canales de distribución de la guitarra artesanal utilizados por su taller para llegar al mercado meta en el extranjero?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NADA DE ACUERDO	0	0.00	0.00
POCO DE ACUERDO	11	33.33	33.33
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	7	21.21	54.55
DE ACUERDO	12	36.36	90.91
MUY DE ACUERDO	3	9.09	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

2. ¿Considera que su estrategia de venta para el mercado de exportación es la más óptima para la agilización de la exportación de las guitarras artesanales?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NADA DE ACUERDO	1	3.00	3.00
POCO DE ACUERDO	3	9.10	12.10
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	12	36.40	48.50
DE ACUERDO	13	39.40	87.90
MUY DE ACUERDO	4	12.10	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

3. ¿Las estrategias de comercialización utilizadas en su taller o empresa logran poner a la guitarra artesanal en los mercados finales de acuerdo a lo convenido con sus clientes?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NUNCA	0	0.00	0.00
CASI NUNCA	4	12.12	12.12
A VECES	5	15.15	27.27
CASI SIEMPRE	20	60.61	87.88
SIEMPRE	4	12.12	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

4. ¿La tecnología traducida en maquinaria y equipo en qué condiciones se encuentra?

Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
MUY OBSOLETA	3	9.09	9.09
OBSOLETA	4	12.12	21.21
NI MODERNA NI OBSOLETA	17	51.52	72.73
MODERNA	9	27.27	100.00
MUY MODERNA	0	0.00	
Total	33	100.00	

Fuente: Información obtenida de la investigación de campo

5 ¿Utiliza la innovación para la creación de nuevos modelos de guitarras artesanales para el mercado local e internacional o la modificación de algún insumo ya existente en su producción?

Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NUNCA	1	3.00	3.00
CASI NUNCA	4	12.10	15.20
A VECES	9	27.30	42.40
CASI SIEMPRE	9	27.30	69.70
SIEMPRE	10	30.30	100.00
Total	33	100.00	

Fuente: Información obtenida de la investigación de campo

6 ¿Las guitarras artesanales que se exportan se produce en talleres con más herramientas y maquinaria y equipo de vanguardia?

Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NUNCA	5	15.15	15.15
CASI NUNCA	8	24.24	39.39
A VECES	7	21.21	60.61
CASI SIEMPRE	6	18.18	78.79
SIEMPRE	7	21.21	100.00
Total	33	100.00	

Fuente: Información obtenida de la investigación de campo

ANEXO 6 Distribución de Frecuencias de las preguntas relacionadas a la Precio

7 ¿La guitarra artesanal que exporta ha sido regularmente desplazada por el precio que maneja su principal competencia?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NUNCA	2	6.10	6.10
CASI NUNCA	10	30.30	36.40
A VECES	5	15.20	51.50
CASI SIEMPRE	11	33.30	84.80
SIEMPRE	5	15.20	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

8 ¿Las estrategias de precio de las guitarras artesanales van en función a su mercado meta?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NUNCA	0	0.00	0.00
CASI NUNCA	3	9.10	9.10
A VECES	3	9.10	18.20
CASI SIEMPRE	14	42.40	60.60
SIEMPRE	13	39.40	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

9 ¿Su taller realiza supervisiones de costos para poder reducirlos en la medida que sea posible?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NUNCA	2	6.10	6.10
CASI NUNCA	4	12.10	18.20
A VECES	8	24.20	42.40
CASI SIEMPRE	12	36.40	78.80
SIEMPRE	7	21.20	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

10 ¿Sabe usted como integrar el precio de venta de una guitarra artesanal tanto para el mercado local como para el mercado de exportación?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
DEFINITIVAMENTE NO	0	0.00	0.00
PROBABLEMENTE NO	0	0.00	0.00
INDECISO	1	3.00	3.00
PROBABLEMENTE SI	13	39.40	42.40
DEFINITIVAMENTE SI	19	57.60	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

11 ¿El precio de venta de las guitarras artesanales proporciona una ganancia en función a la rentabilidad esperada para el mercado de exportación?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NADA DE ACUERDO	0	0.00	0.00
POCO DE ACUERDO	3	9.10	9.10
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	14	42.40	51.50
DE ACUERDO	12	36.40	87.90
MUY DE ACUERDO	4	12.10	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

12 ¿El precio de mi producto está al nivel o por debajo del precio de la competencia?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NUNCA	0	0.00	0.00
CASI NUNCA	5	15.20	15.20
A VECES	9	27.30	42.50
CASI SIEMPRE	13	39.40	81.90
SIEMPRE	6	18.20	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

13 ¿En su taller constantemente cambian el precio de la guitarra artesanal que se exporta debido al alza o bajo de costos de los insumos?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NUNCA	0	0.00	0.00
CASI NUNCA	11	33.30	33.30
A VECES	13	39.40	72.70
CASI SIEMPRE	3	9.10	81.80
SIEMPRE	6	18.20	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

ANEXO 7 Distribución de Frecuencias de las preguntas relacionadas a la Calidad

14 ¿Las guitarras artesanales que maneja su taller están considerados por los clientes como guitarras de buena calidad en el mercado internacional?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NADA DE ACUERDO	0	0.00	0.00
POCO DE ACUERDO	0	0.00	0.00
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	3	9.10	9.10
DE ACUERDO	12	36.40	45.50
MUY DE ACUERDO	18	54.50	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

15 ¿Considera importante que su empresa cuente con alguna certificación de calidad de un organismo internacionalmente reconocido en la elaboración de guitarras artesanales?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
DEFINITIVAMENTE NO	0	0.00	0.00
PROBABLEMENTE NO	0	0.00	0.00
INDECISO	3	9.10	9.10
PROBABLEMENTE SI	7	21.20	30.30
DEFINITIVAMENTE SI	23	69.70	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

16 ¿Hay materias primas con la calidad requerida en la elaboración de guitarras artesanales para el mercado internacional cerca de la ubicación de su taller?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
DEFINITIVAMENTE NO	2	6.10	6.10
PROBABLEMENTE NO	1	3.00	9.10
INDECISO	2	6.10	15.20
PROBABLEMENTE SI	11	33.30	48.50
DEFINITIVAMENTE SI	17	51.50	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

17 ¿Las guitarras artesanales ofrecidas en mercados internacionales cumplen con los estándares de calidad requeridos por los clientes?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NUNCA	0	0.00	0.00
CASI NUNCA	0	0.00	0.00
A VECES	1	3.00	3.00
CASI SIEMPRE	15	45.50	48.50
SIEMPRE	17	51.50	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

18 ¿Con que frecuencia se realizan inspecciones de control de calidad en la materia prima que se utiliza en la producción de guitarras artesanales?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NUNCA	1	3.00	3.00
CASI NUNCA	0	0.00	3.00
A VECES	4	12.10	15.20
CASI SIEMPRE	11	33.30	48.50
SIEMPRE	17	51.50	100.00
Total	33	100.00	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			

19 ¿Considera usted importante que su taller cuente con estrictos estándares de control de calidad?			
Amplitud del Índice	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
DEFINITIVAMENTE NO	0	0.00	0.00
PROBABLEMENTE NO	0	0.00	0.00
INDECISO	0	0.00	0.00
PROBABLEMENTE SI	10	30.30	30.30
DEFINITIVAMENTE SI	23	69.70	100.00
Total	33	100	
Fuente: Información obtenida de la investigación de campo			