

# ACTIVIDADES ECONÓMICAS ARTESANALES EN OASIS

Una alternativa estratégica  
en zonas rurales sudcalifornianas

Francisco Isaías Ruiz Ceseña  
y  
Mauro Alejandro Monroy Ceseña



Universidad Autónoma  
de Baja California Sur

UNIVERSIDAD DE  
GUANAJUATO



Ediciones  
Universitarias

# **Actividades económicas artesanales en oasis: Una alternativa estratégica en zonas rurales sudcalifornianas**

Francisco Isaías Ruiz Ceseña  
y  
Mauro Alejandro Monroy Ceseña



Universidad Autónoma  
de Baja California Sur

UNIVERSIDAD DE  
GUANAJUATO



Ediciones  
Universitarias

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA SUR

DR. DANTE ARTURO SALGADO GONZÁLEZ  
Rector

DRA. ALBA ERITREA GÁMEZ VÁZQUEZ  
Secretaria General

DR. ALBERTO FRANCISCO TORRES GARCÍA  
Secretario de Administración y Finanzas

LIC. JORGE RICARDO FUENTES MALDONADO  
Director de Difusión Cultural y Extensión Universitaria

LIC. LUIS CHIHUAHUA LUJÁN  
Jefe del Departamento Editorial

Este libro fue evaluado por pares académicos bajo arbitraje “doble ciego” de conformidad con la normatividad de la Universidad Autónoma de Baja California Sur. Los dictámenes son resguardados en los expedientes de la editorial universitaria.

D. R. © FRANCISCO ISAÍAS RUIZ CESEÑA Y MAURO ALEJANDRO MONROY CESEÑA

D. R. © UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA SUR,  
Carretera al sur km. 5.5, La Paz, BCS

D. R. © UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO,  
Lascuráin de Retana núm. 5, Centro,  
Guanajuato, Gto., México, C.P. 36000

Primera edición, 2022

ISBN UABCS: 978-607-8654-90-1

ISBN UGto: 978-607-441-957-3

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de este libro puede ser reproducido, archivado o transmitido, en cualquier sistema –electrónico, mecánico, de fotorreproducción, de almacenamiento en memoria o cualquier otro–, sin hacerse acreedor a las sanciones establecidas en las leyes, salvo con el permiso escrito del titular del *copyright*. Las características tipográficas, de composición, diseño, formato y corrección son propiedad de la editorial.

Cuidado de la edición: Diana Rosario Beltrán Herrera

Diseño de portada: María del Carmen Camacho Rodríguez

Maquetación: Tania Jaqueline Espinoza Romero

Hecho en México

# Contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>8</b>
<b>Desarrollo de actividades económicas artesanales en Baja California Sur: Desde el emprendimiento conceptual a la vinculación social.....</b>	<b>10</b>
Perspectiva teórica acerca de emprendimiento .....	11
Emprendimiento bajo un enfoque de vinculación ....	22
Efecto universidad-empresa-sociedad.....	25
Emprendimiento y vinculación social .....	30
<b>Plan de negocios .....</b>	<b>32</b>
<b>Estudio técnico .....</b>	<b>39</b>
Composición del estudio técnico .....	43
Tamaño físico de la idea de negocio .....	44
Localización de la planta.....	46
Ingeniería del desarrollo de la idea de negocio .....	48
Análisis administrativo en el estudio técnico.....	50
<b>Estudio de mercado.....</b>	<b>52</b>
Objetivos del plan de mercadotecnia .....	56

Mezcla de mercadotecnia.....	57
<b>Diseño organizacional.....</b>	<b>63</b>
Reclutamiento de personal.....	67
Inducción, capacitación y evaluación del capital humano.....	69
<b>Caracterización de las comunidades asociadas a los oasis de San Javier, municipio de Loreto, oasis de Mulegé y San Ignacio, municipio de Mulegé.....</b>	<b>74</b>
Plan de ordenamiento territorial comunitario .....	76
Recuperación de procesos productivos .....	77
Descripción del área compuesta por los oasis de Mulegé, San Ignacio y San Javier .....	79
Geología.....	82
Edafología.....	83
Hidrología .....	84
Clima.....	85
Temperatura .....	86
Precipitación .....	88
Fauna.....	89
Flora .....	91
Características socioeconómicas .....	93
Población.....	94

**Actividades productivas artesanales en los oasis  
de San Javier, municipio de Loreto, y oasis  
de Mulegé y San Ignacio, municipio de Mulegé .....96**

Cebolla (oasis de San Javier, municipio de Loreto) .97

Metas.....	100
Descripción del producto .....	101
Análisis del mercado.....	106
Características del mercado local.....	111
Análisis de la oferta y demanda .....	112
Productores locales de cebolla (competencia) .....	113
Precios.....	115

Dátil (oasis de Mulegé y San Ignacio,  
municipio de Mulegé)..... 116

Descripción del producto .....	120
Mercado .....	123
Análisis de la demanda .....	124
Análisis de la oferta.....	126
Canal de distribución .....	126
Estudio técnico.....	127
Necesidades técnicas.....	128
Estudio organizacional.....	130

Tejido de palma (oasis de Mulegé y San Ignacio,  
municipio de Mulegé)..... 132

Análisis del mercado.....	133
Análisis de la demanda y oferta .....	134
Estrategia de comercialización.....	136
Sustentabilidad ambiental .....	141

Proceso productivo de petates y derivados de tejido artesanal población de Mulegé del municipio de Mulegé, BCS .....	143
Recomendaciones para productivos de petates y artesanías diversos de tejido.....	147
Estrategia y logística de comercialización .....	149
Empresas integradoras .....	154
<b>Conclusiones .....</b>	<b>158</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>162</b>
<b>Acerca de los autores .....</b>	<b>177</b>

# Introducción

La presente obra es resultado de un proceso de investigación realizado a través de los proyectos que se han llevado a cabo en los oasis más representativos de Sudcalifornia, y pretende complementar a una obra que le antecede, la cual aborda, justamente, el trabajo realizado en las localidades aledañas a los principales puntos de oasis en la entidad.

El libro se ha dividido en dos rubros, el primero ilustra el deber ser respecto al trabajo orientado a generar oportunidades de negocios en cualquier mercado, mientras que el segundo otorga una visión de aquellas actividades económicas artesanales que han sido detectadas en los oasis

del norte de la entidad, por un lado, como oportunidad de generación de ingresos para las comunidades y, por otro, como una forma de preservación no solo natural, sino además cultural de estos importantes sitios, los cuales han dado origen a las distintas comunidades que conforman Sudcalifornia.

Se espera que este trabajo sirva de inspiración tanto a jóvenes como a posibles inversionistas y habitantes de estos lugares, con miras a generar emprendimiento que contribuya al desarrollo local de Baja California Sur.

# **Desarrollo de actividades económicas artesanales en Baja California Sur: Desde el emprendimiento conceptual a la vinculación social**

Tu tiempo es limitado, así que no lo desperdicias viviendo la vida de alguien más. No te dejes atrapar por el dogma, que es vivir con los resultados de los pensamientos de otras personas. No dejes que el ruido de las opiniones de otros ahogue tu voz interior. Y lo más importante: ten el coraje de seguir a tu corazón e intuición. De algún modo ellos ya saben lo que realmente quieres ser. Todo lo demás es secundario

Bill Gates

Independientemente del ámbito donde se pretende detonar una actividad económica, sea en lo urbano o lo rural, se busca lograr la generación de fuentes de ingresos que contribuyan al desarrollo econó-

mico local, por tanto, es importante partir desde las bases conceptuales teóricas necesarias para que dicho esfuerzo pueda cimentarse en conocimiento generado desde la visión de la administración de empresas y negocios.

Con tal propósito es trascendental la comprensión del concepto de emprendimiento, entendido no solo como un esfuerzo de carácter individual sino colectivo, que se relaciona con la vinculación entre empresas, universidades (o instituciones de educación superior) y la sociedad misma, esto conlleva a la conformación de una vinculación social real que permita el eslabonamiento entre los distintos actores sociales en búsqueda del bienestar común.

## **Perspectiva teórica acerca de emprendimiento**

Hablar o escribir del término “emprendimiento” desde una perspectiva académica o productiva no es una tarea sencilla, debido a diversos factores

que sostienen a nivel pragmático y teórico el concepto y su proceso plasmado en la sociedad. Este proceso de emprendimiento ha sido tema de debate e interés creciente en los últimos años en la academia, en vista de la iniciativa que ha generado desde diferentes áreas de la sociedad, bajo un enfoque de la economía, comportamiento organizacional, sociología, psicología, política, convivencia social, entre otras. Considerando este marco, el concepto emprendedor se dirige a designar al empresario y emprendimiento se refiere a todas aquellas competencias, habilidades y destrezas de las personas para realizar un proceso de negocio. En este sentido, Krauss (2011; citado por Durán, Márceles y Parra, 2015) menciona que el emprendedor es una persona que asume riesgos; es decir, una persona con mayor tolerancia al riesgo tendrá un mayor grado de enfrentamiento al riesgo y, por lo tanto, un menor grado de aversión a este. Esto implica que la persona tendrá menos temor en crear su propio

empleo y en generar emprendimiento. Para Gutiérrez (2009), el emprendimiento es la capacidad individual o grupal de realizar proyectos de acción en el marco de un contexto de oportunidades identificadas y que contiene la suficiente energía para organizar los medios y recursos para aplicarlo.

En el ámbito empresarial, el término emprendedurismo no es el descubrimiento del “hilo negro”, ya que, en los últimos años, un creciente número de investigadores han analizado dicho fenómeno empresarial con diferentes connotaciones al respecto. Tales investigaciones se justifican enormemente debido al interés existente acerca de la evidente contribución que dichos agentes han realizado al crecimiento económico, así como su efecto sobre el rejuvenecimiento del tejido productivo y la generación de nuevos empleos (OCDE, 1999, 2001). Desde el punto de vista de Frese y Rauch (2001), el debate respecto al emprendedurismo ha registrado una considerable

evolución en la última década, desde aquellos que intentan definir quién es un emprendedor e investigan a profundidad sobre aspectos relacionados a su personalidad, hasta quienes se enfocan en el proceso empresarial más complejo en el que intervienen e interactúan factores situacionales, sociales, culturales y económicos (Smith, Glasson y Chadwick, 2005).

De forma más general y con aceptación a nivel internacional, el emprendedor es aquella persona que detecta una oportunidad y crea una organización para encararla (Freire, 2005). De acuerdo a esta definición, todo emprendedor debe comprender su entorno, por lo que conocer un mercado competitivo y globalizado no solo se ve reflejado en el desempeño de las organizaciones destinadas a adquirir un interés económico, sino que, al mismo tiempo, requiere de la concepción e integración de conocimientos multidisciplinarios, ya que parte de un mundo complejo que inunda la actualidad social, donde las funciones de esta son

ejercidas a través de un liderazgo ético, con capacidades de velar no solo de su incidencia personal.

Ante la situación global actual, Paz, Prieto y García (2016) mencionan que emprender no es únicamente una oportunidad, sino una necesidad, puesto que, debido a su naturaleza creadora de riqueza, la acción de emprendimiento no solo tiene un sentido económico, al generar productividad, sino también posee una marcada connotación social, al crear fuentes de empleo, con lo cual se propician las condiciones para un crecimiento económico de forma equitativa que incluya y permita ser partícipe de los beneficios económicos a quienes menos ingresos tienen. Timmons y Spinelli (2007) consideran que los emprendedores están transformando el mundo, en razón de que generan el empleo tomando como principal sustento la innovación, reconocen las oportunidades, afrontan el riesgo y cambian o se adaptan a la economía; además, el factor cambio

es utilizado como una oportunidad de mejora económica, no como un factor anómalo. Bajo este enfoque, los emprendedores pueden ser un gerente profesional o un compañero de la empresa.

Emprender no es una tarea sencilla, ya que conlleva experimentar, el usar la creatividad para innovar y así detectar oportunidades donde nadie las ve; esto hace que el emprendedor sea un actor fundamental en la economía de la empresa y participe de la sociedad.

Para Rodríguez (2009), el emprendimiento se debe entender e interpretar desde diversas perspectivas, con el propósito de estudiar su complejidad, construyendo un discurso integral y multidisciplinario que establezca nuevas formas para su consulta, estudio y entendimiento. En este orden de ideas, la creación y consolidación de una empresa es sumamente parecida a una proyección del mercado; es decir, este prueba la capacidad de relación y de escucha, obligando al emprendedor a poner en práctica su convicción para implemen-

tar su proyecto, a vender su idea, a utilizar una denominación con sumo valor al cliente.

Al analizar el fenómeno “emprendimiento” desde una perspectiva de habilidades sociales, existen varios teóricos que refutan esta postura. En este sentido, las habilidades sociales son un conjunto de hábitos (a nivel de conductas, pero también de pensamientos y emociones) que le permiten al individuo mejorar las relaciones interpersonales, sentirse bien, obtener lo que quiere y conseguir que los demás no le impidan lograr sus objetivos. Por otro lado, cuando se habla de habilidades sociales, existe una incorporación de factores como la personalidad del individuo y su capacidad de dominar sus emociones ante diversas situaciones; las cuales son equivalentes a las habilidades sociales con las que cuenta una persona.

Para Matson (1983), las habilidades sociales son aprendidas y facilitan la relación con las otras personas; en estas se busca la reivindicación de

los propios derechos sin negar los derechos de los demás. El poseer estas capacidades evita la ansiedad en situaciones difíciles o novedosas. Además, facilitan la interpretación emocional y la adecuada conducción de grupos y manejo de conflictos. En este orden de ideas, Caballo (2005) considera que las habilidades sociales son un conjunto de conductas emitidas por un individuo en un contexto interpersonal que expresa los sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de ese individuo de un modo adecuado a la situación inmediata, respetando esas conductas en los demás, y que generalmente resuelve los problemas inmediatos de la situación mientras minimiza la probabilidad de futuros problemas.

Monjas (1999) cree que las habilidades sociales son las conductas o destrezas sociales específicas requeridas para ejecutar competentemente una tarea de índole interpersonal. Implica un conjunto de comportamientos adquiridos y aprendidos y no un rasgo de personalidad; son un con-