

La importancia de las empresas naturales frente a las empresas extranjeras (El caso de la región de Tehuacán, Puebla)

*Lorenzo Salgado García¹,
Pedro M. García Caudillo²,
Mario H. Hidalgo Soria³*

Introducción.

La globalización es un proceso económico-social complejo que parte desde la posguerra, posteriormente fue retomada e incorporada como política central del consenso de Washington aplicada en bloque a todos los países miembros y no miembros de esta organismo por características propias del sistema capitalista mundial. Los espacios económicos y financiero mundial que busca el establecimiento de un marco de libre circulación de mercancías y de recursos financieros sin restricciones (De Matos, 2000).

En décadas pasadas, la llamada Comunidad Internacional, predominantemente de los países ricos (Grupo de los Siete, Club de París, Club de Roma etc.) , salvo los países con una orientación socialista, han constituido diversos mecanismos de carácter global o regional en la búsqueda por integrar acuerdos que permitieran a los mercados una mayor participación en las economías nacionales; el GATT, como mecanismo de negociación sobre aranceles y libre comercio, desempeño un papel fundamental en este objetivo de las empresas; por su parte, la OCDE, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico de los 24 países con mayor desarrollo económico; las Comisiones Económicas Regionales de las Naciones Unidas y, a nivel continental y sub continental el ALCA y el Plan Puebla Panamá o el Plan Colombia, se encuentran en esa tesitura a nivel regional, anclada al proceso global. En el ámbito financiero, los mecanismos de acceso a recursos financieros institucionales para el establecimiento y fortalecimiento de la “*mipymes*” han sido el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional, el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Interamericano de Reconstrucción y Fomento, es decir, los llamados organismos multilaterales.

¹ Profesor Investigador , Facultad de Economía de la BUAP. salgado@eco.buap.mx

² Profesor Investigador, Facultad de Economía de la BUAP. pedrogc@eco.buap.mx

³ Alumno en la maestría de Economía de la BUAP.

El siguiente trabajo tiene como objetivo plantear, primero la importancia de la empresa natural en el contexto de la microempresa de la región de Tehuacán, Puebla, México, lugar que se ha caracterizado por ser un valle con gran impacto económico con respecto al resto de las demás regiones socioeconómicas del Estado de Puebla y de la zona metropolitana de la Ciudad de Puebla (ZMCP), como área central del Estado. Segundo, evolución y desarrollo de la microempresa ante la inversión extranjera directa (IED), finalmente presentamos algunas conclusiones del trabajo de investigación que aún se encuentra en marcha. Por último, señalamos la política de apoyo de parte del Gobierno para impulsar el desarrollo de las mipymes de la región y evaluar su potencial productivo para reducir la brecha existente entre las grandes, pequeñas y medianas empresas de la región o valle de Tehuacán.

El contexto de las empresas naturales en la Región de Tehuacán.

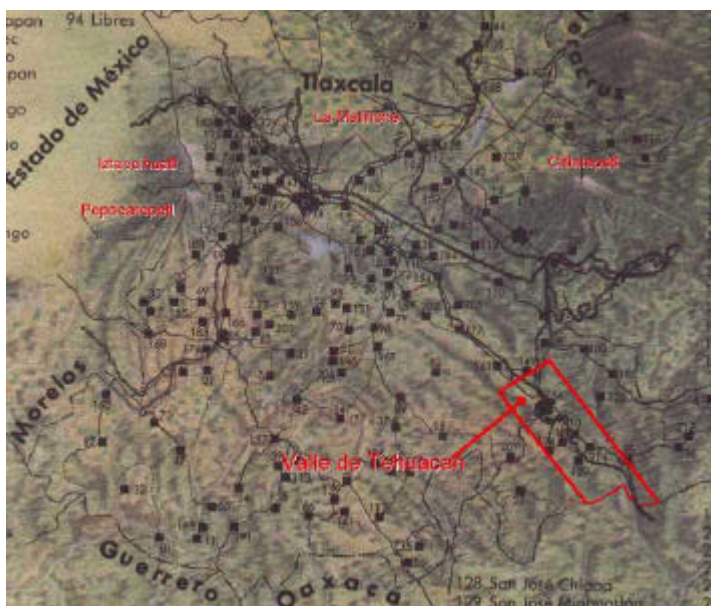
La Ciudad de Tehuacán, es el segundo municipio más grande del estado de Puebla⁴. Se encuentra ubicada a 120 kilómetros de la ciudad de Puebla, que es la capital política del estado. Cuenta con una superficie de 502 kilómetros cuadrados, limita con los municipios de Santiago Miahuatlán, Ajalpan, Chilac, San Martín Atexcal, Altepexi, San Antonio Cañada, Zapotitlán Salinas, Nicolás Bravo, Vicente Guerrero y Tapanco de López. Está conformado por 99 colonias y 72 fraccionamientos, además de los asentamientos irregulares, que se encuentran ubicados en la cabecera municipal y sus 12 Juntas Auxiliares. En el municipio habitan 226,258 personas, divididas en 108,178 hombres y 118,080 mujeres. La Población Económicamente Activa es de 60,915 hombres y de 50,917 mujeres, que suman un total de 111,832 personas. La población del municipio de Tehuacán representa el 4.5 por ciento de la población total del estado, que se ubica en un total de 217 municipios que conforman Puebla. Tehuacán registra una tasa anual de crecimiento de 4.6 por ciento desde 1995, mientras que la tasa media estatal de crecimiento es de 2.6 por ciento.

Por lo tanto, la dinámica de producción de la región, la ubicamos en el marco de la globalización, la cual está considerada como una etapa del desarrollo capitalista que antepone como solución ante las crisis del sistema del libre comercio y movilidad del capital financiero; acentúa las disparidades existentes con una doble naturaleza: a) la dinámica de acumulación de capital como carácter objetivo con una base material y técnica liderado por

⁴ El municipio de Tehuacán Puebla, se considera en términos de población como el segundo en importancia y eso nos permite señalar su relevancia para el estudio y continuar con la investigación documental y de campo que actualmente se realiza a nivel regional. Después de Puebla, se encuentra por el tamaño poblacional y de su actividad económica, fundamentalmente la textil en la Actualidad, aunque en el pasado y de origen fue el maíz.

la tecnología de la información y comunicación y b) el carácter subjetivo de ser un sistema unipolar a escala global. Así, la globalización, se ha caracterizado por reestructurar las economías locales y de diseñar el funcionamiento de la economía mundial regionalizándola desde la década de los 80s.

Vista panorámica de la región del valle de Tehuacán.



Fuente: google.com.mx

Este proceso, modificó los patrones de producción al pasar de modelos tradicionales y de interdependencia económica entre las naciones, particularmente en lo que se refiere a los patrones de comercio e inversión internacional. Esto ha incrementado la competencia de la economía mundial y la incertidumbre en su desempeño de las regiones, además de recomponer las economías nacionales y su integración económica supranacional y subnacional.⁵

A nivel subnacional, la reorganización económica y regional se ha formado en bloques económicos por la competencia en el proceso productivo; segundo, los ajustes de reestructuración regional. Así, El valle de Tehuacán se ha convertido en las últimas décadas en el espacio de oportunidades de producir un conjunto de productos naturales regionales que aún son posibles su rescate para mantener las “empresas naturales” que generan

⁵ Asuad, Normand E. En “Economía regional y urbana. Introducción a las teorías, técnicas y metodologías básicas”, BUAP y El Colegio de Puebla, México, 2001, p.16

empleo y son seguras al no permitir la introducción de capital extranjero. La importancia de la empresa natural se manifiesta en la medida que los jóvenes de la región tienen excelentes expectativas de desarrollo y una posibilidad de empleo⁶, pero esa posibilidad se puede ver opacada por las empresas de capital extranjero al no permitir el crecimiento y fortaleza que tienen las empresas locales en el desarrollo económico de la región; con ello, se muestra más el apoyo hacia las transnacionales y plantea el precedente para lograr un repunte de las mismas con el objetivo de mejorar la situación del lugar donde se establecen frente a la empresa local. Así, La empresa es una unidad económica de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo) principalmente, persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado (Andersen, 1999).

Características generales de la unidad económica.

Se refiere a las características que debe reunir una unidad de producción (unidad económica). En este concepto, existen opiniones diversas para referirse a lo que se considera como la microempresa con respecto a las empresas pequeñas y medianas, lo importante de ello, es que nos referimos a una sola cuestión que es la unidad de producción y su interactuar en la región. Por lo tanto, algunas características que debe y tiene la unidad de producción de la región son las siguientes:

Cuentan con recursos humanos, de capital, técnicos y financieros.

Realizan actividades económicas referentes a la producción, distribución de bienes y servicios que satisfacen necesidades humanas.

Combinan factores de producción a través de los procesos de trabajo, de las relaciones técnicas y sociales de la producción.

⁶ En declaración propia de los trabajadores jornaleros, peones, amas de casa, etc. (2007). Muchos jóvenes de mi pueblo, como mis sobrinas y sobrinos que tienen de 20 a 25 años ya están trabajando en las maquiladoras de Vicente Guerrero y en las de Tehuacán. Ellos viven temporalmente en la ciudad rentando cuartos. Nosotros venimos a San Diego Chalma o Ajalpan a trabajar como jornaleros agrícolas porque en el pueblo no hay trabajo en el campo, sólo el que hacemos en nuestras propias milpas. Allá en la Sierra el jornal está a 40 pesos diarios y ganamos unos 200 pesos a la semana para mantener a la familia. Aquí en el Valle nos pagan 75 pesos por día, pero es muy pesado porque trabajamos de seis de la mañana a seis de la tarde en la siembra de chiles miahuatecos, pepinos, calabazas y otras hortalizas. En los meses en que se hace la zafra de la caña, muchos campesinos de la Sierra Negra nos vamos a trabajar a Veracruz. Vamos a cortar caña a los ingenios de Motzorongo, San José de Abajo, La Margarita y Omealca. El corte de caña es trabajo pesado, porque hace mucho calor y hay que cargar al hombro. Ahí, macheteándole duro ganamos unos 100 pesitos diarios, pero si es madriza. También hemos trabajado en el ingenio de Calipam, aquí en el valle y es lo mismo. Hemos trabajado en el ingenio de Izúcar de Matamoros y es igual.

Planean sus actividades de acuerdo a los objetivos que desean alcanzar.

Son una organización social muy importante que forman parte del ambiente económico y social de un país.

Son un instrumento muy importante del proceso de crecimiento y desarrollo económico y social.

Para sobrevivir debe de competir con otras empresas, lo que exige: modernización, racionalización y programación.

El modelo de desarrollo empresarial reposa sobre las nociones de riesgo, beneficio y mercado.

Es el lugar donde se desarrollan y combinan el capital y el trabajo, mediante la administración, coordinación e integración que es una función de la organización.

Una pregunta necesaria para el tema de investigación es ¿Por qué es importante la empresa natural en la región de Tehuacán? , Para responder a la pregunta es necesario que se pueda observar los siguientes datos del cuadro.

Cuadro uno. Comportamiento de los sectores económicos.

Sectores	Trabajadores por sector.
Comercial.....	42,619
Trabajadores en el sector industrial.....	49,788
Trabajadores en el sector servicios.....	19,425
Total.....	111,832
Trabajadores por tamaño de empresa	
En empresas grandes y medianas.....	48,075
En microempresas.....	47,133
En empresas pequeñas.....	16,664
Total.....	111,872

Fuente. Censo Económico Municipal de Tehuacán. Ayuntamiento Municipal de Tehuacán 1999 - 2002.

Desde esta perspectiva de la empresas y según los propios datos del censo económico del municipio registra que, las industrias más importantes de Tehuacán son: la del vestido en especial la maquiladora de exportación, las embotelladoras de refresco, la producción de vacunas para aves para exportación, la producción de alimento para animales, la producción de ónix y jarcia, la producción ganadera que consta de los sectores: avícola-huevo y pollo de

engorda, bovina, caprina, equina, piscícola y porcícola, además del notable y reciente crecimiento de la industria del calzado.

Nuestra estimación del universo de maquiladoras es de 700 aproximadamente. El ayuntamiento sólo tiene registradas 248 empresas del sector. En el sector comercial trabajan 42,619 personas, en la industria se emplean 49,788 y en el sector de servicios laboran 19,425. La mayoría de la gente se emplea en empresas medianas y grandes, donde laboran 48,075 personas. *La microempresa es el segundo giro empresarial que genera empleo con un total de 47,133 trabajadores.* El último lugar lo ocupa la pequeña empresa con un padrón de 16,664 empleados. Esto demuestra por que la investigación en microempresas es importante su rescate frente a las grandes empresa.

Por su parte, la empresa extranjera, al llegar a cierto lugar se establece para controlar el mercado, el dominio de este y explotarlo hasta donde sea posible, también para obtener mano de obra barata y con ello ampliar su margen de utilidad económica en la región. Contrario a ello, las empresas naturales, son el respaldo con los que cuenta cada región para hacer frente a una situación económica crítica en cada uno de los momentos desde su instalación, hasta el término del producto; por su tiempo de operación, las empresas extranjeras seguirán operando los procesos productivos; pero la empresa natural, puede también operar los procesos hasta que se declaren en quiebra o la familia que las opera desaparezca. Además, las empresas locales son más aptas para permanecer en el área, proporcionando una fuente de empleo a largo plazo, reducen el alto nivel de fracaso y revitalizan las economías locales.

Las regiones tienen una especialización muy particular por su potencial productivo que representa un proceso natural al rescatar una gran cantidad de materias primas que la misma región es capaz de proporcionar a las mipymes, solo es necesario observar cual es su papel frente a las grandes empresas y explotarlo, hacer que las condiciones sean favorables para ello y con esto, detonar la economía local. Existen potencialidades de cada región, sin importar en qué país nos encontremos, se puede explotar el sector turístico, artesanal, servicios como es el caso de la región de Tehuacán.

Las mipymes y la empresa natural.

En la actualidad los Gobiernos locales (los municipios), se preocupan por sustentar la generación de empleos en las microempresas, en términos de que ocupan el segundo lugar más importante en términos la producción económica y generación de empleos locales. Estas empresas deben ser las que mantengan características similares entre sí y en lo general mantienen una asimetría con el resto de las medianas y las pequeñas empresas en el espacio estudiado, para ello, se mencionan algunas características como:

Características generales:

El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad. Los propios dueños dirigen el rumbo de la empresa, es decir, se tiene una administración empírica.

Aunque utilizan maquinaria, se basan primordialmente en el trabajo y no tanto en el capital. Dominan y establecen un mercado amplio, no siempre suele ser local o nacional, generalmente producen para el mercado nacional y cuando las circunstancias lo permiten exportan.

El número de empleados oscila entre 15 y 250.

Sigue un proceso de crecimiento pues la pequeña aspira a ser mediana y esta aspira a ser grande.

Ventajas:

Fácil conocimiento de empleados y trabajadores, facilitando resolver los problemas que se presentan (por la baja ocupación de personal).

La planeación y organización no requiere de mucho capital.

Producen y venden artículos a precios competitivos (ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas).

Cuentan con buena organización, permitiéndoles ampliarse y adaptarse a las condiciones del mercado.

Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.

Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.

Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generar empleos.

Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.

Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.

Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal de o los dueños del negocio.

Desventajas:

Les afecta con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación.

Viven al día y no pueden soportar períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.

Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosos de las visitas de los inspectores.

La falta de recursos financieros los limita, ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento.

Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la realizan los propios dueños.

Por la propia inexperiencia administrativa del dueño, éste dedica un número mayor de horas al trabajo, aunque su rendimiento no es muy alto.

No contrataran personal especializado y capacitado por no poder pagar altos salarios.

La calidad de la producción no siempre es la mejor, muchas veces es deficiente porque los controles de calidad son mínimos o no existen.

No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.

El problema fundamental en México es el financiamiento para las Mipymes, es la falta de apoyo por parte de las instituciones financieras nacionales y más aún las internacionales.

Algunos de los problemas a los que se enfrentan las mipymes son: un empresario decide

abrir un negocio y en promedio las autoridades tardan 52 días para llevar a cabo gestiones y trámites [...] también existen desequilibrios en cuanto a la inversión extranjera se refiere [...] (Rodarte, 2001).

Una fuente de financiamiento alternativo sería el obtener recursos vía mercado de valores. Este mercado es mejor conocido como *mercado intermedio* y su propósito es ofrecer recursos a las empresas para que puedan satisfacer sus necesidades de capital para la realización de proyectos de largo plazo y reducir el costo de financiamiento. Según el Diario Oficial de la Federación del 30 de diciembre (2002), la estratificación de las empresas por número de trabajadores es:

Cuadro 1. Estratificación de las empresas por número de trabajadores

Sector / Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	1 – 10	1 – 10	1 – 10
Pequeña	11 -50	11 -30	11 -50
Mediana	51 -250	31 – 100	51 – 100
Grande	251 en adelante	101 en adelante	101 en adelante

Fuente: NAFIN.

En 1999 existían en promedio 2.844.308 empresas en México de las cuales se encontraban distribuidas de la siguiente manera: el 95.7% de tamaño micro, 3.1% pequeñas, 0.9% las medianas y sólo el 0.3% son grandes empresas. Según datos del Censo Económico del Estado de Puebla, (INEGI,2004) son 3.005.157 empresas, con una variación del 7.1% con respecto al Censo anterior, donde el 95% está compuesto por las de tamaño micro, 3.9% pequeña, 0.9% mediana y solo el 0.2% la grande empresa.

Como podemos observar las microempresas disminuyeron su representación porcentual en un 0.7%, en cambio a las empresas de tamaño pequeño que aumento su proporción en un 0.8%, las de tamaño pequeño se mantuvieron constantes en participación porcentual y por último la participación de las grandes empresas disminuyo 0.1%. De lo anterior también

podemos observar que las mipymes en México representan el 99.8% de las empresas, a diferencia de que en EE.UU. representan el 95% (SBA) y en España el 99% (INE)⁷.

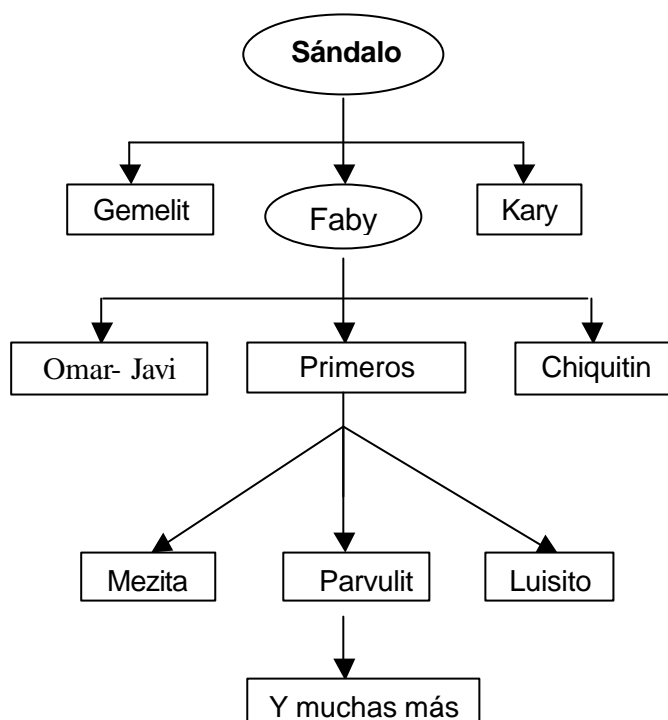
Las empresas naturales en la región de Tehuacán.

La breve recopilación de datos del sector zapatero en Tehuacán se trata de ver la importancia que ha tenido este sector en el desarrollo de la ciudad y de sus habitantes, el impacto económico sobre los mismos y como se verá más adelante sobre el mercado nacional. Existe un hecho importante de carácter general que es necesario mencionar para poder entender el desarrollo del trabajo: si bien es cierto que ahora existen alrededor de 150 talleres (fábricas) de zapato, todos provienen de un mismo origen como si fuera un árbol genealógico. Es decir, algún empleado se independiza y crea su propio taller; a su vez, un empleado suyo se independiza y crea su propio taller y así sucesivamente (ver la figura geológica)⁸.

Según los datos recopilados, el primer taller existente se inició en 1972 en la ciudad de Tehuacán, fue de don Artemio López (+) creador de la marca "Sándalo" y de las tiendas "Aldi", "Aldi papos" entre otras. Don Artemio fue un joven descendiente de familia económicamente agraciada, por lo que logró montar su taller; originalmente se establece en la calle Álamo entre 5 y 7pte (aun se encuentra ahí). Como sucede en todos los talleres se empieza con máquinas y materiales básicos para la producción. De los obreros que de ahí se independizaron tenemos a Don Héctor López dueño de la reconocida marca "Faby", que es una empresa con mayor despunte comercial y también porque es la "escuela" de la mayor parte de los talleres Tehuacanos. El siguiente esquema nos muestra el origen de los talleres más conocidos de la ciudad.

⁷ El tamaño de empresa y su clasificación puede variar según sea el caso específico de cada uno de los países, por ejemplo, desde el concepto hasta lo que propiamente podría significar en términos de su producción o número de empleados que tiene, varía para los países desarrollados y emergentes.

⁸ Esto indica que la mayoría de la gente se emplea o en empresas medianas y en los grandes consorcios empresariales como Grupo Navarra del sector de la industria del vestido, o en negocios pequeños y familiares, muchos de autoempleo y catalogados como actividades económicas informales, tales como vendedores ambulantes por ejemplo, que SECOFI define como microempresas, y que son los "changarros" de los que habla el gobierno federal. La industria del sector micro emplea a más mujeres con un total de 24,254 trabajadoras, mientras que la industria mediana y grande emplea a más hombres con un total de 28,128 empleados.



Colocar todos los talleres es imposible, incluso hoy se desconoce la existencia de algunos, el dibujo anterior es por orden de aparición según los informes de los talleres. La marca "Omar-Javi", propiedad de Don Benjamín Aguilar, es un taller originalmente familiar (como el caso de muchos más en Tehuacán) es decir, donde laboraban familiares del dueño y donde el dinero para la inversión es proporcionado familiarmente. Es una empresa que oscila entre los 12 y 15 años de existencia. La historia de este taller como la de muchos otros, es de superación en base al trabajo y a la calidad de sus productos, de taller familiar pasó a tener obreros especializados en cada parte del proceso de fabricación; así mismo se tenían máquinas cuyo funcionamiento requerían principalmente de la fuerza humana para desempeñar su labor (en los talleres pequeños aún existe este tipo de maquinaria) y ahora se tienen máquinas de sistema automático que facilitan el trabajo y lo agilizan pues no requieren fuerza humana para funcionar, ya que con un simple "clic" realizan todo el trabajo. Esto abarata costos de producción así como de traslado, los productores Tehuacanos venden sus productos en León, ahí se revenden, pero también se distribuyen en todo el país, es cierto que no se ha logrado la independencia que se tiene con León Gato., pues la ciudad sigue siendo la vitrina para los productos de Tehuacán. Por su parte, Omar-Javi comercializa

su producto en el sureste del estado de Veracruz, Tabasco, Chiapas, Campeche, San Luis Potosí, Oaxaca, Michoacán, Edo de México, DF, además de firmas como Soriana y Pakar.

El período de auge del sector maquilero en la ciudad se da a la par del sector zapatero por lo que muchos talleres crecieron de la misma forma, se posicionaron y lograron ser reconocidos por propios y extraños (los que se dedican a este negocio). Los modelos, materiales, insumos y todo lo necesario para la producción de calzado (en cuanto a Omar-Javi) han sufrido una transformación benéfica. Omar-Javi en un principio producía alrededor de 1000 pares quincenalmente que se distribuían en el sureste de Veracruz y Tabasco, cuyos insumos provenían de León en su totalidad.

La población volvió a emigrar a EEUU; ahora podemos hacernos la siguiente pregunta: ¿Quién labora en los talleres? Pues los jóvenes que aun no pueden ir a EEUU, las personas mayores y personas de edad media que tienen hijos y que son ellos los que les impiden irse, así como chavos que no se animan a irse a EEUU. Los sueldos oscilan entre \$600 y \$1200 semanales según la función que desempeñen dentro de la empresa. Estos sueldos son muy superiores a los que se ofrecen por ejemplo como empleado de mostrador u otros oficios. Esta situación, coloca a la empresa natural de la región en un estado muy endeble ante los procesos globales y el bajo impacto de las políticas de apoyo y financiamiento de parte del Gobierno para proteger y estimular el desarrollo de la mipymes (microempresa) en medio local.

Conclusiones.

De acuerdo a las características de la región de Tehuacán, si se mantiene la actual política de no reconocer la importancia de la mipymes de la región y se opta por la tendencia irreversible del comportamiento de la inversión extranjera directa (IED) en aumento y sustituyendo funciones de las microempresas de la región y permite el gobierno el libre acceso de los capitales de las empresas transnacionales dará lugar a menor productividad de las empresas naturales, en consecuencia pueden en el mediano plazo desaparecer por diversas razones entre las que tienen más peso son las de competencia, lo que significa para la región en el futuro atraso para la economía de la región y de manera más concreta para la economía local. Dejar el crecimiento económico de un país o región en manos de las empresas extranjeras sería como firmar un cheque en blanco a los vecinos del norte, lo que nos obliga a los ciudadanos de la región privilegiar las políticas locales para el logro del desarrollo económico endógeno y privilegiar los intereses locales. El gobierno mexicano por su parte debe crear bases sólidas para la implementación, conducción, apoyo y realización sustentable de empresas naturales, pues ellas son la base del éxito de las economías de la región. Los gobiernos municipales deben hacer un estudio sobre los detonantes económicos de su comunidad con el objetivo de tener una participación más activa en la gestión e implementación de políticas públicas encaminadas al fortalecimiento de las empresas naturales (microempresas) de las diferentes microrregiones que existen en el país, en particular de la región de Tehuacán puebla.

Bibliografía.

BANAMEX: www.banamex.com

BANORTE: www.banorte.com

BBVA-Bancomer. Servicio de estudios económicos BBVA: www.bancomer.com.mx

Censo General de Población y Vivienda, (2000). INEGI. México, D.F.

Censo Económico Municipal de Tehuacán (1999,2002). Ayuntamiento Municipal de Tehuacán.

Contacto PYME: www.contactopyme.gob.mx

Creaciones Omar-Javi H Ayuntamiento de Tehuacán

Fondo PYME www.fondopyme.gob.mx

HSBC-BITAL: www.bital.com.mx

INEGI. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Censos Económicos 2004: www.inegi.gob.mx

NAFIN. Nacional Financiera: www.nafin.gob.mx

Jiménez, Juan Ambrosio. (2001) Tehuacán primer lugar en analfabetismo, de El Mundo de Tehuacán, 6 de noviembre.

Revista Economía (2005). Encuesta Empresarial Internacional 2005 de Grant Thornton. Marzo, Año 3, Núm. 3: www.ssgt.com.mx

SANTANDER-SERFIN: www.santander-serfin.com

Paredes, Colín Joaquín (1910). Apuntes Históricos de Tehuacán; Acta de Cabildo de Tehuacán del 16 de marzo de 1660.

Portafolios Informativo de Tehuacán para Inversionistas (1999,2002). Tehuacán en cifras. Ayuntamiento Municipal de Tehuacán.

www.cepal.org.

www.fmi.org.