



BOLETIN OFICIAL



Órgano de Difusión del Gobierno del Estado de Sonora
Secretaría de Gobierno
Dirección General del Boletín Oficial y Archivo del Estado

CONTENIDO

ESTATAL
SECRETARIA DE ECONOMIA
SUBSECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO
Programa de Desarrollo Comercial y Abasto
2004-2009

TOMO CLXXV
HERMOSILLO, SONORA.

NUMERO 35 SECC. XIV
LUNES 2 DE MAYO DEL AÑO 2005



PRESENTACIÓN

Con fundamento en el marco normativo y legal que establecen la Constitución Política y la Ley de Planeación del Estado de Sonora, la Secretaría de Economía (SE), en el ámbito de sus atribuciones y responsabilidades, presenta a la sociedad sonorense el Programa de Desarrollo Comercial y Abasto 2004-2009 (PDCA), como un programa sectorial de mediano plazo, que contribuye al logro de los objetivos que se propone realizar el Plan Estatal de Desarrollo 2004-2009 (PED).

El PED 2004-2009, define una política pública estatal orientada a establecer las bases estratégicas y programáticas para que, en el mediano plazo, la entidad alcance mayores niveles de desarrollo económico, expresados básicamente en la consecución de un crecimiento económico sustentable y empleos dignos, bien remunerados y permanentes.

En correspondencia con este propósito, el Programa Estatal de Desarrollo Comercial y Abasto, se enfoca en la precisión de la orientación de política que en esta materia habrá de instrumentar el Gobierno Estatal en los próximos seis años.

Al respecto, el Programa está integrado por seis capítulos. En el primer capítulo se presenta una introducción general que define, a grandes rasgos, las principales directrices y principios de política que orientan al presente documento. El segundo, aborda el contexto general, la importancia del sector en la economía estatal, su evolución reciente, así como la problemática central y las perspectivas de desarrollo. Este capítulo, adicionalmente, contempla un análisis de corte estratégico, a fin de identificar los grandes retos y las oportunidades que el actual contexto y las fortalezas y limitaciones propias del sector, representan para su desarrollo futuro en el mediano plazo. El tercer capítulo contiene los objetivos generales y específicos del PDCA, así como las estrategias generales que contribuirán a la consecución de los objetivos definidos. El capítulo cuarto contiene los mecanismos de ejecución de las estrategias generales diseñadas. En el capítulo quinto se establecen las metas y los indicadores necesarios para evaluar la gestión del programa, y finalmente, un sexto capítulo que contiene un ejercicio de prospectiva que intenta dibujar el probable futuro del sector comercial en el largo plazo.

1. Introducción

El comercio en Sonora es una actividad económica que ocupa el liderazgo por su participación en el Producto Interno Bruto Estatal; sin embargo, presenta en su estructura, dinámica y cualidades, verdaderos retos a superar.

Este documento denominado "Programa de Desarrollo Comercial y Abasto 2004-2009", ha sido elaborado dentro del marco del Plan Estatal de Desarrollo 2004-2009, cuyo objetivo primordial es alcanzar los más altos niveles de competitividad del comercio sonorense, teniendo como fin último la generación y el fortalecimiento del empleo y el crecimiento económico sustentado y orientado hacia una visión de largo plazo, donde el escenario es un comercio altamente competitivo, como resultado de la participación conjunta de todos los actores económicos, políticos y sociales del Estado.

2. Análisis de la situación actual y perspectivas

Análisis de la situación actual.

El comercio representa la actividad económica más importante de Sonora, ya que contribuye con el 22.6% del Producto Interno Bruto del Estado en el año 2003, que se estima asciende a \$32,000 millones de pesos, a pesos corrientes y presenta un crecimiento anual real del 3.1% durante el año 2003 con respecto al año 2002, según cifras de la Secretaría de Planeación del Desarrollo y Gasto Público del Gobierno del Estado de Sonora para el período 1998-2003, superando en ambos aspectos al resto de las actividades económicas.

La población económicamente activa en el sector comercio en Sonora durante el año 2003 fue de 117 mil individuos, participando con el 16.12% del total de las actividades económicas del Estado, que asciende a 810,429 personas, según estimaciones el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

Este sector dio empleo formal a 79 mil individuos durante el año de 2003 según cifras registradas por el Instituto Mexicano del Seguro Social.

La estructura geográfica del sector comercial revela una alta concentración en los municipios de Hermosillo, Cajeme, Navojoa, Nogales y Guaymas, que en conjunto se estima que aportan más del 70% del Producto Interno Bruto Estatal del sector. Cabe señalar de manera especial que el 50% de esta actividad se concentra en los dos primeros municipios mencionados.

Se estima que en el Estado operan más de 45 mil establecimientos comerciales, de los cuales el 91.7% corresponden a comercios de venta al por menor y el 8.3% a comercios mayoristas. Así mismo, por su tamaño, el 99.2% corresponden a micro, pequeños y medianos establecimientos comerciales y el 0.8% a grandes establecimientos, según cifras estimadas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática para el año 2000 y el Sistema de Información Empresarial Mexicano.

El rubro que más destaca dentro de los giros de las empresas del sector, es el de comercio de alimentos, bebidas y tabaco con el 53.5%.

Del total de empresas establecidas en Sonora en sus diferentes actividades económicas, que se estima en casi 64 mil unidades económicas, el 72% corresponden a empresas del sector comercio, según cifras estimadas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática para el año 2000.

Como referencia, el volumen total de ventas anuales del sector comercio en Sonora, se estima en una cifra aproximada \$55,000 millones de pesos según datos del Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática para el año de 1998, de las cuales se calcula que el 97% de las mercancías y bienes que comercializa el grande comercio son producidas y adquiridas fuera del Estado. Este grande comercio está constituido principalmente por las grandes cadenas comerciales como Soriana, Wal Mart, Casa Ley, Sams Club, Costco, Comercial V.H., Coppel, Famsa y Electra.

Sonora ha tenido un acelerado crecimiento del grande comercio en los últimos seis años, en contraste con el crecimiento nulo que ha presentado el segmento del pequeño comercio.

Es importante destacar el crecimiento que han tenido los establecimientos del comercio especializado y las novedosas franquicias, con inversionistas locales y foráneos que invirtiendo sus capitales a largo plazo, diferencian su presencia con modernas instalaciones y sistemas tecnológicos de mercadotecnia avanzada, ofreciendo bienes y servicios de línea o uso homogéneo en marcas diversas y a precios atractivos que captan la preferencia masiva del consumidor utilizando estrategias agresivas de mercadotecnia constante.

Como se aprecia en los párrafos anteriores, en la estructura comercial de la Entidad existe una participación preponderante de grandes empresas comerciales de esfuerzos y capitales provenientes de fuera del Estado, quienes compiten por el mercado sonorenses apoyando su dinámica empresarial con el uso significativo de grandes inversiones en infraestructura moderna con el formato de grandes centros comerciales en las principales ciudades, con medios propios.

Para su penetración y posicionamiento en el mercado, estas empresas utilizan estrategias de mercadotecnia de clase mundial, un manejo de adecuados y diversificados volúmenes de inventarios, con redes de proveedores foráneas, con estructuras de precios competitivas y un conocimiento del cliente final que les asegura su liderazgo sobre el comercio de origen sonorenses.

Con esta competencia comercial que enfrenta el sector, es el cliente quien se beneficia, debido al alto grado de competencia que se genera, pues de esta manera dispone de una oferta vasta de productos alimenticios, vestido, productos para el uso en el hogar, productos para el uso personal y bienes de consumo duradero, entre otros, que estas empresas ofrecen a precios atractivos para diversas capacidades e ingresos, fenómeno que ha influido como mecanismo natural de contención para contrarrestar los movimientos inflacionarios en los precios.

En contra posición a los beneficios del crecimiento comercial, el sector comercial sonorense tiene algunas deficiencias importantes que es necesario considerar. Entre ellas, está una sangría económica hacia otros Estados de la República por concepto de consumo de mercancías provenientes de fuera del Estado y por dejar de captarse los ingresos fiscales correspondientes. Así mismo, presenta una deficiencia estructural por la falta de integración comercial de los proveedores sonorenses con el grande comercio. Eso origina que Sonora deje de captar los beneficios del comercio para el desarrollo del propio Estado, lo que conlleva a dejar de invertir en nuevas empresas y generar empleos. A lo anterior se asocian otro tipo de efectos desfavorables para el desarrollo comercial del Estado como la desaparición gradual de la clase empresarial comercial sonorense, la pérdida del liderazgo estatal comercial y la pérdida de niveles de rentabilidad comercial de empresas locales.

Se suma a lo anterior, la situación contrastante de los pequeños comercios, quienes no cuentan con capital para apoyar su desarrollo, no tienen acceso al financiamiento formal, carecen de una preparación y modernización de sus negocios, sus estructuras de precios no son competitivas y utilizan estrategias y sistemas de comercialización tradicionales, aunque con las ventajas de ser quienes más cerca están del cliente y de estar situados geográficamente donde se consumen sus productos. En oposición con la competencia de grandes comercios, en este segmento de empresas se han agudizado los rezagos referentes a fallas de administración, organización, formación empresarial y financiamiento, generando la necesidad de la contracción operativa económica de unidades hasta niveles de subsistencia, con la consecuente pérdida de empleos y cierre de micro y pequeños comercios.

Por otro lado, el productor sonorense tiene limitada presencia con sus productos en los anaqueles de las grandes cadenas comerciales que operan en la Entidad y como proveedores intermedios de la industria y los servicios.

El exponencial crecimiento modernizado del grande y mediano comercio y su

dinámica de expansión, están basados en el aprovechamiento de sus factores competitivos ante los rezagos estructurales del enorme universo de micros y pequeños comercios tradicionales que operan en el Estado y la ausencia de grandes cadenas comerciales propias articuladas a la producción del propio Estado; en consecuencia, el reto consiste en incorporar al mayor número de empresarios comerciales tradicionales a la modernidad que se registra en su actividad y articularlos al desarrollo de las actividades productivas de la entidad.

Paralelamente a los segmentos moderno y tradicional del comercio, en la Entidad coexiste el comercio público institucional o comercio social, mediante la operación de micro y pequeños establecimientos habilitados por instituciones paraestatales, quienes en forma conjunta operan un importante número de puntos de venta para núcleos de población urbana y rural que constituyen un importante apoyo estratégico al consumo de los pobladores de más bajos ingresos económicos.

Sin embargo, y no obstante el importante objetivo social que modestamente cumplen los establecimientos del comercio público institucional al ofrecerle al consumidor alimentos básicos, productos de uso personal y medicinas a precios bajos, en los últimos diez años este comercio ha venido reduciendo sensiblemente su cobertura operativa y por consecuencia su oferta de bienes. Lo anterior tiene su explicación en la política que el gobierno federal ha instrumentado para transformar su papel en este sector.

El comercio informal que opera al margen de leyes, reglamentos y disposiciones de carácter gubernamental establecidos para la práctica de las actividades comerciales, ha venido creciendo en los últimos años y se constituye como una competencia nociva y desleal que daña el desarrollo real del sector comercial.

Las grandes cadenas comerciales se agremian en su mayoría en la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicios y Departamentales, donde integran esfuerzos hacia su desarrollo lo que les garantiza un alto margen de comunicación, negociación y relaciones gubernamentales, que se traducen en un poder en el mercado nacional.

El nivel de organización del micro y pequeño comercio local es muy limitado y se presenta en torno a 16 Cámaras de Comercio. Se estima que del universo de micro y pequeños comercios que operan en la Entidad, sólo una mínima parte se agremia en torno a estas organizaciones.

La infraestructura comercial del Estado es deficiente, especialmente en lo que corresponde a los mercados de abastos, que presentan un general deterioro grave, obsolescencia operativa y falta de competitividad.

En general el escenario estratégico del sector comercial y de abasto se compone fundamentalmente de los factores que se presentan a continuación:

Fortalezas:

1. Capital humano empresarial con capacidades, conocimientos, experiencia, habilidades, valores y disposición hacia el desarrollo comercial.
2. Un universo de 45 mil empresas comerciales en operación.
3. Agrupaciones y cámaras empresariales con disposición de conjuntar esfuerzos para el desarrollo del sector.
4. Capacidad instalada disponible.
5. Disposición general de los actores principales sobre el quehacer para mejorar el desarrollo comercial y el abasto.
6. Disponibilidad gubernamental para emprender acciones innovadoras hacia el desarrollo comercial y el abasto.
7. Alto grado de competitividad en el comercio de tiendas de autoservicios y departamentales.
8. Estatus sanitario del Estado.
9. Un buen nivel de seguridad en general.

Oportunidades:

1. Crecimiento de franquicias.
2. Certificación en normas internacionales.
3. Financiamiento a PYMES complementándose con fondos federales.

4. Aplicación de modelos exitosos en otros Estados.
5. Crecimiento poblacional en ciudades principales.
6. Mejora en otros sectores económicos del Estado.
7. Promover redes de comercio y servicios por región.
8. Formación de alianzas entre sectores del comercio, con los tres niveles de gobierno.
9. Fortalecimiento de las alianzas comerciales que ya existen.
10. Promover de la inversión comercial.
11. Redimensionamiento de tiendas de cadenas comerciales propias para atender a nuevos nichos de mercado.
12. Comercialización de productos regionales sonorenses.
13. La participación de los empresarios en las políticas de comercio.
14. El aprovechamiento de los recursos naturales del Estado.
15. Erradicación del favoritismo.
16. Revalorar la importancia del empresario en el desarrollo económico del Estado.
17. Participación en el corredor comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (Canamex).

Debilidades:

1. Ausencia de acciones integrales y de conjunto de los actores principales hacia el desarrollo comercial y de abasto en los años recientes.
2. Inversión propia insuficiente en el desarrollo comercial y el abasto.
3. Cadenas comerciales propias, apoyadas sólo en sus esfuerzos individuales.
4. Ausencia de esquemas de financiamiento para las actividades comerciales.
5. Insuficiente formación y desarrollo empresarial del sector comercial.
6. Desequilibrio en la estructura comercial del sector con predominio de los grandes comercios foráneos en contraposición con PYMES sonorenses débiles.
7. Concentración de las actividades comerciales en cinco ciudades del Estado.

8. Desaparición gradual de la iniciativa empresarial propia.
9. Pérdida de ingresos por consumo preponderantemente de productos foráneos.
10. Pérdida de ingresos fiscales por estrategias de tributación de las grandes cadenas comerciales.
11. Escasa o nula presencia de empresas sonorenses en otros Estados del país y del mundo.
12. Desarticulación productiva y comercial del Estado, con proveedores y productores con limitada presencia en anaqueles de grandes cadenas comerciales.
13. Comercio popular deficiente con sistemas de comercialización tradicionales.
14. Crecimiento del comercio informal, el contrabando y la piratería.
15. Infraestructura para el abasto insuficiente, deficiente, poco competitiva y en deterioro.
16. Reducción gradual del comercio institucional o social.
17. Ubicación geográfica lejos de los centros de consumo del país.
18. Escaso nivel de consumo regional.
19. Obstáculos al libre tránsito de mercancías y personas.
20. Infraestructura carretera deficiente e insuficiente.
21. Sistemas de transportación poco competitivos.
22. Retraso considerable en cultura digital comercial.
23. Cultura de asociacionismo escasamente desarrollada.
24. Debilitamiento de la confianza en el sector público.

Amenazas:

1. Competencia informal.
2. Falta de aplicación de reglamentación en la materia.
3. Introducción de productos provenientes de China en forma masiva al mercado Estatal, incluyendo el contrabando y la piratería.
4. Absorción, reducción o desaparición de las cadenas comerciales propias por grandes cadenas comerciales.

5. Control del sector comercio por los grandes capitales foráneos excluyendo las necesidades reales del Estado y alta dependencia del exterior.
6. Escasa disponibilidad del recurso agua para sustentar el desarrollo económico en general.
7. Pérdida de competitividad del comercio local en el corto plazo.
8. Nulo aprovechamiento de los programas de apoyo federales para fortalecer este sector.

El aspecto estadístico contemplado en la elaboración de este documento ha sido cubierto con fines prácticos, sólo en sus aspectos sustanciales con el fin de privilegiar la generación de estrategias que permitan el desarrollo del sector, excluyendo todos aquellos aspectos que no forman parte de las necesidades reales que demanda la actividad comercial sonoreNSE.

Perspectivas.

Se estima una reducción del ritmo de crecimiento de las inversiones de grandes cadenas comerciales hacia el Estado. Fuera del desarrollo de nuevos proyectos en el ramo de la industria automotriz, no se visualiza cuál podría ser el nuevo motor del comercio dentro del mismo sector, una vez que se presente el fenómeno de desaceleración, lo que indica que el dinamismo de la actividad estará íntimamente ligado con la dependencia del sector comercial con otros sectores, con los retos y riesgos que esto conlleve.

Las cadenas comerciales sonorenses se verán sometidas a presiones adicionales por creciente arribo de grandes cadenas comerciales nacionales y extranjeras, con diferentes formatos de tamaño, lo que desalentará a inversionistas locales a participar en este renglón, quedando la opción de participar en nichos no atendidos por las grandes empresas e invertir en negocios asociados, como por ejemplo, la parte inmobiliaria.

La tendencia a nivel nacional es que prevalecerán, dominando cada vez más el mercado de venta al detalle, unas 6 ó 7 cadenas comerciales con presencia nacional, entre las que se pueden mencionar: Wal Mart, Soriana, HEB, etc.

Así mismo, se prevé un crecimiento en la instalación de franquicias y la evolución de negocios consolidados hacia este tipo de esquemas de comercio especializado, en coinversiones sonorenses. También se aprecia una reducción continuada de la cobertura del comercio social o institucional, con el consecuente impacto social y económico de las diferentes regiones donde este tipo de comercio proporciona un cobertura del comercio social o institucional, con el consecuente impacto social y económico de las diferentes regiones donde este tipo de comercio proporciona un aliciente de adquisición de alimentos para las personas de escasos recursos, tanto de ciudades como de zonas rurales.

No se identifican actualmente proyectos detonadores de la capacidad empresarial propia que genere una nueva clase de empresarios con mentalidad de riesgo fuera de los esfuerzos particulares de unos cuantos, que han venido trabajando en ello con sus propios recursos. Esto es una oportunidad para el gobierno estatal de acercar los programas federales para incentivarlos, con financiamiento, capital semilla, opción Pyme y otros.

La perspectiva general de la actividad entre los actores principales del comercio organizado de Sonora, es que el desempleo, la pérdida de empresas, la falta de iniciativa empresarial y la ausencia de apoyos y financiamiento orientados al

desarrollo real del Estado, se pueden acentuar y entrar en una espiral de involución marcada por la ausencia de participación del empresario sonorenses en los grandes escenarios de la economía estatal y nacional. No obstante lo anterior, se identifica una corriente de empresarios dispuestos a asumir los riesgos que marcan el camino del desarrollo comercial y reclaman el apoyo comprometido del sector público en coordinación hacia los mismos objetivos de competitividad como único camino para reactivar y revolucionar la economía del Estado.

3. Objetivos generales, objetivos específicos y estrategias.

El presente Programa de Mediano Plazo tiene como base el planteamiento del desarrollo a través del ciclo que inicia con la evolución del empresario para facilitar el desarrollo de las organizaciones y con ello la evolución del entorno.

Tiene como objeto de desarrollo la actividad comercial y el abasto en el Estado de Sonora y su fin último es el de fortalecer y generar empleo a través del desarrollo de la competitividad del sector, mediante la formación y cultura empresarial, la organización para la competitividad y la facilitación de los factores de la producción y el comercio, con la participación de los principales actores de la actividad en las decisiones fundamentales que propicien su desarrollo sostenido con una visión de largo plazo.

Para lograr lo anterior se plantea un objetivo general que orientará las tareas y recursos del Gobierno del Estado hacia la edificación de un sector comercial innovador y competitivo.

Objetivo general:

Lograr la inserción innovadora y competitiva del comercio propio en los mercados local, estatal, regional, nacional y mundial, con altos niveles de calidad, a través de la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas sonorenses.

Para alcanzar este objetivo se plantean cuatro objetivos específicos con sus respectivas estrategias.

Objetivo específico

1.1. Lograr una gran alianza entre el sector público y el privado que permita la integración y coordinación de los esfuerzos de los actores principales del sector hacia el desarrollo económico del Estado, orientando sus acciones hacia el fortalecimiento y modernización de las pequeñas y medianas empresas del sector mediante su articulación productiva y comercial.

Estrategias

1.1.1. Establecer una alianza efectiva entre los actores principales del sector público y el sector privado con el fin de crear organismos fuertes con una misma visión y estrategia, orientándose hacia el fortalecimiento y modernización de las pequeñas y medianas empresas del sector.

- 1.1.2. Formalizar esta alianza mediante la firma de un acuerdo entre los actores principales públicos y privados del sector comercial de Sonora.
- 1.1.3. Firmar y operar un convenio de competitividad para el desarrollo comercial del Estado de Sonora, donde se establezcan claramente los objetivos y metas y se informe periódicamente sus avances.

Objetivo específico

- 1.2. Lograr el fortalecimiento y modernización de las PYMES del sector a través de su articulación productiva y comercial, mediante la implementación de acciones que permitan su creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad.

Estrategias

- 1.2.1. Facilitar el acceso a la consultoría y capacitación a través de la creación y operación de una entidad operativa que trabajará mediante el acompañamiento empresarial por conducto de centros de consultores, hacia la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las PYMES comerciales, en las siguientes líneas específicas de acción:

- Formación empresarial y laboral.
- Consultoría integral.
- Asesoría.
- Estudios y proyectos.
- Alianzas estratégicas.
- Vinculación con instituciones públicas y privadas.
- Información al sector.
- Emprendedores.
- Incubadora de empresas.
- Desarrollo de productos sonorenses.
- Certificación en normas.
- Formación y participación de expertos en comercialización.
- Participación en ferias y exposiciones comerciales.
- Promoción de innovación y cultura tecnológica.
- Modernización del pequeño comercio.

- Fortalecimiento de agrupamientos empresariales.
- Impulsar la participación en proyectos de desarrollo de proveedores.

1.2.2. Facilitar el acceso al financiamiento a las pequeñas y medianas empresas sonorenses mediante la creación y operación de extensionismo financiero, cuya orientación será hacia la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de pequeñas y medianas empresas comerciales en las siguientes líneas de acción específicas:

- Creación de fondos de garantía.
- Crédito a pequeñas y medianas empresas del sector.
- Crédito a micro empresas.
- Crédito para proyectos comerciales.
- Factoraje a PYMES proveedoras.

Objetivo específico

1.3. Contar con un abasto seguro y competitivo, mediante el desarrollo de un sistema de abasto eficiente en coordinación con las autoridades municipales.

Estrategias

1.3.1. Modernizar la infraestructura y adecuarla para la comercialización y el abasto seguro y competitivo, alentando la participación de la inversión privada en el fortalecimiento de la infraestructura comercial y de abasto, y realizar inversiones conjuntas en infraestructura de abasto.

Objetivo específico

1.4. Mejorar la posición competitiva de las empresas comerciales sonorenses mediante la vinculación a programas de gestión y reforma regulatoria.

Estrategias

- 1.4.1. Identificar y registrar las necesidades del sector comercial relativas al mejoramiento del marco regulatorio, para el desarrollo de su competitividad.
- 1.4.2. Facilitación de apertura rápida y menos costosa de nuevas empresas.
- 1.4.3. Vinculación hacia la gestión efectiva de trámites.

4. Mecanismos de ejecución

Como mecanismo de ejecución para el logro de los objetivos específicos 1.2 y 1.4, y para la implementación de las estrategias de facilitación del acceso a la consultoría y la capacitación, se plantea la creación y operación de una entidad de consultoría y capacitación, que deberá ser un organismo tipo intermedio creado con la participación del Gobierno del Estado, el Gobierno Federal y el sector empresarial, quien desarrollará las acciones específicas marcadas en estos objetivos relacionadas con el trabajo y con el sector empresarial, la cual se coordinará con un equipo de enlace interno en la Secretaría de Economía estatal.

Para facilitar el acceso al financiamiento para las PYMES sonorenses, consignado en las estrategias del objetivo 1.2 se plantea la construcción y operación de extensionismo financiero, el cual posibilitará que las empresas logren apoyos financieros en distintos esquemas, a través de la realización de pre-diagnósticos, elaboración de estudios financieros, planes de negocio y finalmente acceso al financiamiento, en los términos de las disponibilidades que se logren, así como seguimiento a resultados.

Se propone que la estructura comercial de la Secretaría de Economía estatal desarrolle el trabajo de ejecución del mecanismo para el establecimiento de una alianza efectiva entre los actores del sector público y privado, así como el trabajo necesario para lograr la suscripción de un convenio de competitividad para el desarrollo comercial del Estado, consignados en el objetivo 1.1. Asimismo, se deberá asignar a esa estructura las tareas que se deriven de la estrategia para la consolidación de una infraestructura adecuada de comercialización y el abasto, consignada en el objetivo específico 1.3 del Programa.

5. Metas, indicadores y requerimientos

Las metas establecidas para el conjunto de los 4 objetivos específicos, plasmados en el Programa, así como los indicadores que medirán el nivel de cumplimiento de dichos objetivos, además de los requerimientos para su consecución, se presentan en forma detallada en los siguientes cuadros.

Metas

OBJETIVO	METAS
<p>1.1. Lograr una gran alianza entre el sector público y el privado que permita la integración y coordinación de los esfuerzos de los actores principales del sector hacia el desarrollo económico del Estado, orientando sus acciones hacia el fortalecimiento y modernización de las pequeñas y medianas empresas del sector mediante su articulación productiva y comercial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La consumación de una alianza efectiva entre los actores principales del sector público y privado, representado este por las 16 cámaras de comercio y otros organismos empresariales. ▪ Formalización de la alianza. ▪ Firma de un convenio de competitividad para el desarrollo comercial.
<p>1.2. Lograr el fortalecimiento y modernización de las PYMES del sector a través de su articulación productiva y comercial, mediante la implementación de acciones que permitan su creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilitar el acceso a la consultoría y capacitación a 300 empresas micro, pequeña y medianas en las diferentes líneas específicas de acción, contenidas en la estrategia 1.2.1 de este programa, para fortalecer 600 empleos y creación de 300 nuevos. ▪ Facilitar el acceso al financiamiento a 200 empresas del sector comercial, en las líneas de acción especificadas en la estrategia 1.2.2 de este programa, con lo que se fortalecerán 400 empleos y se crearán 200 más.
<p>1.3. Contar con un abasto seguro y competitivo, mediante el desarrollo de un sistema de abasto eficiente en coordinación con las autoridades municipales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyar a 6 centrales de abasto en el Estado de Sonora.
<p>1.4. Mejorar la posición competitiva de las empresas comerciales sonorenses mediante la vinculación a programas de gestión y reforma regulatoria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vincular a 400 empresas hacia los diversos programas, servicios y dependencias de los diferentes niveles de gobierno.

Indicadores Estratégicos

Nombre del Indicador	Descripción	Forma de Estimación	Periodicidad	Escala Espacial	Fuente/Herramienta	Unidad de Análisis	Asociado con objetivo específico
Empleos generados	Número de empleos formales generados	Datos proporcionados por las empresas	Mensual/ anual	Estatal	IMSS	Número de empleos	1.1, 1.2, 1.3 y 1.4
Empleos fortalecidos	Número de empleos que se conservaron por acciones contenidas en este programa	Datos proporcionados por las empresas	Mensual/ anual	Estatal	Empresas apoyadas/encuesta	Número de empleos	1.2
Participantes en alianzas con el sector	Número de participantes en alianzas con el sector	Suma de empresas atendidas por este concepto	Mensual/ anual	Estatal	Entidad operativa/registro estadístico	Número de empresas	1.1
Empresas vinculadas hacia la gestión efectiva	Número de empresas vinculadas hacia la gestión efectiva	Suma de empresas atendidas por este concepto	Mensual/ anual	Estatal	Entidad operativa/registro estadístico	Número de empresas	1.4
Consumación de alianza	Acuerdo entre los principales actores públicos y privados del sector comercio del Estado	Firma del acuerdo	Única	Estatal	Secretaría de Economía del Gobierno de Estado de Sonora/archivos documentales	Acuerdo formalizado	1.1
Creación de entidad operativa	Constitución de la figura jurídica de la entidad operativa	Acta constitutiva	Única	Estatal	Secretaría de Economía del Gobierno de Estado de Sonora/archivos documentales	Acta de constitución	1.2
Convenio de competitividad	Acuerdo para establecer compromisos para lograr el desarrollo comercial.	Documento del convenio	Única	Estatal	Secretaría de Economía del Gobierno de Estado de Sonora/archivos documentales	Documento del convenio	1.1
Empresa apoyadas con consultoría y capacitación	Número de empresas apoyadas con alguna de las acciones específicas de consultoría y capacitación	Suma de las empresas atendidas por estos conceptos	Mensual/ anual	Estatal/ municipal	Entidad operativa/registro estadístico	Número de empresas	1.2
Empresas apoyadas con acceso al financiamiento	Número de empresas apoyadas con alguna de las acciones de acceso al financiamiento.	Suma de las empresas atendidas por este concepto	Mensual/ anual	Estatal/ municipal	Entidad operativa/ registro estadístico	Número de empresas	1.2
Apoyo a centrales de abasto	Número de centrales de abasto apoyadas	Suma de las centrales de abasto apoyadas	Mensual/ anual	Estatal/ municipal	Secretaría de Economía del Gobierno del Estado de Sonora/archivos documentales	Número de centrales	1.3

Metas y Requerimientos

Programa y proyecto o acción	Tipo de gasto	Estructura financiera (millones de pesos)				Metas operativas		Beneficiarios
		Estatal	Federal	Otros	Total	U. de M.	Cantidad	
Conformación de la alianza		0.5			0.5	Alianzas formalizadas	16	300 empresas
Creación y operación de la entidad		1	1	0.5	2.5	Figuras jurídicas constituidas	1	300 empresas, 16 cámaras y 20 consultores, 1,500 trabajadores
Preparación de consultores y los centros de operación		0.8	0.8	0.4	2	Centros de operación	10	300 empresas, 16 cámaras y 20 consultores
Acceso al financiamiento, con extensionismo financiero		0.9	0.9	0.9	2.7	Número de empresas apoyadas	300	200 empresas, y 600 trabajadores
Acceso al financiamiento. Patrimonio del fondo		5	5		10	Número de créditos garantizados	300	200 empresas, y 600 trabajadores
Modernización de infraestructura comercial y de abasto		1	1	1	3	Mercados de abastos	6	Comerciantes de mercados de abastos

6. Visión de futuro 2030

En el escenario deseable se visualiza un sector comercial y de abasto de alto nivel, como producto de la integración de los esfuerzos y la participación decidida de todos y cada uno de los actores económicos, políticos y sociales del Estado de Sonora.

Cuadro Síntesis de Objetivos, Estrategias y Responsables

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS	AGENTES
<p>Lograr la inserción competitiva e innovadora del comercio propio en los mercados local, estatal, regional, nacional y mundial, con altos niveles de calidad, a través de la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas sonorenses.</p>	<p>1.1. Lograr una gran alianza entre el sector público y el privado que permita la integración y coordinación de los esfuerzos de los actores principales del sector hacia el desarrollo económico del Estado, orientando sus acciones hacia el fortalecimiento y modernización de las pequeñas y medianas empresas del sector mediante su articulación productiva y comercial.</p> <p>1.2. Lograr el fortalecimiento y modernización de las PYMES del sector a través de su articulación productiva y comercial, mediante la implementación de acciones que permitan su creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad.</p>	<p>1.1.1. Establecer una alianza efectiva entre los actores principales del sector público y el sector privado con el fin de crear organismos fuertes con una misma visión y estrategia, orientándose hacia el fortalecimiento y modernización de las pequeñas y medianas empresas del sector.</p> <p>1.1.2. Formalizar esta alianza mediante la firma de un acuerdo entre los actores principales públicos y privados del sector comercial de Sonora</p> <p>1.1.3. Firmar y operar un convenio de competitividad para el desarrollo comercial del estado de Sonora, donde se establezcan claramente los objetivos y metas y se informe periódicamente sus avances.</p> <p>1.2.1. Facilitar el acceso a la consultoría y capacitación a través de la creación y operación de una entidad operativa integrada por sector público y privado que trabajará mediante el acompañamiento empresarial por conducto de centros de consultores, hacia la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las PYMES comerciales, en las siguientes líneas específicas de acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Formación empresarial y laboral. · Consultoría integral. · Asesoría. · Estudios y proyectos. · Alianzas estratégicas. · Vinculación con instituciones públicas y privadas. · Información al sector. · Emprendedores. · Incubadora de empresas. · Desarrollo de productos sonorenses. · Certificación en normas. · Formación y participación de expertos en comercialización. · Participación en ferias y exposiciones comerciales. · Promoción de innovación y cultura tecnológica. · Modernización del pequeño comercio. · Fortalecimiento de agrupamientos empresariales. · Impulsar la participación en proyectos de desarrollo de proveedores. 	<p>SE - Gobierno de Sonora. SE - Gobierno Federal, Organismos empresariales, Organismos intermedios.</p> <p>SE - Gobierno de Sonora. SE - Gobierno Federal, Organismos empresariales, Organismos intermedios.</p>

	<p>1.2.2. Facilitar el acceso al financiamiento a las pequeñas y medianas empresas sonorenses mediante la creación y operación de extensionismo financiero, cuya orientación será hacia la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de pequeñas y medianas empresas comerciales en las siguientes líneas de acción específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de fondos de garantía. • Crédito a pequeñas y medianas empresas del sector. • Crédito a micro empresas. • Crédito para proyectos comerciales. • Factoraje a PYMES proveedoras. 	<p>SE - Gobierno de Sonora. SE - Gobierno Federal. Organismos empresariales. Organismos intermedios. Nacional Financiera. banca comercial . extensionistas financieros</p>
<p>1.3. Contar con un abasto seguro y competitivo, mediante el desarrollo de un sistema de abasto eficiente en coordinación con las autoridades municipales.</p>	<p>1.3.1. Modernizar la infraestructura y adecuarla para la comercialización y el abasto seguro y competitivo, alentando la participación de la inversión privada en el fortalecimiento de la infraestructura comercial y de abasto, y realizar inversiones conjuntas en infraestructura de abasto.</p>	<p>SE - Gobierno de Sonora. SE - Gobierno Federal. Organismos empresariales. Organismos intermedios banca comercial banca de desarrollo, ayuntamientos</p>
<p>1.4. Mejorar la posición competitiva de las empresas comerciales sonorenses mediante la vinculación a programas de gestión y reforma regulatoria.</p>	<p>1.4.1. Identificar y registrar las necesidades del sector comercial relativas al mejoramiento del marco regulatorio, para el desarrollo de su competitividad.</p> <p>1.4.2. Facilitación de apertura rápida y menos costosa de nuevas empresas</p> <p>1.4.3 Vinculación hacia la gestión efectiva de trámites.</p>	<p>SE - Gobierno de Sonora. SE - Gobierno Federal. Organismos empresariales. Organismos intermedios Ayuntamientos</p>

Glosario

Competitividad.

La calidad del ambiente económico e institucional para el desarrollo sostenible y sustentable de las actividades privadas y el aumento de la productividad; y a nivel empresa, la capacidad para mantener y fortalecer su rentabilidad y participación de las PYMES en los mercados, con base en ventajas asociadas a sus productos o servicios, así como a las condiciones en que los ofrecen.

Cadenas productivas.

Por cadena productiva se entiende al conjunto de agentes y actividades económicas que añaden valor agregado a productos o servicios a través de las fases del proceso económico, es decir que intervienen en un proceso productivo desde la provisión de insumos y materias primas; su transformación y producción de bienes intermedios y finales, y su comercialización en los mercados internos y externos incluyendo

proveedores de servicios, sector público, instituciones de asistencia técnica y organismos de financiamiento en un área geográfica determinada. Sistemas productivos que integran conjuntos de empresas.

Agrupamientos empresariales.

PYMES interconectadas y asociadas, proveedores especializados y de servicios, así como instituciones asociadas dentro de una región del territorio nacional.

Organismos intermedios.

Los Ayuntamientos, las personas morales sin fines de lucro, los fideicomisos públicos, privados o mixtos, las confederaciones y cámaras, los organismos empresariales y demás organizaciones sociales, las instituciones académicas, tecnológicas y de investigación públicas o privadas, los centros de investigación, y demás entidades públicas o privadas, internacionales, nacionales, regionales y municipales.

Extensionista financiero.

La persona física o moral, independiente y especializada, acreditada, que apoyará a las micro, pequeñas y medianas empresas en el diagnóstico, gestión y seguimiento de un financiamiento.

Fondo de garantía.

El depósito, en un fideicomiso, de recursos monetarios aportados por instituciones públicas y/o privadas, con objeto de garantizar el cumplimiento de una obligación de pago, buscando mejorar las condiciones del crédito para las micro, pequeñas y medianas empresas que resulten beneficiadas.

Incubadora.

Los centros de apoyo a emprendedores que facilitan la creación de empresas mediante servicios integrales de articulación y acompañamiento empresarial para el desarrollo y/o puesta en marcha de su plan de negocios, evaluando su viabilidad técnica, financiera, de mercado y con orientación a las vocaciones productivas, regionales y sectoriales, y que convencionalmente proveen espacios físicos, acceso a equipo, de capacitación y asesoría en aspectos administrativos, de logística, de mercado, de acceso al financiamiento, así como servicios de información y apoyo técnico.

PYMES y MIPYMES:

Las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas, legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida en la fracción III del artículo 3 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, conforme a lo siguiente:

Estratificación por número de empleados

Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro empresa	0 – 10	0 – 10	0 – 10
Pequeña empresa	11 – 50	11 – 30	11 – 50
Mediana empresa	51 – 250	31 – 100	51 – 100

Expertos en comercialización.

Profesionales especialistas en la comercialización de productos y servicios en el mercado global, con experiencia comprobada en el ramo.

TARIFAS EN VIGOR

Autorizadas por el artículo 299, párrafo segundo de la Ley No. 12, que reforma y adiciona diversas disposiciones de la Ley No. 9 de Hacienda del Estado

CONCEPTO	TARIFA
1. Por palabra, en cada publicación en menos de una página	\$ 3.00
2. Por página completa	\$ 1,305.00
3. Por suscripción anual, sin entrega a domicilio	\$ 1,902.00
4. Por suscripción anual, enviado al extranjero	\$ 6,642.00
5. Por suscripción anual, dentro del país	\$ 3,684.00
6. Por copia:	
a).-Por cada hoja	\$ 3.00
b).-Por certificación	\$ 24.00
7. Costo Unitario por ejemplar	\$ 10.00
8. Por número atrasado	\$ 37.00
9. Por página completa de autorización de fraccionamiento	\$ 326.00

Se recibe

No. del día	Documentación por publicar	Horario
Lunes	Martes Miércoles	8:00 a 12:00 hrs. 8:00 a 12:00 hrs.
Jueves	Jueves Viernes Lunes	8:00 a 12:00 hrs. 8:00 a 12:00 hrs. 8:00 a 12:00 hrs.

LA DIRECCIÓN GENERAL DEL BOLETIN OFICIAL Y ARCHIVO DEL ESTADO LE INFORMA QUE PUEDE ADQUIRIR LOS EJEMPLARES DEL BOLETÍN OFICIAL EN LAS AGENCIAS FISCALES DE AGUA PRIETA, NOGALES, CIUDAD OBREGÓN, CABORCA, NAVOJOA, CANANEA Y SAN LUIS RÍO COLORADO.

REQUISITOS:

- Sólo se publican documentos originales con firma autógrafa.
- Efectuar el pago en la Agencia Fiscal

BOLETIN OFICIAL

Director General: Jesús Armando Zamora Aguirre

Garmendia No. 157 Sur, Tels. (662) 2-17-45-96 y Fax (662) 2-17-05-56

BI-SEMANARIO