



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

**Rama:** Ciencias Sociales

**Posgrado:** Máster en Dirección y Administración de empresas

MBA

**Universitat Politècnica de Valencia**

**UPV**

**Trabajo Fin de Máster**

**TFM Título:**

Diseño de un plan de Exportación de Artesanías mexicanas de Arte  
Huichol de México a Europa

**Autora:**

Nancy Heredia

**Tutor:**

Antonio Gimenez Morera

**Alcoy – mayo 2017**

## INDICE GENERAL

RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
1. Planteamiento del problema .....	7
2. Objetivo general.....	9
3. Objetivos específicos .....	9
Capítulo 1.....	9
1. Introducción Marco Teórico .....	9
1.2 Marco Conceptual.....	9
Capítulo 2.....	13
2. Estudio de los productos a exportar .....	13
2.1 Análisis de la empresa Artesanía Huichol .....	13
2.1.1 Antecedentes .....	13
2.1.2 Visión.....	14
2.1.3 Misión .....	14
2.1.4 Objetivos .....	15
2.1.5 Objetivo de la empresa Artesanía Huichol .....	16
2.1.6 Imagen de la empresa .....	16
2.1.6.1 Logo.....	16
2.1.6.2 Slogan .....	16
2.1.7 Análisis FODA.....	16
2.2 Estudio de los productos a exportar .....	17
2.2.1 Información general del Arte Huichol .....	17
2.2.1.1 Características de la chaquira.....	18
2.2.1.2 Usos de la chaquira .....	18
2.2.2 Antecedentes del Arte Huichol con chaquira .....	19
2.2.3 Productos elegidos para exportar .....	19
Capítulo 3.....	26
3. Estudio de los posibles mercados .....	26
3.1 Introducción .....	26
3.2 Partidas Arancelarias .....	30
3.3 Estudio de los posibles mercados a seleccionar .....	36

3.3.1	Elección de los mercados a exportar .....	38
3.4	Estudio de los mercados seleccionados como destino: Alemania, España, Italia	38
3.4.1	Generalidades.....	38
3.4.2	Comercio bilateral entre México y Alemania .....	42
3.4.3	Comercio bilateral entre México y España .....	46
3.4.4	Comercio bilateral entre México e Italia.....	51
3.4.5	Acceso a los Mercados.....	52
3.4.5.1	Barreras Arancelarias y Acuerdos Comerciales.....	52
Capítulo 4.....		56
4.	Formas de negociación internacional y requisitos de aduana para exportar.....	56
4.1	Introducción a la negociación internacional.....	56
4.1.1	Aspectos culturales y de negociación de los países seleccionados, Alemania, España, Italia. ....	57
4.1.2	INCOTERMS.....	61
4.1.2.1	INCOTERMS 2010.....	62
4.1.2.2	Clasificación de los INCOTERMS .....	62
4.1.3	Tipos de Contratos Internacionales .....	65
4.1.3.1	Contrato de compraventa internacional.....	65
4.1.3.2	Importancia de elaborar un contrato de compraventa internacional.....	66
4.1.3.3	Aspectos a incluir en las cláusulas del contrato de compraventa internacional de mercancías.....	66
4.1.4.	Formas de pago internacional.....	66
4.1.4.1	Aspectos de la carta de crédito.....	67
4.2	Requisitos de aduana para exportar.....	67
4.2.1	Documentos para Exportar .....	68
Capítulo 5.....		68
5.	Formas de comercializar la mercancía y análisis financiero.....	68
5.1	Comercialización.....	68
5.1.1	Marketing Mix.....	68
5.1.1.1	Características del Producto .....	68
5.1.1.2	Estudio para asignar el Precio de exportación .....	70
5.1.1.2.2	Resultado del precio de exportación de las artesanías orientada al costo de producción .....	70
5.1.1.3	Logística comercial internacional.....	78

5.1.1.3.1 Envase .....	79
5.1.1.3.2 Embalaje y Empaque .....	79
5.1.1.3.3 Etiquetado del producto .....	79
5.1.1.3.4 Contenedor .....	79
5.1.1.3.5 Sistema de transporte .....	80
5.2 Estudio Financiero .....	81
5.2.1 Inversión que requiere la empresa Artesanía Huichol para exportar .....	81
5.2.2 Pronóstico de ingresos en cantidad y en euros de artesanías.....	81
5.2.2.1 Pronóstico de los ingresos totales de artesanías.....	87
5.2.3 Pronóstico de costos totales de producción en cantidad y euros de artesanías .....	88
5.2.3.1 Pronóstico de Costo total de las artesanías .....	90
5.2.4 Pronóstico de los gastos requeridos para operar.....	91
5.2.5 Pronóstico de gastos en sueldos y prestaciones .....	92
5.2.6 Estado de resultados proyectado .....	92
5.2.6.1 Periodo de recuperación .....	94
CONCLUSIONES.....	94
BIBLIOGRAFÍA.....	95
ANEXOS.....	97

## RESUMEN

México ha sido desde hace muchos años reconocido por su cultura y sus artesanías, tiene mucha historia y muchas etnias que lo representan. Las comunidades indígenas conservan sus costumbres y sus artesanías; las mismas que elaboran a mano y con mucha dedicación ya que no son trabajos sencillos, son muy elaborados y tardan días y hasta meses en terminar dependiendo la complejidad del artículo. Debido a esto ocupan un lugar importante en el comercio mexicano. Los turistas son importantes compradores de artesanías, pero el mismo pueblo mexicano gusta de ellas y también las adquiere. Sus piezas únicas y originales creadas con chaquira de vidrio principalmente dan a conocer esta cultura y preservarla, dando origen a empleos y emprendimientos productivos.

En este trabajo se propone un plan de exportación de artesanía huichol para la empresa Artesanía Huichol ubicada en Tepic, Nayarit, México con el fin de ayudar a los artesanos a generar mejores ingresos exportando sus artesanías al mercado internacional y así darlas a conocer en otras partes del mundo. El plan de exportación contiene los elementos que facilitan a la empresa elegir exportar su producto al comprobar la viabilidad y rentabilidad del mismo siendo una guía fácil que muestra la inversión inicial como el pronóstico de ingresos esperado y tiempo de recuperación.

## INTRODUCCIÓN

México es un país que conserva muy bien sus costumbres y es muy rico en cultura, existe una gran diversidad de productos artesanales, hechos completamente a mano y con distintos materiales, los cuales reflejan gran parte de la cultura popular mexicana.

Los artesanos mexicanos utilizan los recursos naturales de la región donde viven para la creación de sus diseños, y actualmente son exportados a diversas partes del mundo, teniendo una buena aceptación.

En México existen 62 etnias y cada una cuenta con sus características de arte popular, ya que cada una utiliza diversos materiales que los hacen únicos y que representan a cada estado del país. La mayoría de las veces la gente compra artesanías como detalle o souvenir de algún viaje para llevar a casa como recuerdo de algún lugar que visitaron.

Las artesanías en México son consideradas bienes culturales y patrimoniales, ya que, para la mayoría de las comunidades, sobre todo indígenas, obtienen de las artesanías su ingreso principal.

La artesanía mexicana es folclor, creatividad, y representa la diversidad cultural y riqueza de los pueblos y de los antepasados mexicanos, y éstos son los elementos que la hacen especial y que sea apreciada en el extranjero. Las artesanías mexicanas se venden muy bien en zonas turísticas nacionales y también en el mercado internacional tienen gran aceptación, por lo que es considerado un buen punto de venta y tiene potencial de crecimiento.

Los países con mayor demanda de artesanías mexicanas son: Canadá, Estados Unidos, Australia, Colombia, España, Italia y Alemania.

Con las artesanías mexicanas podemos demostrarle al mundo la calidad que tiene México en cosas artesanales, son cosas de primer nivel que al ser bien fabricadas muestran toda una cultura y al ser llevada al extranjero, ellos pueden apreciar el trabajo y dedicación que se lleva a cabo para realizarlos.

Las artesanías que se elaboran en México son una fuente de trabajo e ingreso para los artesanos que viven en zonas rurales, y además es una forma de representar internacionalmente a México, ya que las artesanías mexicanas representan la riqueza natural y la diversidad cultural que existe en el país.

Es importante buscar incrementar la venta de artesanías en el extranjero y abrir mercados para la exportación de artículos artesanales, para dar a conocer las artesanías mexicanas en diferentes lugares del mundo.

En la actualidad existen en el mercado artesanías mexicanas inspiradas en tradiciones centenarias de calidad, que han sido elaboradas con entusiasmo y

talento de los pueblos artesanos y que ayudan a abrir mercado nacional e internacionalmente. Este tipo de artesanías significativas pueden adornar una oficina, un restaurante, ocupar lugar en cualquier parte de la casa, un hotel, o simplemente como decoración de cualquier espacio y es un excelente regalo para el jefe los compañeros de trabajo, amigos, y para cualquier persona, se le está regalando un pedacito de México y ese es el verdadero valor agregado.



*Imagen 1. Cabeza de jaguar arte huichol*

*Fuente: Cartademexico.com*

## 1. Planteamiento del problema

La producción de artesanías en México depende mucho del turismo; para aumentar la rentabilidad del sector artesanal hay que incorporar estrategias de comercialización que permitan a los 12 millones de artesanos mexicanos participar en la promoción comercial de su producción para lograr mejores ingresos. Esto implica dar a conocer las artesanías mexicanas no sólo a los turistas que visitan México sino también llevándolas a otros países para que en otras partes del mundo cualquier persona pueda adquirir artesanías mexicanas incluso sin haber ido a México y que también les den ganas de visitar el país. Actualmente ya se exportan artesanías mexicanas a algunos países del mundo, pero el objetivo del proyecto es hacer un plan de exportación de las artesanías mexicanas a países de Europa.

En México, 12 millones de artesanos se dedican parcialmente a la producción de artesanías, sin embargo, solo 600,000 comercializan su producción a través del Fonart, fideicomiso público del gobierno federal que promueve la actividad artesanal en el país la cual forma parte de la Secretaría de Desarrollo Social.

Las nuevas economías latinoamericanas plantean la necesidad de modernizar tecnológicamente a las micro, pequeñas y medianas empresas (pymes) en los distintos sectores y hacer frente a los desafíos en la competencia internacional.

El sector artesanal está dentro de la clasificación de pymes, que económicamente constituyen el 99,8% de las empresas en México. Este tipo de organizaciones se encuentran por todo el país y el mundo, siendo un factor importante en el sistema económico, por contribuir al empleo y por su aportación al Producto Interno Bruto (PIB). En México, estas empresas generan el 52% del PIB y contribuyen con el 72% de los empleos formales (Secretaría de Economía, 2009). Las organizaciones del sector artesanal tienen las mismas problemáticas que las pymes pero aún mayor, ya que por la alta marginación en la que se encuentran, que están ubicadas fuera de los centros urbanos y del consumo directo o de fácil acceso, y cuentan con baja formación académica y escasa o nula formación empresarial.

La actividad artesanal comenzó hace muchísimos años, tiene sus orígenes en la prehistoria. En esa época, la elaboración de artesanías era la creación de productos específicos o personales y objetos útiles o de adorno y era sólo una forma de expresar la cultura. Tras la revolución industrial hubo cambios en Europa y en México, en la elaboración de artículos de uso particular y general, cambió la forma de producción y se dejó un poco de lado al sector agrícola y a la producción artesanal para impulsar la creación de grandes ciudades, y esto no fue positivo para todos ya que se marginó a los grupos más vulnerables, integrados por comunidades indígenas.

En pleno siglo XXI la actividad artesanal sigue vigente. En todo el mundo se siguen produciendo diversos productos y artículos artesanales que mantienen su cultura ancestral y contrastan con los producidos por la revolución tecnológica pero las divisiones socioeconómicas son muy notorias para esta actividad económica ya que aún existen zonas rurales en diferentes países en donde sus habitantes viven en condiciones de pobreza extrema y marginación como África y América.

Las pymes artesanales, en el contexto de la globalización, son una alternativa válida para estos grupos sociales, en donde se genera empleo aprovechando el potencial creativo y artístico que desde la época prehispánica tienen los pueblos indígenas. Esta es una oportunidad para dar propuestas y estrategias de comercialización internacional, exportar sus productos a otros países, con el propósito principal de mejorar su situación económica y también social dando a conocer así sus artesanías en casi todo el mundo.



## 2. Objetivo general

- Diseñar un plan de exportación que ayude a la empresa Artesanía Huichol en el proceso de exportación y aceptación de las artesanías mexicanas en el mercado internacional.

## 3. Objetivos específicos

- Analizar la demanda internacional de las artesanías mexicanas para evaluar la aceptación de las mismas en el mercado Internacional.
- Realizar estudio y elección de países potenciales a los cuales exportar las artesanías mexicanas.
- Realizar análisis financiero para determinar la viabilidad del negocio de las artesanías mexicanas en Europa.

## Capítulo 1

### 1. Introducción Marco Teórico

En un mundo tan globalizado como en el que vivimos hoy y con tantos productos naciendo todos los días y tanta competitividad en el mercado, el interés en los consumidores va creciendo por adquirir productos novedosos y por conocer otras culturas.

En este caso sabemos que existe gran oportunidad y un extenso mercado europeo que la empresa Artesanía Huichol debe aprovechar. Para ayudar a la empresa en el proceso se elabora este plan de exportación que será la base para iniciar el proceso.

El plan de negocios para la exportación es la guía práctica y fácil en donde se muestran los pasos, acciones y requisitos a seguir para llevar a la empresa al éxito en el mercado exterior. Lleva información actual y predicciones futuras de cómo le podría ir a la empresa en algunos años si realiza el plan. Principalmente ayuda a la empresa a aprovechar las oportunidades que tiene en mercados externos al suyo y a reducir los riesgos que se presentan a la hora de exportar.

### 1.2 Marco Conceptual

En esta parte se muestran algunos conceptos básicos que se utilizarán en el plan de exportación a fin de facilitar la comprensión del mismo.

#### **Comercio Internacional**

El comercio internacional se refiere al intercambio de bienes y servicios entre distintos países y mercados. Este intercambio pretende beneficiar a los países

involucrados en el proceso y ayudar en el posicionamiento de sus productos ingresando en mercados extranjeros.

### **Exportación**

La exportación es cuando un país le vende mercancía a otro. Es cuando un bien o servicio se envía a otro país con un fin comercial. El envío se puede realizar por vía de transporte terrestre, marítima, aérea, entre otras.

Las condiciones de la exportación están regidas por la legislación de cada país, el del importador y es del exportador.

### **Artesanías Mexicanas**

Las artesanías mexicanas han sido declaradas como patrimonio cultural por el Fonart. En México son muy importantes para el turismo cultural. El sector turístico artesanal de México difunde la historia, la cultura y las tradiciones de este país y son un producto de exportación muy bien valorado en el extranjero.

Las artesanías mexicanas son piezas únicas hechas a mano por artesanos mexicanos y las elaboran con productos naturales, tradicionales y típicos del país. Estas piezas representan las ideas y conocimiento de la región que las elabora.

### **Exportaciones mexicanas de artesanías**

Las artesanías mexicanas son reconocidas y valoradas en otros países. Tienen mayor demanda en países como España, Alemania e Italia si hablamos de países europeos.

Es importante incrementar los negocios comerciales en el extranjero con las artesanías mexicanas para abrir mayor mercado a la exportación de estos artículos y lleguen a distintas partes del mundo.

### **Arancel**

Un arancel es un impuesto indirecto que se cobra sobre los bienes que son exportados a otro país o importados al país propio.

También es denominado como una ley que relaciona los derechos de aduana. Lo más común es que el arancel se aplique a las importaciones para proteger a las empresas del país contra la competencia extranjera. También se utiliza para recaudar impuestos para el estado.

### **Clasificación Arancelaria de la mercancía**

Las reglas generales de interpretación y las notas legales son la justificación legal de la clasificación arancelaria. Una de las reglas dice que la clasificación está determinada por el mismo texto de las partidas o subpartidas y las notas legales de sección o capítulo.

El cuerpo de la clasificación arancelaria lleva la subpartida arancelaria, el texto de la subpartida, el gravamen, el régimen y el IVA.

La partida se refiere a la agrupación de mercancías que describen el texto de la subpartida y la subpartida se refiere a las divisiones de mercancías que comprende el texto de la partida.

### **Factura comercial**

La factura comercial es un documento donde se establecen las condiciones de venta de las mercancías. Sirve como un comprobante de la venta y es exigido para exportar en el país de origen y para importar en el país destino.

Algunos datos que debe llevar la factura es lugar y fecha de emisión, nombre completo y dirección de la persona que exporta y también del importador, las condiciones de pago, términos de entrega y la descripción de la mercancía que se envía.

### **Certificado de origen**

Es un documento expedido por el país exportador, aprobado por las cámaras de comercio u organismos oficiales del país de origen y que acredita que la mercancía es originaria de ese país. Es exigido por motivos arancelarios, por las tarifas que se aplican según el país de procedencia.

### **Documentos de transporte internacional**

Los documentos de transporte internacional facilitan las mercancías y quien tiene el documento tiene derecho a los bienes.

Algunos de estos documentos son:

- Lista de embalaje
- Conocimiento de embarque
- Carta de instrucciones para la exportación
- Cartas de porte aéreas
- Cartas de porte marítimas
- Cartas de porte de mensajería
- Notas de envío estándar
- Certificados de origen e inspección

Entre otros.

### **CONOCIMIENTO DE EMBARQUE B/L**

El conocimiento de embarque sirve como recibo de la mercancía y sirve como prueba de que existe un contrato para llevar las mercancías. En él se detallan los términos y condiciones que se han estipulado para llevar la mercancía.

También sirve como título de propiedad por lo que el destinatario debe tener este documento en original si quiere tomar posesión de los bienes.

### **Contenedor**

Un contenedor en el comercio internacional es el que se utiliza para depositar el embalaje y así trasladar las mercancías al país destino.

Los contenedores pueden ser metálicos, refrigeraos, de acero, de madera, de aluminio, entre otros.

### **Despacho aduanero de exportación**

El despacho aduanal interviene en la entrada y salida de mercancías del territorio nacional. Es necesario que la persona encargada de la exportación presente la documentación y la mercancía para que sean revisados por las autoridades correspondientes y pagar los impuestos de exportación que se requieran.

### **Barreras Arancelarias y no Arancelarias**

Las barreras arancelarias y no arancelarias son obstáculos que se imponen a la hora de vender bienes o servicios a otros países.

Las barreras arancelarias son los impuestos agregados a los artículos importados con el fin de que sean más caros que los productos nacionales y así aumentar la competitividad de los productores locales. Este impuesto es el arancel.

La clasificación de los aranceles es la siguiente:

- Arancel ad valorem
- Arancel mixto
- Arancel específico
- Arancel estacional
- Arancel cupo
- Arancel prohibitivo

Por otra parte, las barreras no arancelarias son especificaciones técnicas como el envase, el etiquetado, el embalaje, exigencias sanitarias que garanticen la calidad del producto y exigencias de idiomas que aparezca la información del producto en el idioma del país destino.

Los países desarrollados tratan de eliminar este tipo de barreras promoviendo el libre comercio entre países.

### **Incoterms**

Los incoterms sirven para establecer las condiciones de entrega de las mercancías. También sirven para delimitar las responsabilidades que adquieren el

vendedor y el comprador y se utilizan siempre en el transporte internacional de mercancías.

## Capítulo 2

### 2. Estudio de los productos a exportar

El proyecto “Exportación de Artesanías Mexicanas de México a Europa” está enfocado en dar a conocer algunas de las artesanías típicas mexicanas en el mercado extranjero, en este caso algunos países de Europa. Vamos a trabajar con una empresa en concreto que se llama Artesanía Huichol y está ubicada en la ciudad de Guadalajara Estado de Jalisco, en México, pero el arte huichol es originario del Estado de Nayarit y la empresa fue fundada en apoyo a artesanos Nayaritas. Con este plan de exportación la empresa puede analizar si es viable exportar sus productos al extranjero.

#### 2.1 Análisis de la empresa Artesanía Huichol

##### 2.1.1 Antecedentes

Artesanía Huichol nació en 2010 con la idea de apoyar a una familia de artesanos huicholes en la ciudad de Tepic, Nayarit a comercializar sus artesanías, al mismo tiempo de difundir la cultura de su etnia.

Hoy en día trabajan en conjunto con más de 29 artesanos, con módulo de venta en Guadalajara y con más de 40,000 seguidores en sus redes sociales.

¿Quiénes son los huicholes?

Los huicholes son una parte importante del pueblo mexicano. Se ubican principalmente en Jalisco, Nayarit, Durango y Zacatecas, en la sierra de estos estados. Viven aislados y mantienen su cultura. Conservan costumbres muy antiguas y están muy orgullosos de ello.

El nombre con el que se designan a ellos mismos es Wixaritari (en singular wixárika). La ‘x’ en estas palabras se pronuncia como una doble erre.

La vestimenta tradicional de los huicholes varía de región a región, pero todas son muy llamativas. Todos los diseños tienen significados religiosos para ellos. Los hombres usan pantalón y camisa blanca de manta con bordados y diseños simétricos de colores y las mujeres una blusa de un solo color, manto con flores para cubrir su cabeza y collares de chaquira. Los huicholes utilizan sombreros de palma que tienen bolas de estambre o adornos de chaquira y calzan huaraches.

Los huicholes cultivan diversas semillas y legumbres como el maíz, frijol y la calabaza. También crían animales como vacas y ovejas. Y algo que les gusta mucho es dedicarse a las artesanías. Los niños huicholes aprenden desde chicos

a elaborar estos trabajos ya que está muy relacionado con sus creencias. Los huicholes quieren las cosas de la naturaleza como quieren a un familiar cercano. Dicen que sus "abuelos" son el sol y el fuego. Sus "abuelas", la fertilidad, la luna y la tierra. Sus "tías", la lluvia y las tormentas. Y sus "hermanos mayores", el maíz y el peyote. Es por eso que en sus bordados y en todos los trabajos artesanales representan en ellos al sol, al fuego, la luna, la tierra y las lluvias.

### *2.1.2 Visión*

Ser una de las marcas con mayor aceptación en México y el extranjero en cuanto a artesanías mexicanas, obteniendo el reconocimiento y dando a conocer en mayor medida la cultura y trabajos wixarikas.

### *2.1.3 Misión*

Ofrecer productos originales, únicos y hechos a mano que vayan en sintonía con los intereses del público objetivo sin perder las características que hacen únicos los trabajos huicholes. Brindando un servicio al cliente con empatía y cordialidad.

## REDES SOCIALES

Artesiana Huichol es la marca mexicana de artesanías con gran influencia en redes sociales, cerca de 50 mil fans en redes sociales, entre las que destacan Facebook, Twitter e Instagram.

La comunicación con el público es primordial, pero más aún hacer prevalecer la belleza de la cultura wixarika.

Berenice Mejía y Luis Hernández creadores de la marca, buscan fomentar el arte mexicano a través de los productos que ofrece la marca, ya que consideran al arte mexicano hecho a mano como una belleza olvidada del país

Información de contacto

**Artesanía Huichol.**

**Mallorca #43,**

**Fracc. Ciudad del Valle,**

**Tepic, Nayarit. 63157**

Teléfono: 045 (33)3822 6701

FAX: +1 800 889 9898

PLAZA GALERÍA DEL CALZADO

Av. México #3225

Vallarta norte

44690 Guadalajara, Jal.

LA GRAN PLAZA FASHION MALL

Av. Vallarta #3959

Col. Don Bosco Vallarta

C.P. 45049 Zapopan, Jalisco.

E-mail: [ventas@artesianiahuichol.mx](mailto:ventas@artesianiahuichol.mx)

Twitter: [@artesianiaH](https://twitter.com/artesianiaH)

Facebook: <https://www.facebook.com/ArtesaniaH/>



*Imagen 2.1 Artesanos trabajando*

*Fuente: Facebook Artesanía Huichol*

#### *2.1.4 Objetivos*

- Lograr prestigio internacional mediante la satisfacción de las más altas exigencias del mercado meta al que se planea llegar con las artesanías de arte huichol.
- Satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a la calidad de las artesanías que se entregan y la logística utilizada para esta operación.
- Mantener relaciones a largo plazo con los compradores, para de esta manera tener los mejores rendimientos para ellos y el mejor producto para la empresa.

- Obtener una rentabilidad en base a la operatividad de las actividades para la estabilidad de la empresa.

### 2.1.5 Objetivo de la empresa Artesanía Huichol

Ingresa al mercado internacional, dándole un valor agregado a la empresa con la calidad de sus artesanías, dando a conocer sus distintos productos artesanales y la cultura de sus etnias en otros países, no sólo México.

### 2.1.6 Imagen de la empresa

#### 2.1.6.1 Logo

Artesanía Huichol fomenta el desarrollo de los indígenas y huicholes que viven en la sierra de Nayarit, ayudándoles a comercializar sus productos y a incrementar su fuente de ingreso para mejorar su calidad de vida.

Los colores y la forma del Logo representan la creatividad de los artesanos y la simbología que para ellos representa su etnia y la calidad de sus artesanías que son hechas a mano.



Imagen 2.2 Logotipo, nombre y slogan de la empresa artesanía huichol

Fuente: Facebook Artesanía huichol

#### 2.1.6.2 Slogan

El slogan de Artesanía Huichol es “Trabajos auténticos realizados por huicholes”.

El slogan representa la calidad de sus productos y a autenticidad de los mismos.

### 2.1.7 Análisis FODA

Tabla 2.1 Análisis DAFO Artesanía Huichol



FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia prima disponible localmente</li> <li>• Preservación de costumbres y tradiciones mexicanas</li> <li>• Bajos costos de mano de obra</li> <li>• Elevada creatividad y habilidad manual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se necesita mucho tiempo para el proceso de elaboración de cada producto</li> <li>• Difícil acceso al financiamiento</li> <li>• Mano de obra no estandarizada</li> <li>• Poca difusión del producto a nivel internacional</li> </ul>
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreciente interés de artesanos jóvenes en asociarse</li> <li>• El costo de producto no es muy elevado, pero sí muy tardado</li> <li>• Patrones de consumo con mucha variabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente apoyo de organismos públicos y privados</li> <li>• Intensificación de los artesanos mexicanos en participar con diferentes empresas</li> <li>• Crecimiento de la demanda de productos artesanales, elaborados a mano.</li> <li>• Mercado destino cuenta con alto poder adquisitivo y economía estable.</li> </ul>

*Fuente: La autora*

## 2.2 Estudio de los productos a exportar

### 2.2.1 Información general del Arte Huichol

A pesar del paso de los años y de los distintos cambios que ha habido algunas culturas lograron conservar sus costumbres.

El arte huichol agrupa las costumbres y tradiciones de estos grupos que viven en diversos estados de México. Son el grupo étnico que más conserva su cultura en México. Sus creaciones y artesanías muestran un gran folklor.

Los cuadros de estambre son productos que realizan mucho y también los objetos decorados con chaquira.

### ¿Qué son los Huicholes?

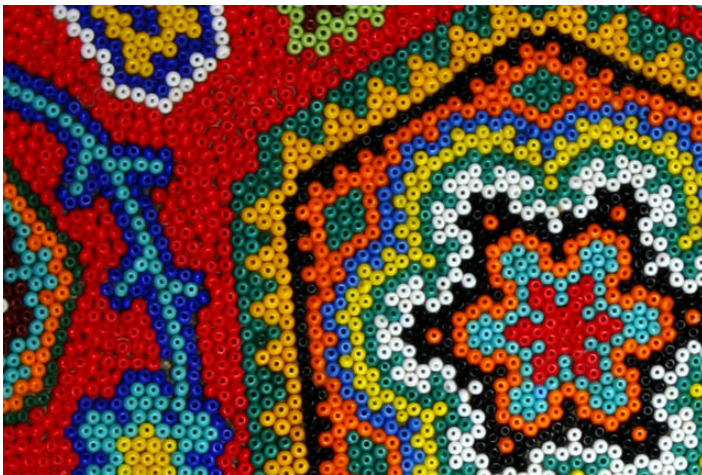
Los huicholes son indígenas que habitan por lo regular en la sierra, al norte de Jalisco y Nayarit principalmente en el centro de México. Los Huicholes son de las únicas etnias que han logrado permanecer “pura” desde los tiempos de la conquista española. Los colores tan vivos representan a los dioses hablándole al ser humano. Todo tiene su origen ancestral.

Los trabajos que realizan los huicholes son de gran dedicación y el problema para ellos es que generalmente los intermediarios ganan más que los mismos creadores por eso se busca ayudarlos directamente a comercializar sus productos.

#### 2.2.1.1 Características de la chaquira

La chaquira son pequeñas cuentas en forma de esfera con una pequeña perforación que las une para formar collares o pulseras o para pegarla sobre ropa o cualquier tipo de objetos con fin decorativo y son generalmente de cristal. Desde hace muchos años la utilizan como decoración. Debido a sus colores brillantes son inconfundibles.

El color y el brillo del material llamó la atención de los indígenas así que incorporó este material en sus atuendos.



*Imagen 2.3 Creaciones de Arte Huichol*

*Fuente: Vallarta.com.mx*

#### 2.2.1.2 Usos de la chaquira

La chaquira la utilizan los huicholes para realizar la mayoría de sus artesanías. Estas pequeñas cuentas de vidrio sirven para hacer pulseras, collares, aretes, anillos, accesorios para el cabello, decorar distintos objetos como calzado, fundas

para el celular, figuras con diferentes significados para los huicholes entre otras muchas cosas.

La chaquira es símbolo de agua y es por eso que también la utilizan para cubrir la superficie interior de las jícaras, que sirven para tomar agua o simplemente almacenarla. Para los huicholes la chaquira es sagrada. Significa vida.



Imagen 2.4 Artesanías tradicionales

Fuente: [Travelbymexico.com](http://Travelbymexico.com)

### 2.2.2 Antecedentes del Arte Huichol con chaquira

Los indígenas huicholes basan sus creencias en sus raíces que tienen sus bases en los elementos de la creación: agua, aire, tierra y fuego. Todo esto engloba sus costumbres y religión, viene desde los tiempos ancestrales y animales sagrados.

A los huicholes también les gusta hacer ofrendas y rituales puros y contar sus historias sobre el universo.

Los huicholes han existido desde hace varios siglos en el Oeste central de México, retirados de la ciudad, en la sierra de varios estados.

### 2.2.3 Productos elegidos para exportar

Tabla 2.2 Productos seleccionados para exportar

PRODUCTOS	PRECIOS	CARACTERÍSTICAS
Collares		

	€ 20	<p>Berenice Collar de chaquira hecho 100% a mano. Medidas Flor – 6cms. diámetro c/u.</p>
	€ 20	<p>Eva Collar – monedero de chaquira hecho 100% a mano. Medidas: Circunferencia – 8 cms.</p>
	€ 20	<p>Tatiana Collar de chaquira hecha 100% a mano.</p>
	€ 20	<p>Gargantilla Cassandra</p>
	€ 20	<p>Gargantilla Fernanda</p>

	<p>€ 20</p>	<p>Gargantilla Huichol</p>	<p>Arte</p>
	<p>€ 15</p>	<p>Pulsera de chaquira hecha 100% a mano. Medidas: 15 cms. Circunferencia flor – 5 cms.</p>	
<p>Pulseras</p>	<p>€ 15</p>	<p>Dalia Pulsera de chaquira hecha 100% a mano. Medidas: 16 cms. Circunferencia – 3.5 cms.</p>	
	<p>€ 15</p>	<p>Dalia Pulsera de chaquira hecha 100% a mano. Medidas: 16 cms. Circunferencia – 3.5 cms.</p>	
			



€ 15

Jesús María #6  
Pulsera de chaquira  
hecha 100% a mano.  
Medidas: 16 x 4.5 cms.



€ 15

Bertha  
Pulsera de chaquira  
hecha 100% a mano.  
Medidas: 16 cms.  
Circunferencia flor –  
3.5 cms.

Aretes



€ 10

Huicholita  
Aretes de chaquira  
hecha 100% a mano.  
Medidas: 7 cms. largo.

	<p>€ 10</p>	<p>Estrella Aretes de chaquira hecha 100% a mano. Medidas: Estrella 5 cms.</p>
	<p>€ 10</p>	<p>Flor Aretes de chaquira hecha 100% a mano.</p>
<p>Accesorios para el cabello</p>		
	<p>€ 12</p>	<p>Ballerina Natalia Balarían para el cabello de chaquira hecha 100% a mano. Medidas: 25 cms.</p>
	<p>€ 12</p>	<p>Balerina Jesus Maria Balarían para el cabello de chaquira hecha 100% a mano. Medidas: 22 x 3 cms.</p>

Figuras



€ 15

Calaverita  
Figura forrada de  
chaquira hecha 100%  
a mano.  
Medidas: 7 x 7 x  
9 cms.



€ 15

Tortuga  
Figura forrada de  
chaquira hecha 100%  
a mano.  
Medidas: 10 cms. de  
largo



€ 15

Venado  
Figura forrada de  
chaquira hecha 100%  
a mano.  
Medidas: 11 x 7 cms.





Cuadros de estambre

€15

Tigre  
Figura forrada de  
chaquira hecha 100%  
a mano.  
Medidas: 11 x 7 cms.



€ 10

20x20  
Cuadro de estambre  
hecho 100% a mano.  
Medidas: 20 x 20 cms.



€ 10

20x20  
Cuadro de estambre  
hecho 100% a mano.  
Medidas: 20 x 20 cms.

<p>Fundas para el celular</p> 	<p>€ 15</p>	<p>Funda para celular de plástico con chaquira</p>
<p>Calzado Mujer</p> 	<p>€300</p>	<p>Calzado decorado con chaquira en Arte Huichol</p>

*Fuente: Fotos Artesanía Huichol y elaboración propia.*

El plan de exportación de Artesanía Huichol enfocado a esa empresa se enfoca en los productos que más vende la empresa, esos han sido seleccionados para exportarse. Los precios de la tabla es su precio de venta en México.

### Capítulo 3

#### 3. Estudio de los posibles mercados

##### 3.1 Introducción

Elegir los países con mayor potencial para exportar requiere un estudio e investigación de los mismos.

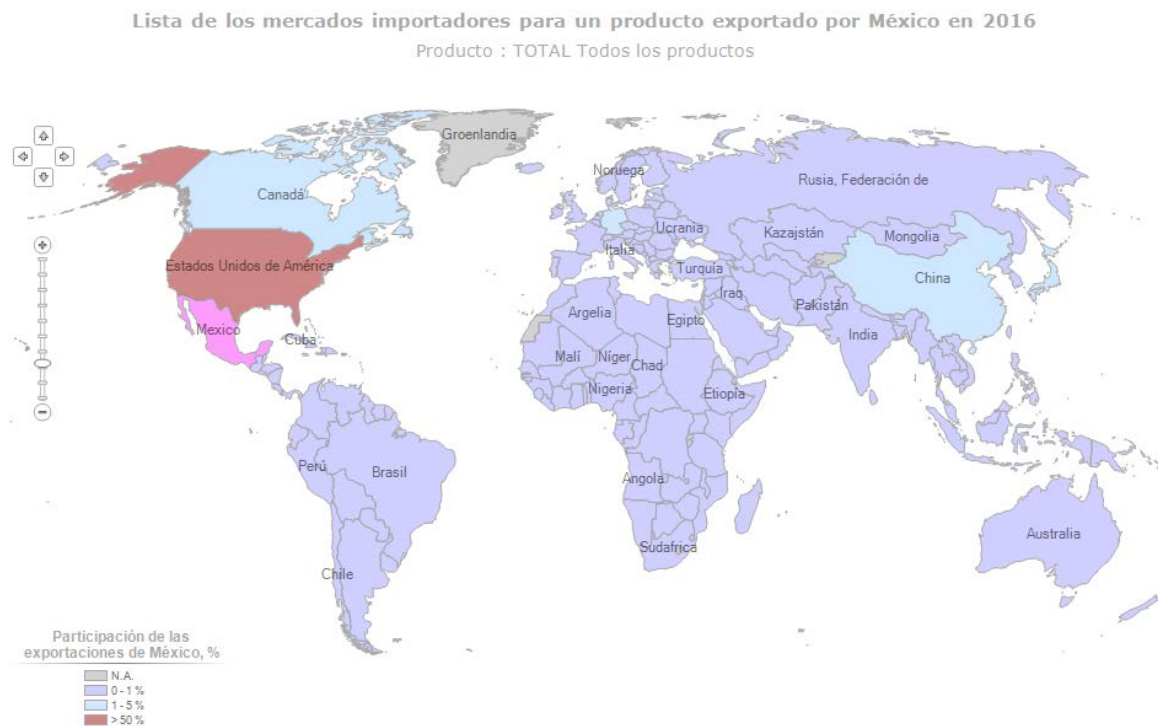
Para seleccionar el país o los países a los que se desea exportar es necesario hacer un estudio de los mismos. Se puede buscar en internet en distintas páginas como en la página oficial de la secretaría de comercio de México para ver que países importan más el producto que se desea exportar por la empresa. También se deben evaluar diversas variables como la forma de negociar de cada país, si es que tienen una economía estable, cuál es el nivel de riesgo país, la proximidad cultural y territorial del mismo entre otras cosas.

Una de las mejores formas de decidir los mejores países es haciendo un estudio detallado apoyándose en distintas herramientas disponibles como trademap.

Al momento es decidir los países destino a los cuales exportar es importante identificar los aspectos más relevantes de ellos para así tomar mejores decisiones.

Es importante evaluar las barreras arancelarias porque éstas representan ventajas o desventajas frente a los competidores en ese mercado.

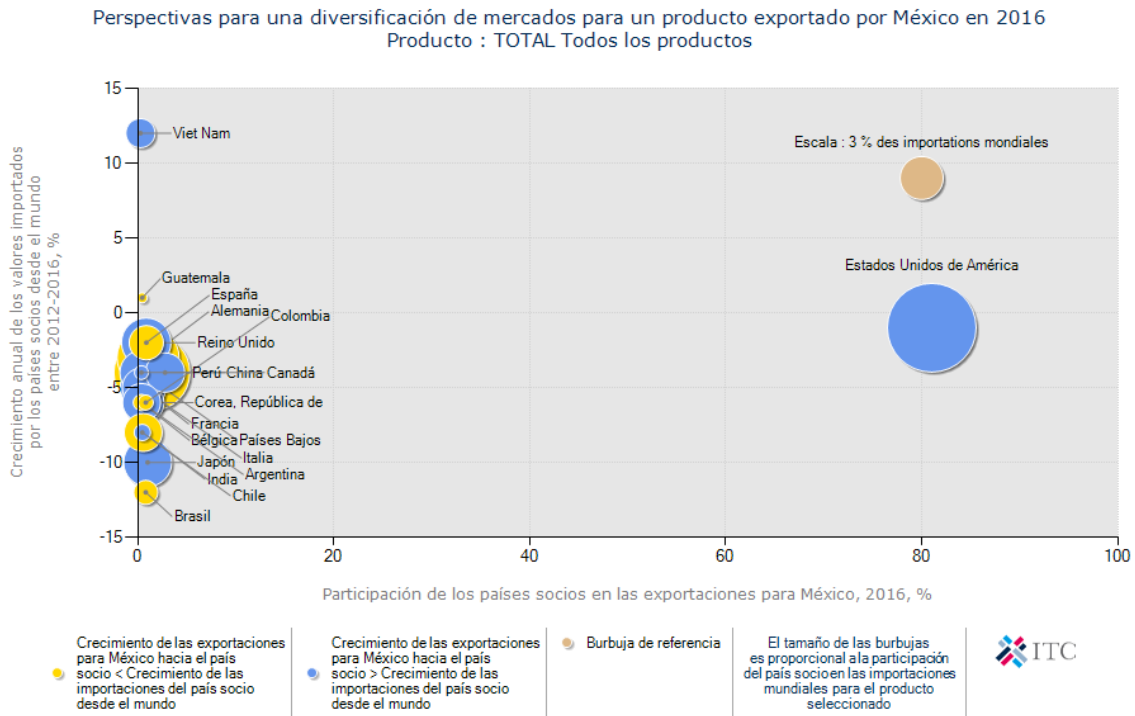
**Gráfico 3.1 Mercados importadores de un producto exportado por México en 2016**



*Fuente: Trademap*

La mayor parte de las exportaciones de México son a Estados Unidos por su proximidad territorial y por los tratados que existen entre ellos, pero a ese país ya se exportan artesanías, es por eso que es momento de buscar nuevos mercados. Alemania es uno de los países Europeos que actualmente hace importaciones de México y es por eso que se toma en cuenta.

Gráfico 3.2 Perspectivas para una diversificación de mercados de un producto exportado por México en 2016



Fuente: Trademap

También se puede ver que México ha hecho exportaciones a España, Alemania, Reino Unido, Francia, Bélgica, Países Bajos e Italia en los últimos años, y esto es positivo para nuestro estudio ya que son países interesantes para exportar.

Tabla 3.1 Países con mayor participación en importación de México de la UE

Importadores	Valor exportada en 2016 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2016 (miles de USD) †	Participación de las exportaciones para México (%) †
Mundo	373.882.951	-13.181.400	100
Unión Europea (UE 28) Agregación	19.360.747	-22.970.616	5,2
<a href="#">Alemania</a>	3.949.201	-9.928.775	1,1
<a href="#">España</a>	3.280.539	-1.175.444	0,9
<a href="#">Reino Unido</a>	3.231.907	1.103.719	0,9
<a href="#">Francia</a>	2.009.235	-1.725.462	0,5
<a href="#">Países Bajos</a>	1.636.486	-313.203	0,4
<a href="#">Italia</a>	1.599.967	-3.693.601	0,4
<a href="#">Bélgica</a>	1.465.450	376.053	0,4
<a href="#">Hungría</a>	288.444	-708.878	0,1
<a href="#">Irlanda</a>	281.019	-1.300.384	0,1
<a href="#">Polonia</a>	248.973	-543.206	0,1
<a href="#">República Checa</a>	206.000	-921.670	0,1
<a href="#">Austria</a>	183.395	-1.075.170	0
<a href="#">Dinamarca</a>	182.792	-481.398	0
<a href="#">Portugal</a>	166.262	-255.229	0
<a href="#">Luxemburgo</a>	150.158	83.370	0
<a href="#">Finlandia</a>	140.237	-311.075	0
<a href="#">Suecia</a>	96.129	-830.021	0
<a href="#">Rumania</a>	65.862	-307.032	0
<a href="#">Eslovaquia</a>	40.353	-236.056	0
<a href="#">Bulgaria</a>	35.121	-25.423	0
<a href="#">Grecia</a>	33.073	-181.065	0
<a href="#">Croacia</a>	17.363	-10.055	0
<a href="#">Estonia</a>	16.587	-329.849	0

Fuente: Trademap

La participación total de exportaciones que hace México a la Unión Europea es de 5.2%.

El valor exportado en 2016 en miles de USD para Alemania es de 3.949.201 con un porcentaje de participación de las exportaciones de 1.1%. El valor exportado en 2016 en miles de USD para España es de 3.280.539 con un porcentaje de

participación de las exportaciones de 0.9%. Para Reino Unido es de 3.231.907 con un porcentaje de participación de las exportaciones de 0.9%. El valor exportado para Francia en miles de USD es de 2.009.235 con un porcentaje de participación de 0.5%. El valor exportado para Países Bajos es de 1.636.486 miles de USD con un porcentaje de participación de 0.4%. El valor exportado para Italia es de 1.599.97 miles de USD con porcentaje de participación de 0.4% y para Bélgica el valor exportado es de 1.465.450 miles de USD con un porcentaje de participación en las exportaciones de 0.4%.

### 3.2 Partidas Arancelarias

*Tabla 3.2 Partida arancelaria de los artículos a exportar*

<b>Artículos a exportar</b>	<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Figuras de madera con chaquira</li> </ul>	442010	Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera (exc. Marquetería y taracea)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuadros de madera con estambre</li> </ul>	441400	Marcos de madera para cuadros, fotografías, espejos u objetos similares
<ul style="list-style-type: none"> <li>Calzado</li> </ul>	6405	Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia distinto del caucho, el plástico, el cuero natural o las materias textiles, calzado de suela de madera, corcho, cordones, cartón, papelería, tejidos, fieltro, tela sin tejer, linóleo, rafia, paja, lufa, etc. Y parte superior de cualquier material, n.c.o.p
<ul style="list-style-type: none"> <li>Collares</li> </ul>	711790	Bisutería (exc. De metal común, incl. plateado, dorado o platinado)

• Pulseras	711790	Bisutería (exc. De metal común, incl. plateado, dorado o platinado)
• Aretes	711790	Bisutería (exc. De metal común, incl. plateado, dorado o platinado)
• Accesorios para el cabello	9615	Peines, peinetas, pasadores y artículos similares, horquillas, rizadoros, bigudíes y artículos similares para el peinado, y sus partes, n.c.o.p. (exc. Aparatos electrónicos de la partida 8516)
• Fundas para el celular	392690	Artículos de plástico y manufacturas de las demás materias de las partidas 3901 a 3914

Fuente: Trade map y Elaboración propia

#### 441400 Marcos de madera para cuadros, fotografías, espejos u objetos similares

Tabla 3.3 Países de la UE con mayor participación de las exportaciones para México en marcos de madera

Comercio bilateral	Importadores	Valor exportada en 2016 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2016 (miles de USD) ¿	Participación de las exportaciones para México (%) ¿	Cantidad exportada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ¿
		Mundo	7.013	3.169	100	2.503	Toneladas
	Unión Europea (UE 28) Agregación	9	-58	0,1	2	Toneladas	4.500
+	<a href="#">Alemania</a>	6	-1	0,1	1	Toneladas	6.000
+	<a href="#">Países Bajos</a>	2	2	0	0	Toneladas	
+	<a href="#">España</a>	1	-59	0	1	Toneladas	1.000

Fuente: Trademap

El mayor importador de marcos de madera de México es Alemania seguido en valor exportado por Reunido Unido y después España.

#### 442010 estatuillas y demás objetos de adorno, de madera (exc. Marquetería y taracea)

Tabla 3.4 Países de la UE con mayor participación de las exportaciones para México en estatuillas

Comercio bilateral	Importadores	Valor exportada en 2016 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2016 (miles de USD) ¿	Participación de las exportaciones para México (%) ¿	Cantidad exportada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ¿
		Mundo	2.745	-1.599	100	481	Toneladas
	Unión Europea (UE 28) Agregación	143	-426	5,2	26	Toneladas	5.500
+	<a href="#">Italia</a>	65	-103	2,4	1	Toneladas	65.000
+	<a href="#">Reino Unido</a>	30	27	1,1	11	Toneladas	2.727
+	<a href="#">Países Bajos</a>	18	12	0,7	5	Toneladas	3.600
+	<a href="#">Francia</a>	12	5	0,4	5	Toneladas	2.400
+	<a href="#">España</a>	10	-326	0,4	1	Toneladas	10.000
+	<a href="#">Alemania</a>	8	-41	0,3	3	Toneladas	2.667

Fuente: Trademap

El mayor importador de objetos de adorno de madera de México es Italia, seguido por Reino Unido que importó más toneladas, pero por un valor comercial menor, después Países Bajos seguido de Francia, España y Alemania.

**6405 calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia distinto del caucho, el plástico, el cuero natural o las materias textiles, calzado de suela de madera, corcho, cordones, cartón, papelería, tejidos, fieltro, tela sin tejer, linóleo, rafia, paja, lufa, etc. Y parte superior de cualquier material, n.c.o.p**



Tabla 3.5 Países de la UE con mayor participación de las exportaciones para México en calzado con distintos materiales

Comercio bilateral	Importadores	Valor exportada en 2016 (miles de USD)▼	Saldo comercial en 2016 (miles de USD) ¿	Participación de las exportaciones para México (%) ¿	Cantidad exportada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ¿
			Mundo	2.486	-8.133	100	106
	Unión Europea (UE 28) Agregación	35	-841	1,4	1	Toneladas	35.000
+	<a href="#">Francia</a>	25	24	1	1	Toneladas	25.000
+	<a href="#">Italia</a>	9	-691	0,4	0	Toneladas	
+	<a href="#">España</a>	1	-174	0	0	Toneladas	
+	<a href="#">Portugal</a>		-2				
+	<a href="#">Alemania</a>		-6				

Fuente: Trademap

El país que más importó calzado de México es Francia.

### 711790 bisutería (exc. De metal común, incl. plateado, dorado o platinado)

Tabla 3.6 Países de la UE con mayor participación de las exportaciones para México en bisutería

Comercio bilateral	Importadores	Valor exportada en 2016 (miles de USD)▼	Saldo comercial en 2016 (miles de USD) ¿	Participación de las exportaciones para México (%) ¿	Cantidad exportada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ¿
			Mundo	4.975	-14.194	100	467
	Unión Europea (UE 28) Agregación	100	-705	2	0	Toneladas	
+	<a href="#">Alemania</a>	43	-13	0,9	0	Toneladas	
+	<a href="#">Francia</a>	33	-66	0,7	0	Toneladas	
+	<a href="#">España</a>	11	-625	0,2	0	Toneladas	
+	<a href="#">Países Bajos</a>	7	2	0,1	0	Toneladas	
+	<a href="#">Suecia</a>	4	2	0,1	0	Toneladas	
+	<a href="#">Dinamarca</a>	1	1	0	0	Toneladas	
+	<a href="#">Reino Unido</a>	1	-6	0	0	Toneladas	

Fuente: Trademap

Alemania es el país que más importó bisutería de México.

**9615 peines, peinetas, pasadores y artículos similares, horquillas, rizadores, bigudíes y artículos similares para el peinado, y sus partes, n.c.o.p. (exc. Aparatos electrónicos de la partida 8516)**

Tabla 3.7 Países de la UE con mayor participación de las exportaciones para México en peines y peinetas

Comercio bilateral	Importadores	Valor exportada en 2016 (miles de USD)▼	Saldo comercial en 2016 (miles de USD) ¿	Participación de las exportaciones para México (%) ¿	Cantidad exportada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ¿
			Mundo	1.825	-14.219	100	119
+	<a href="#">Bélgica</a>		-1				
+	<a href="#">Alemania</a>		-4				
+	<a href="#">Reino Unido</a>		-46				
+	<a href="#">España</a>		-59				
+	<a href="#">Francia</a>		-94				
+	<a href="#">Italia</a>		-102				

Fuente: Trademap

### 392690 Artículos de plástico y manufacturas de las demás materias de las partidas 3901 a 3914

Tabla 3.8 Países de la UE con mayor participación de las exportaciones para México en artículos de plástico

Comercio bilateral	Importadores	Indi					
		Valor exportada en 2016 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2016 (miles de USD) †	Participación de las exportaciones para México (%) †	Cantidad exportada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) †
	Mundo	1.563.958	-2.326.696	100	284.335	Toneladas	5.500
	Unión Europea (UE 28) Agregación	25.154	-360.112	1,6	2.484	Toneladas	10.126
+	<a href="#">Reino Unido</a>	7.688	-8.510	0,5	290	Toneladas	26.510
+	<a href="#">Alemania</a>	3.251	-160.099	0,2	237	Toneladas	13.717
+	<a href="#">Países Bajos</a>	3.203	-2.015	0,2	332	Toneladas	9.648
+	<a href="#">Irlanda</a>	2.702	-14.528	0,2	21	Toneladas	128.667
+	<a href="#">Polonia</a>	1.882	-5.690	0,1	280	Toneladas	6.721
+	<a href="#">República Checa</a>	1.344	-19.270	0,1	90	Toneladas	14.933
+	<a href="#">España</a>	1.131	-27.590	0,1	229	Toneladas	4.939
+	<a href="#">Bélgica</a>	909	-4.357	0,1	75	Toneladas	12.120
+	<a href="#">Portugal</a>	641	-2.426	0	5	Toneladas	128.200
+	<a href="#">Eslovaquia</a>	540	-962	0	196	Toneladas	2.755
+	<a href="#">Francia</a>	492	-32.390	0	95	Toneladas	5.179
+	<a href="#">Italia</a>	312	-49.032	0	91	Toneladas	3.429

Fuente: Trademap

### 3.3 Estudio de los posibles mercados a seleccionar

Tabla 3.9 Lista de los Mercados exportadores para un producto exportado por México

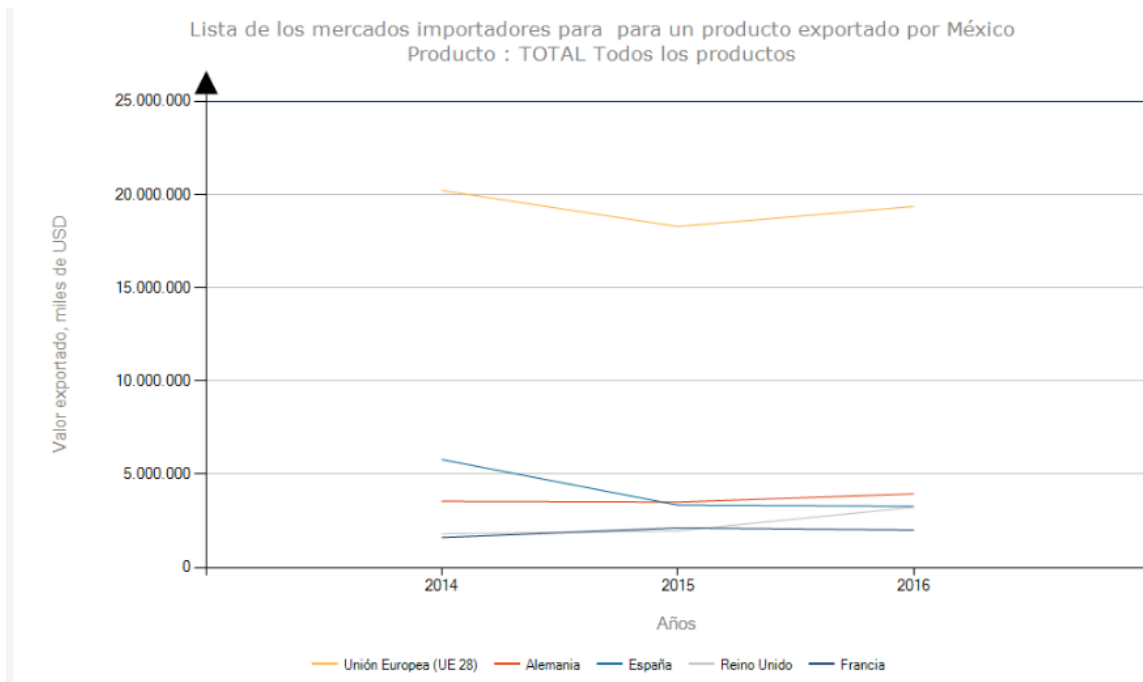
Unidad: Miles dólar EUA

Importadores	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016 ▼
Mundo	396.881.846	380.600.857	373.882.951
<a href="#">Unión Europea (UE 28) Agregación</a>	20.215.116	18.284.510	19.360.747
<a href="#">Alemania</a>	3.551.878	3.507.894	3.949.201
<a href="#">España</a>	5.787.491	3.350.072	3.280.539
<a href="#">Reino Unido</a>	1.805.621	1.967.530	3.231.907
<a href="#">Francia</a>	1.606.678	2.126.830	2.009.235
<a href="#">Países Bajos</a>	2.270.387	1.833.918	1.636.486
<a href="#">Italia</a>	1.626.103	1.673.430	1.599.967
<a href="#">Bélgica</a>	1.700.307	1.594.292	1.465.450
<a href="#">Hungría</a>	192.692	220.341	288.444
<a href="#">Irlanda</a>	262.398	247.571	281.019
<a href="#">Polonia</a>	194.476	314.433	248.973
<a href="#">República Checa</a>	239.153	190.671	206.000
<a href="#">Austria</a>	135.344	204.567	183.395
<a href="#">Dinamarca</a>	146.458	173.874	182.792
<a href="#">Portugal</a>	44.877	166.222	166.262
<a href="#">Luxemburgo</a>	138.364	136.794	150.158
<a href="#">Finlandia</a>	75.674	116.620	140.237

Fuente: Trademap

En la tabla se muestran las exportaciones de México a los distintos países de la Unión Europea de los últimos 3 años.

Gráfico 3.3 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por México



Fuente: Trade map

De acuerdo a las estadísticas de las tablas, se puede ver que desde el año 2014 al 2016 ha habido un incremento en algunos mercados y en otros una disminución de las importaciones.

Los países que destacan son Países Bajos, Alemania, Reino Unido, España, Italia y Francia que son países con una economía estable y algunos de ellos son considerados potencia a nivel mundial. Existe demanda de productos y eso es favorable para México.

### *3.3.1 Elección de los mercados a exportar*

Analizando las importaciones que ha hecho cada país para los artículos que queremos exportar podemos enumerar 6 países potenciales:

1. Alemania
2. España
3. Reino Unido
4. Francia
5. Países Bajos
6. Italia

El saldo comercial de exportaciones de México a Alemania en el último año fue de 3.949.201 USD, para España 3.280.539 USD, Reino Unido 3.231.907, Francia 2.009.235, Países Bajos 1.636.486 USD e Italia 1.599.967 USD.

Un estudio realizado por Forbes México de acuerdo con datos de Pro México muestra que los mejores países de exportación de artesanía mexicana son Alemania, España, Italia de la Unión Europea y de América Estados Unidos y Canadá y por otra parte Australia. Como las exportaciones se quieren hacer a la Unión Europea de acuerdo a este estudio se seleccionarán de los 6 países potenciales inicialmente sólo 3 que son Alemania, España e Italia ya que estos países conocen ya un poco este mercado.

## **3.4 Estudio de los mercados seleccionados como destino: Alemania, España, Italia**

### *3.4.1 Generalidades*

#### **1. Alemania**

Alemania oficialmente República Federal de Alemania es un país soberano de centro Europa y es miembro de la Unión Europea, es una república con parlamento federal y la capital es Berlín. Su territorio está formado por 16 estados federados, y limita con el mar del Norte, con Dinamarca y también con el mar Báltico, al este con la República Checa y Polonia y al sur con Suiza y Austria, y al oeste con Luxemburgo, Francia, los Países Bajos y Bélgica. El territorio de Alemania abarca 357 022 km<sup>2</sup> de extensión y posee un clima templado. Alemania es el país más poblado de la Unión Europea con más de 82.2 millones de

habitantes y también posee el mayor número de emigrantes internacionales en Europa y el segundo del mundo, el primero es Estados Unidos.

Alemania es miembro de la ONU, la OTAN, el G8, las naciones G4, y el Protocolo de Kioto. Es la 4ta economía mundial en el PIB nominal y la primera mayor economía de Europa. El país cuenta con un alto nivel de vida en general y cuenta con un buen sistema de seguridad social. Alemania cuenta con prestigiosas universidades y recibe muchos estudiantes de intercambio. Es reconocida principalmente en el sector científico y tecnológico.

**Capital y ciudad más poblada:** Berlín

**PIB (ppa):** Puesto # 5

- Total (2016): US \$ 3 934 664 millones
- Per cápita: US \$ 47 5354

**PIB (nominal):** Puesto # 4

- Total (2016): US \$ 3 467 780 millones
- Per cápita: US \$ 41 9854

**Población Total:** Puesto # 16

Censo: 82 175 700 habitantes. Año 2015

Densidad: 223 habitantes por km<sup>2</sup>

**Moneda:** Euro (€, EUR)

**Idioma:** Alemán

**Riesgo País:** A1

### **Comportamiento del consumidor**

Los consumidores en Alemania compran mucho por catálogo y también por Internet ya que las compras son seguras, llegan en muy pocos días y no tienen que salir de casa. El precio y la calidad influyen en la decisión de compra.

### **Perfil del consumidor y su poder adquisitivo**

Los consumidores alemanes comparan precios y les gusta comprar en las tiendas de descuento. Les gustan las ofertas y visitan diferentes tiendas para elegir el mejor precio. Tienen criterios muy estrictos de selección dependiendo el tipo de producto que desean comprar. Para los bienes de consumo duraderos es muy importante la seguridad y la calidad del producto, el prestigio, el confort, la comodidad y lo menos importante es el precio. Para los productos que consumen día a día, lo más importante es que el precio sea bajo. Para la adquisición de equipos profesionales es importante la calidad, confianza, el seguimiento del

proveedor y el servicio postventa. El precio no es lo más importante para este tipo de productos. Para los materiales industriales, el precio es el que importa.

## Indicadores de Comercio Exterior

Tabla 3.10 Indicadores de comercio exterior Alemania

Indicadores de comercio exterior	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Importación de bienes</b> (millones de USD)	1.254.869	1.154.852	1.181.233	1.207.041	1.050.025
<b>Exportación de bienes</b> (millones de USD)	1.473.985	1.401.113	1.445.067	1.494.608	1.329.469
<b>Importación de servicios</b> (millones de USD)	294.464	292.143	324.691	329.354	289.475
<b>Exportación de servicios</b> (millones de USD)	245.239	242.023	261.184	272.441	247.309
<b>Importación de bienes y servicios</b> (crecimiento anual en %)	7,0	-0,1	3,1	4,0	5,5
<b>Exportación de bienes y servicios</b> (crecimiento anual en %)	8,3	2,8	1,9	4,1	5,2
<b>Importación de bienes y servicios</b> (en % del PIB)	39,9	39,9	39,5	39,1	39,2
<b>Exportación de bienes y servicios</b> (en % del PIB)	44,8	46,0	45,5	45,7	46,8
<b>Balanza comercial</b> (millones de USD)	227.283	257.424	281.062	300.408	287.888
<b>Comercio exterior</b> (en % del PIB)	84,7	85,9	85,0	84,8	86,0

Fuente: WTO – World Trade Organisation; World Bank, últimos datos disponibles

## Principales Países Asociados

Tabla 3.11 Principales países asociados de Alemania



<b>Clientes principales</b> (% de las exportaciones)	<b>2014</b>
<b>Francia</b>	8,9%
<b>Estados Unidos</b>	8,5%
<b>Reino Unido</b>	7,0%
<b>China</b>	6,6%
<b>Países Bajos</b>	6,4%
<b>Austria</b>	4,9%
<b>Italia</b>	4,8%
<b>Polonia</b>	4,2%
<b>Suiza</b>	4,2%
<b>Bélgica</b>	3,7%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

Tabla 3.12 Principales proveedores de Alemania

<b>Principales proveedores</b> (% de las importaciones)	<b>2014</b>
<b>Países Bajos</b>	9,6%
<b>China</b>	8,9%
<b>Francia</b>	7,3%
<b>Estados Unidos</b>	5,6%
<b>Italia</b>	5,3%
<b>Suiza</b>	4,4%
<b>Polonia</b>	4,3%
<b>Bélgica</b>	4,3%
<b>Rusia</b>	4,2%
<b>Reino Unido</b>	4,2%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

## Cifras del comercio internacional

Tabla 3.13 Indicadores de comercio exterior Alemania

<b>Indicadores de comercio exterior</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Importación de bienes</b> (millones de USD)	1.254.869	1.154.852	1.181.233	1.207.041	1.050.025
<b>Exportación de bienes</b> (millones de USD)	1.473.985	1.401.113	1.445.067	1.494.608	1.329.469
<b>Importación de servicios</b> (millones de USD)	294.464	292.143	324.691	329.354	289.475
<b>Exportación de servicios</b> (millones de USD)	245.239	242.023	261.184	272.441	247.309

Fuente: WTO – World Trade Organisation, 2016

## Indicadores de crecimiento

Tabla 3.14 Indicadores de crecimiento de Alemania

Indicadores de crecimiento	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
PIB (miles de millones de USD)	3.753,69	3.885,44	3.365,29	3.494,90e	3.618,62
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	0,6	1,6	1,5	1,7e	1,4
PIB per cápita (USD)	46.475	47.852	40.952	42.326e	43.686
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-0,0	0,6	0,7	-0,1e	-0,2
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	77,1	74,5	71,0	68,2e	65,9
Tasa de inflación (%)	1,6	0,8	0,1	0,4e	1,5
Tasa de paro (% de la población activa)	5,2	5,0	4,6	4,3	4,5
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	252,91	282,88	284,22	301,45e	291,70
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	6,7	7,3	8,4	8,6e	8,1

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2016

### 3.4.2 Comercio bilateral entre México y Alemania

#### Relaciones comerciales y de inversión entre México y Alemania

Alemania es de los principales socios comerciales para México entre los países de la Unión Europea (UE) y el 5° socio comercial a nivel mundial. El valor del comercio bilateral entre México y Alemania en el año 2015 fue con 17.5 mmdd mayor que el del comercio de México con Francia, Italia y Gran Bretaña en total (16.9 mmdd), alcanzando casi 40% del comercio total de México con la UE.

En la actualidad, México es el país principal socio económico para Alemania en Latinoamérica y el Caribe. Analizando estadísticas oficiales alemanas, en el 2015 México ocupó el 1er lugar entre los países más importantes de las exportaciones que hace Alemania a América Latina por encima de Brasil y fue el 2do que suministró a Alemania desde América Latina.

El comercio bilateral México-Alemania ha crecido rápidamente durante los últimos años. En total, aumentó casi 60% entre 2005 y 2015. Desde que entró en vigor el Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM) en el año 2000 hasta 2015 el comercio entre estos países ha crecido un 150%.

## 2. España

España es un país soberano miembro de la Unión Europea y está constituido democráticamente y su forma de gobierno es la monarquía parlamentaria. Su capital es Madrid y está conformado por 17 comunidades autónomas y 2 ciudades autónomas, que están formadas por 50 provincias.

El producto interior bruto de España pone a su economía en la posición #17 a nivel mundial. España es un país muy turístico, es el 3er país más visitado de todo

el mundo, con 75,3 millones de turistas en el año 2016, y el 2do país del mundo en ingresos económicos que provienen del turismo. También es el 8vo país del mundo que cuenta con mayor presencia de empresas multinacionales.

**Capital y ciudad más poblada:** Madrid

**PIB (PPA):** Puesto #16

- Total (2014): 1´566,369 \$3
- Per cápita: 33 711,409 (2014) \$3

**PIB (nominal):** Puesto #14

- Total (2014): 1406,855 USD 3
- Per cápita: 30´278,346 USD 3

**Población Total:** Puesto #29

Censo: 46 468 102 habitantes en el año 2016

Densidad: 91,95 habitantes por km<sup>2</sup>

**Moneda:** Euro (€, EUR)

**Idioma:** Castellano

**Riesgo País:** A3

### **Comportamiento del consumidor**

El precio es de los factores más importantes al momento de decidir comprar algo para el consumidor español. No son fieles solo a una marca sino a la que les ofrezca el mejor precio. Otro factor importante que influye en la decisión de compra son las facilidades de pago que ofrezcan en la venta del producto o servicio y un buen servicio postventa. Debido al lento crecimiento económico y alto desempleo actual el consumidor se ha inclinado por comprar en las tiendas de descuento.

### **Perfil del consumidor y su poder adquisitivo**

Los consumidores españoles no son tan exigentes, cada vez conceden menos importancia a que sea una marca conocida. Son conservadores y prefieren los productos que ya conocen a los nuevos, pero no les importa tanto la marca. Tienen preferencia por productos que sean de alguna marca española o algo similar. El consumo de productos biológicos no es tan alto como en otros países europeos, en realidad es bajo. Los jóvenes son abiertos a los nuevos productos y tienen gran aceptación.

### **Indicadores de Comercio Exterior**

*Tabla 3.15 Indicadores de comercio exterior España*

<b>Indicadores de comercio exterior</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Importación de bienes</b> (millones de USD)	1.254.869	1.154.852	1.181.233	1.207.041	1.050.025
<b>Exportación de bienes</b> (millones de USD)	1.473.985	1.401.113	1.445.067	1.494.608	1.329.469
<b>Importación de servicios</b> (millones de USD)	294.464	292.143	324.691	329.354	289.475
<b>Exportación de servicios</b> (millones de USD)	245.239	242.023	261.184	272.441	247.309
<b>Importación de bienes y servicios</b> (crecimiento anual en %)	7,0	-0,1	3,1	4,0	5,5
<b>Exportación de bienes y servicios</b> (crecimiento anual en %)	8,3	2,8	1,9	4,1	5,2
<b>Importación de bienes y servicios</b> (en % del PIB)	39,9	39,9	39,5	39,1	39,2
<b>Exportación de bienes y servicios</b> (en % del PIB)	44,8	46,0	45,5	45,7	46,8
<b>Balanza comercial</b> (millones de USD)	227.283	257.424	281.062	300.408	287.888
<b>Comercio exterior</b> (en % del PIB)	84,7	85,9	85,0	84,8	86,0

*Fuente: World Trade Organisation (WTO) y World Bank últimos datos*

## **Principales Países Socios**

*Tabla 3.16 Principales clientes de España*

<b>Clientes principales</b> (% de las exportaciones)	<b>2014</b>
Francia	8,9%
Estados Unidos	8,5%
Reino Unido	7,0%
China	6,6%
Países Bajos	6,4%
Austria	4,9%
Italia	4,8%
Polonia	4,2%
Suiza	4,2%
Bélgica	3,7%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

## Principales proveedores

Tabla 3.17 Principales proveedores de España

<b>Principales proveedores</b> (% de las importaciones)	<b>2014</b>
Países Bajos	9,6%
China	8,9%
Francia	7,3%
Estados Unidos	5,6%
Italia	5,3%
Suiza	4,4%
Polonia	4,3%
Bélgica	4,3%
Rusia	4,2%
Reino Unido	4,2%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

## Cifras del comercio internacional

Tabla 3.18 Indicadores de comercio exterior de España

<b>Indicadores de comercio exterior</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Importación de bienes (millones de USD)	376.606	337.338	340.598	358.924	309.292
Exportación de bienes (millones de USD)	306.551	295.250	317.833	324.536	281.836
Importación de servicios (millones de USD)	n/a	63.905	62.716	68.013	64.579
Exportación de servicios (millones de USD)	n/a	121.870	125.639	132.044	117.442

Fuente: WTO – World Trade Organisation, 2016

## Indicadores de crecimiento

Tabla 3.19 Indicadores de crecimiento de España

Indicadores de crecimiento	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
PIB (miles de millones de USD)	1.369,69	1.383,54	1.199,72	1.252,16e	1.302,95
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	-1,7	1,4	3,2	3,1e	2,2
PIB per cápita (USD)	29.397	29.782	25.843	27.012e	28.148
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-2,8	2,5	-2,8	-2,7e	-2,5
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	93,7	99,3	99,3	100,1e	100,2
Tasa de inflación (%)	1,4	-0,1	-0,5	-0,3e	1,0
Tasa de paro (% de la población activa)	26,1	24,4	22,1	19,4	18,0
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	20,68	13,60	16,70	24,29e	22,52
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	1,5	1,0	1,4	1,9e	1,7

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2016

### 3.4.3 Comercio bilateral entre México y España

El Tratado de Libre Comercio y la Asociación Económica que existe entre la Unión Europea y México (julio de 2000) ha contribuido en gran parte al aumento de las exportaciones e importaciones entre estos países.

En 2016 el saldo de la balanza bilateral estuvo a favor de España con 774.2 Millones de Euros, con una tasa de cobertura del 123,8%. Desde 2009 España no había registrado saldo positivo en la balanza comercial y esto puede ser por la variación en el precio del petróleo que es lo que más importa España.

En 2016, la exportación española fue de 4,099 Millones de Euros. Disminuyó un poco en relación al 2015, un 3.8% que eran 4,264 Millones de Euros. En el 2016 México fue el primer destino de exportaciones de España hacia América Latina y el quinto mercado más importante de los países fuera de Europa sólo detrás de Estados Unidos con 11,327, Marruecos con 6,933, Turquía 5,179 y China 5,031 y fue el doceavo a nivel mundial. Los principales productos que México compró a España en 2016 fueron: máquinas y aparatos de mecánica, automóviles, aparatos y material eléctrico, prendas de vestir, barcos y embarcaciones, fundición y manufacturas de hierro y acero, materias plásticas, bebidas y muebles.

De acuerdo a los datos del Banco de México, España fue en el año 2016 el 3er suministrador de la Unión Europea para México con 4,455 Millones de dólares por detrás de Alemania con 13,877 Millones de dólares e Italia con 5,291 Millones de dólares.

El último dato disponible corresponde al mes de enero de 2017 en el que las exportaciones ascendieron a 280,3 M€ (frente a los 295M€ del mismo mes de 2016) y las importaciones a 351,4 M€, cifra superior a los 158M€ de enero de 2016.

### Cuadro de Importaciones bilaterales por sectores

Tabla 3.20 Importaciones españolas procedentes de México

<b>IMPORTACIONES ESPAÑOLAS PROCEDENTES DE MÉXICO, POR SECTORES</b>					
(Datos en millones de €)	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>%</b>	<b>2015</b>	<b>%</b>
SECTORES ECONÓMICOS	5.489,03	4.819	100	3.614,24	100
1. ALIMENTOS	143,81	182	3,78	216,85	6,00
2. PRODUCTOS ENERGÉTICOS	4.733,30	3.885	80,62	2.393,79	66,23
3. MATERIAS PRIMAS	60,28	70,81	1,47	66,27	1,83
4. SEMIMANUFACTURAS	189,67	219,68	4,56	227,32	6,29
5. BIENES DE EQUIPO	223,33	263,30	5,46	359,00	9,93
6. SECTOR AUTOMÓVIL	97,24	143,79	2,98	275,25	7,62
7. BIENES DE CONSUMO DURADERO	5,83	8,12	0,17	20,23	0,56
8. MANUFACTURAS DE CONSUMO	35,29	45,71	0,95	55,34	1,53
9. OTRAS MERCANCÍAS	0,28	0,39	0,01	0,19	0,01

Fuente: Datacomex.

### 3. Italia

Italia es un país soberano y es miembro de la Unión Europea. Es un país que pertenece a 2 continentes, Europa y África pero el 99.97% de su territorio está ubicado en Europa. En Europa se encuentra la península itálica, el valle del Po y las islas Sicilia y Cerdeña en el mar Mediterráneo. Y el 0.03% que se encuentra en África está conformado por las islas de Pantelaria, Lampedusa y Lampione. Hay 2 estados independientes que son San Marino y Ciudad del Vaticano y son claves para Italia.

Roma es de las ciudades más visitadas de Europa y en general Italia es el 3ro de la Unión Europea que más turistas visitan al año. Otra ciudad importante de Italia es Milán que es el centro de finanzas y de industria, y también la capital de la Moda. Turín es importante en diseño industrial y es el centro de la industria automovilística. Italia es una república democrática, forma parte del G8 que son las 8 naciones más industrializadas del mundo y es un país muy desarrollado considerado como una economía estable y con una alta calidad de vida.

Italia es de los países miembros fundadores de la Unión Europea el cual firmó el Tratado de Roma en 1957 y también es de los países miembros fundadores de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) y de los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y de la Organización Mundial del Comercio como también del Consejo de Europa y de la Unión Europea Occidental. El país en general y en especial Roma tiene gran influencia y repercusión en los temas de política y cultura y en organizaciones mundiales como la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO), también del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (IFAD) y el Global Forum como también del Programa Mundial de Alimentos (WFP).

**Capital y ciudad más poblada:** Roma

**PIB (PPA):** Puesto #8

- Total (2016): 2,128 billones de dólares
- Per cápita: 33,770 millones de dólares

**PIB (nominal):** Puesto #8

- Total (2016): 2,141 billones de dólares
- Per cápita: 34,960 millones de dólares

**Población Total:** Puesto #23

Censo: 60'782,897 habitantes en el año 2014

Densidad: 212 habitantes por km<sup>2</sup>

**Moneda:** Euro (€, EUR)

**Idioma:** italiano

**Riesgo País:** A3

### **Comportamiento del consumidor**

Para los consumidores italianos la calidad y el servicio post venta son factores fundamentales que toman en cuenta para la decisión de compra. También les gusta que la información sobre el producto que compran sea indicada de manera clara. Prefieren productos que sean hechos en Italia ya que su calidad es buena. No les preocupa demasiado que sigan los criterios sobre respeto al medio ambiente. En el sector de la moda prefieren lo novedoso ya que cuentan con la ciudad nombrada mundialmente como la capital de la moda.

### **Perfil del consumidor y su poder adquisitivo**

Los italianos son consumistas por lo que no ahorran demasiado, pero debido a la inflación que ha habido en los últimos años esto no ha sido positivo en la



adquisición de nuevos bienes. Los consumidores en Italia son demasiado exigentes en cuanto a la calidad se refiere, pero no son tan exigentes en cuanto a las rebajas, les gustan los programas de fidelidad, y los créditos y los días y horarios de apertura son importantes.

## Indicadores de comercio exterior

Tabla 3.21 Indicadores de comercio exterior de Italia

Indicadores de comercio exterior	2011	2012	2013	2014	2015
Importación de bienes (millones de USD)	558.787	488.600	479.447	474.193	408.932
Exportación de bienes (millones de USD)	523.258	501.306	518.268	529.899	459.068
Importación de servicios (millones de USD)	116.482	106.426	108.415	113.659	99.260
Exportación de servicios (millones de USD)	109.065	107.065	110.628	114.116	98.553
Importación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	0,5	-8,1	-2,4	3,3	6,0
Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	5,2	2,3	0,7	2,9	4,3
Importación de bienes y servicios (en % del PIB)	28,6	27,6	26,6	26,5	27,0
Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)	27,0	28,6	28,9	29,3	30,1
Balanza comercial (millones de USD)	-25.834	21.443	47.958	62.518	57.859
Comercio exterior (en % del PIB)	55,6	56,2	55,5	55,8	57,0

Fuente: World Trade Organisation (WTO), World Bank evaluado con los últimos datos

## Principales países asociados

Tabla 3.22 Principales clientes de Italia

Clientes principales (% de las exportaciones)	2014
Alemania	12,6%
Francia	10,5%
Estados Unidos	7,5%
Reino Unido	5,2%
Suiza	4,8%
España	4,5%
Bélgica	3,3%
China	2,6%
Polonia	2,6%
Turquía	2,4%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

## Principales proveedores

Tabla 3.23 Principales proveedores de Italia

Principales proveedores (% de las importaciones)	2014
Alemania	15,2%
Francia	8,6%
China	7,0%
Países Bajos	5,8%
Rusia	4,8%
España	4,8%
Bélgica	4,2%
Estados Unidos	3,5%
Suiza	2,9%
Reino Unido	2,9%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

## Cifras del comercio Internacional

Tabla 3.24 Indicadores de comercio exterior de Italia

Indicadores de comercio exterior	2011	2012	2013	2014	2015
Importación de bienes (millones de USD)	558.787	488.600	479.447	474.193	408.932
Exportación de bienes (millones de USD)	523.258	501.306	518.268	529.899	459.068
Importación de servicios (millones de USD)	116.482	106.426	108.415	113.659	99.260
Exportación de servicios (millones de USD)	109.065	107.065	110.628	114.116	98.553

Fuente: WTO – World Trade Organisation, 2016

## Indicadores de crecimiento

Tabla 3.25 Indicadores de crecimiento de Italia

Indicadores de crecimiento	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
<b>PIB</b> (miles de millones de USD)	2.131,00	2.141,94	1.815,76	1.852,50e	1.895,32
<b>PIB</b> (crecimiento anual en %, precio constante)	-1,7	-0,3	0,8	0,8e	0,9
<b>PIB per cápita</b> (USD)	35.704	35.239	29.867	30.294e	30.892
<b>Saldo de la hacienda pública</b> (en % del PIB)	-0,6	-1,1	0,8	-1,2e	-1,1
<b>Endeudamiento del Estado</b> (en % del PIB)	129,0	132,5	132,7	133,2e	133,4
<b>Tasa de inflación</b> (%)	1,2	0,2	0,1	-0,1e	0,5
<b>Tasa de paro</b> (% de la población activa)	12,1	12,6	11,9	11,5	11,2
<b>Balanza de transacciones corrientes</b> (miles de millones de USD)	20,19	41,05	39,91	40,23e	35,53
<b>Balanza de transacciones corrientes</b> (en % del PIB)	0,9	1,9	2,2	2,2e	1,9

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2016

#### 3.4.4 Comercio bilateral entre México e Italia

Las relaciones diplomáticas entre México e Italia comenzaron el 15 de diciembre de 1874. Con el propósito de institucionalizar la cooperación bilateral, en julio de 1991 se firmó un Acuerdo Marco de Cooperación México-Italia que está en vigor desde el primero de julio de 1994.

Gracias a este tratado y desde que inició, el Comercio entre la Unión europea y México (TLCUEM) en 2000, las exportaciones e importaciones entre México e Italia han tenido una Tasa de Crecimiento Media Anual (TCMA) favorable de 9.3%.

- Italia es el tercer socio comercial importante de México entre los países de la Unión Europea y el número 11 a nivel mundial.

Desde que entró en vigor el Tratado de Libre Comercio entre, el intercambio comercial entre estos países ha incrementado en un 258.3%.

En la actualidad las relaciones entre Italia y México son fuertes. Los presidentes de estas 2 naciones se han dado a los 2 países. Fue 1997 cuando México firmó el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea el cual incluye a Italia.

El comercio entre estos 2 países en los últimos años fue de más de 6 mil millones de dólares por año. Los productos que México exporta a Italia son: automóviles y productos a base de petróleo. Algunos de los productos que Italia exporta a México son productos a base de acero principalmente. En el último año Italia se colocó como el 9no socio comercial que tiene México a nivel mundial y esto es favorable para México al momento de querer exportar sus artesanías hacia ese país y es el socio tercero que tiene en toda Europa después de Alemania y España. Para Italia, México es de los principales socios comerciales que este país tiene, siendo el segundo que tiene en América Latina después de Brasil.

Entre México e Italia se está fortaleciendo el intercambio de visitas institucionales y colaboración entre gobiernos, y desde el punto de vista comercial, el intercambio Italia-México está creciendo aceleradamente, pues las exportaciones de México a Italia crecieron un 12% tan sólo en el año 2015.

Lo anterior lo dio a conocer el embajador de Italia en México, Alessandro Busacca, quien manifestó que después de Alemania, Italia es el segundo país europeo con niveles altos de exportación a México y el tercer socio comercial con México por debajo de España.

Indicó que, así como han crecido las relaciones comerciales, han crecido las inversiones entre ambos países bajo las estadísticas de la Secretaría de Hacienda, pues recordó que existen 1,200 empresas italianas en México de todo tipo.

### 3.4.5 Acceso a los Mercados

#### 3.4.5.1 Barreras Arancelarias y Acuerdos Comerciales

## TLC México - Unión Europea



*Imagen 3.1 Comercio exterior entre México y Europa*

*Fuente: Altonivel.com.mx, Secretaría de economía*

## Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea

Desde julio del 2000 se firmó el tratado de libre comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM) y forma parte del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación México y Unión Europea, el cual busca y ayuda a fomentar el diálogo político para aumentar la cooperación entre ambos países.

El TLCUEM es el primer acuerdo de libre comercio que existe en el continente americano y el continente europeo y esto ha generado un crecimiento importante con los flujos bilaterales que ha habido en el comercio y la inversión.

- **Marco Jurídico.** Presenta las reglas, normas y los textos del Acuerdo, así como las Decisiones que puedan modificar el mismo.
- **Marco Institucional.** Explica cómo y cuándo se llevará a cabo la administración del Acuerdo.

México y la Unión Europea comparten lazos estrechos históricos y también culturales que los vinculan y también a sus Estados miembros, también comparten principios y valores universales.

México y la Unión Europea cuentan con un acuerdo global y es el único país de Latinoamérica que es socio estratégico de este continente. Este Acuerdo fue el primero a nivel trasatlántico.

La Asociación Económica de este Acuerdo Global contiene todas las disposiciones que deben conformar un tratado de libre comercio y gracias a este acuerdo los intercambios comerciales y los flujos de inversión entre México y la Unión Europea han tenido una tendencia positiva a pesar de la crisis internacional de años pasados. Gracias a esto la Unión Europea se ha convertido en el segundo mercado de destino de las exportaciones mexicanas y también en la segunda fuente de inversión extranjera en México.

A nivel bilateral y con la intención de aumentar sus relaciones económicas México y la Unión Europea pretenden alcanzar la liberalización de su comercio de bienes y servicios y quieren conformar un futuro marco único para la promoción y protección recíproca de las inversiones considerando el Tratado de Lisboa.

El desmantelamiento de los aranceles ayuda a las pequeñas y medianas empresas mexicanas.

México y la Unión Europea comparten la idea y voluntad política de seguir trabajando juntos para seguir fortaleciendo sus relaciones económicas, empresariales y comerciales y saben que quieren mantener sus relaciones futuras.

Los principales socios comerciales de México son Estados Unidos en primer lugar y China en segundo y actualmente gracias a los resultados del TLCUEM la Unión Europea se ha situado como el tercer socio comercial de México gracias a las barreras arancelarias y no arancelarias.

Como podemos ver en las siguientes tablas por código TARIC de cada artículo que se desea exportar no hay aranceles para México hacia ningún país que se pretende exportar, Alemania, España e Italia.

### **Cuadros de madera con estambre**

*Tabla 3.26 aranceles para marcos de madera*

Código	Descripción del producto					
<a href="#">44</a>	MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA					
<a href="#">4414</a>	Marcos de madera para cuadros, fotografías, espejos u objetos similares					
<a href="#">4414 00 90</a>	-De las demás maderas					
Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación europea	
ERGA OMNES	Derecho terceros países	0 %			<a href="#">R2261/98</a>	
ERGA OMNES	Suspensión - productos destinados a ciertas clases de buques y de plataformas de perforación o de explotación	0 %	<a href="#">Show</a>	EU003 TM510	<a href="#">R2658/87</a>	
ERGA OMNES	Control a la importación - CITES		<a href="#">Show</a>	CD370	<a href="#">R0160/17</a>	
Méjico	Preferencias arancelarias	0 %			<a href="#">D0415/00</a>	

Fuente: European Comission 2017

## Figuras de madera

Tabla 3.27 aranceles para estatuillas de madera

Código	Descripción del producto					
<a href="#">44</a>	MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA					
<a href="#">4420</a>	Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el Capítulo 94					
<a href="#">4420 10</a>	-Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera					
<a href="#">4420 10 11</a>	--De las maderas tropicales citadas en la Nota complementaria 2 de este Capítulo					
<a href="#">4420 10 11 10</a>	---Hechos a mano					
<a href="#">4420 10 11 90</a>	---Los demás					
Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación europea	
ERGA OMNES	Derecho terceros países	3 %			<a href="#">R2886/89</a>	
ERGA OMNES	Suspensión - productos destinados a ciertas clases de buques y de plataformas de perforación o de explotación	0 %	<a href="#">Show</a>	EU003 TM510	<a href="#">R2658/87</a>	
ERGA OMNES	Control a la importación - CITES		<a href="#">Show</a>	CD370	<a href="#">R0160/17</a>	
Méjico	Preferencias arancelarias	0 %			<a href="#">D0415/00</a>	

Fuente: European Comission 2017

## Calzado de arte huichol

Tabla 3.28 aranceles para calzado

Requisitos	Aranceles	Reglas de origen ALC Chile-Mexico	Estadísticas		
Código	Descripción del producto				
<a href="#">64</a>	CALZADO, POLAINAS Y ARTÍCULOS ANÁLOGOS; PARTES DE ESTOS ARTÍCULOS				
<a href="#">6405</a>	Los demás calzados				
<a href="#">6405 10</a>	-Con la parte superior de cuero natural o regenerado				
<a href="#">6405 20</a>	-Con la parte superior de materia textil				
<a href="#">6405 90</a>	-Los demás				
<a href="#">6405 90 90</a>	--Con suela de otras materias				
Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación europea
ERGA OMNES	Derecho terceros países	4 %			<a href="#">R2261/98</a>
ERGA OMNES	Unidad suplementaria	/pa			<a href="#">R2658/87</a>
ERGA OMNES	Suspensión - productos destinados a ciertas clases de buques y de plataformas de perforación o de explotación	0 %	<a href="#">Show</a>	EU003 TM510	<a href="#">R2658/87</a>
ERGA OMNES	Suspensión arancelaria de aeronavegabilidad	0 %	<a href="#">Show</a>	CD333	<a href="#">R1147/02</a>
Méjico	Preferencias arancelarias	0 %			<a href="#">D0415/00</a>

Fuente: European Comission 2017

## Collares, pulseras y aretes de arte huichol

Tabla 3.29 aranceles para bisutería

Requisitos	Aranceles	Reglas de origen ALC Chile-Mexico	Estadísticas		
Código	Descripción del producto				
<a href="#">71</a>	PERLAS FINAS (NATURALES) O CULTIVADAS, PIEDRAS PRECIOSAS O SEMIPRECIOSAS, METALES PRECIOSOS, CHAPADOS DE METAL PRECIOSO (PLAQUÉ) Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS; BISUTERÍA; MONEDAS				
<a href="#">7117</a>	Bisutería				
<a href="#">7117 90</a>	-Las demás				
Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación europea
ERGA OMNES	Derecho terceros países	4 %			<a href="#">R2261/98</a>
ERGA OMNES	Control a la importación - CITES		<a href="#">Show</a>	CD370	<a href="#">R0160/17</a>
Méjico	Preferencias arancelarias	0 %			<a href="#">D0415/00</a>

Fuente: European Comission 2017

## Accesorios para el cabello de arte huichol

Tabla 3.30 aranceles para peines, peinetas

Código	Descripción del producto
<a href="#">96</a>	MANUFACTURAS DIVERSAS
<a href="#">9615</a>	Peines, peinetas, pasadores y artículos similares; horquillas; rizadores, bigudíes y artículos similares para el peinado, excepto los de la partida 8516, y sus partes
<a href="#">9615 11</a>	-Peines, peinetas, pasadores y artículos similares
<a href="#">9615 19</a>	--Los demás

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación europea
ERGA OMNES	Derecho terceros países	2.7 %			<a href="#">R2261/98</a>
ERGA OMNES	Control a la importación - CITES		<a href="#">Show</a>	CD370	<a href="#">R0160/17</a>
Méjico	Preferencias arancelarias	0 %			<a href="#">D0415/00</a>

Fuente: European Comission 2017

Se puede concluir que es una gran ventaja para México el no tener que pagar aranceles por los artículos que se exportarán por lo que el proyecto se vuelve aún más viable.

## Capítulo 4

### 4. Formas de negociación internacional y requisitos de aduana para exportar

#### 4.1 Introducción a la negociación internacional

Existen diferentes tipos y formas y estilos de negociaciones de acuerdo a cada país. Actualmente, en el mercado global en el que vivimos hoy en día la mayoría de las empresas de todo tipo y nivel realiza negocios comerciales, importación o exportación. Para llevar a cabo estas negociaciones es recomendable que la persona que las haga sea un profesionalista con un alto dominio cultural, político, social y económica de las diferentes regiones del mundo, pero sobre todo que sea un buen negociador y ambas partes ganen. La empresa o la persona que haga la negociación debe contar con la habilidad de identificar las necesidades de los mercados con los que desea negociar y encargarse la logística para hacer llegar la mercancía.

Gracias a la globalización y que se han ido eliminando las barreras al comercio, la negociación internacional se utiliza casi todos los días y permite a los productores, a quien comercia y a los compradores obtener beneficios gracias al comercio exterior.

La negociación internacional es aquella en donde intervienen partes de diferentes países, quiere decir en mercados exteriores. Para la negociación internacional comercial intervienen empresas pertenecientes a países diferentes y su plan es comercializar bienes y servicios en otros países diferentes al suyo.



Existen diferentes tipos de negociaciones internacionales entre empresas. Algunas de ellas son compraventas internacionales y alianzas estratégicas.

Es importante que las 2 partes queden satisfechas al final para de esta forma mantener relaciones favorables a largo plazo.

Las negociaciones internacionales pueden tener varios integrantes y variaciones.

### **Claves para una negociación internacional eficaz**

Las claves para una negociación internacional eficaz son las siguientes:

- Desarrollarse mediante una serie de procesos por etapas, las cuales son: la preparación, el desarrollo y conclusión.
- Existir interdependencia entre las partes
- Predisponerse para llegar a un acuerdo o contrato.
- Ser creativo para aportar recursos que incrementen el valor de lo que se negocia.

### **Cierre de una negociación internacional con éxito**

En la búsqueda del acuerdo y al tratar de llegar al cierre de una negociación internacional se pueden manejar diferentes estrategias las cuales son:

- Con argumento: lanzar en el último momento un argumento de peso que logre persuadir a la otra parte.
- Con concesión: concesión al final para provocar el cierre.
- Con resumen: retomar y revisar los acuerdos a los que se ha llegado (acuerdos parciales) con el fin de cerciorarse que estos sean exactamente lo que se pactó en el proceso de negociación.
- Con presión: estimular a la contraparte a tomar decisiones rápidas.
- Con aceptación de la última objeción: evitar así la multiplicidad de objeciones.
- Con alternativa: brindar a la otra parte diferentes opciones o pactos para llegar al cierre del proceso.

#### *4.1.1 Aspectos culturales y de negociación de los países seleccionados, Alemania, España, Italia.*

### **1. Alemania**

#### **Las relaciones de negocios**

- Principios fundamentales de la cultura de negocios

Alemania tiene un poder adquisitivo alto y muy poco riesgo de que su economía caiga ya que cuenta con una economía estable y es el mercado europeo más

grande, por eso todas las empresas que se quieren internacionalizar encuentran atractivo este destino ya que es una gran potencia económica.

En Alemania es muy importante el orden. Para las relaciones internacionales es necesario seguir las reglas, normas códigos y regulaciones para tener éxito.

Lo más importante para los directivos alemanes son calidad del producto y el servicio. Se enfoca en la producción y aspectos técnicos de la misma.

El mercado alemán es de los mercados más competitivos del mundo por lo que les llegan ofertas de muchos proveedores y esto hace que el precio sea un elemento esencial.

El comprador alemán es conservador por lo que le gusta mantener el mismo proveedor. Para entrar en su mercado hay que ofrecer un producto novedoso, algo adicional o alguna ventaja en precio.

Para concertar citas con ellos se deben solicitar con demasiado tiempo de anticipación, como mínimo 3 semanas.

Para ellos uno de los aspectos más importantes es la puntualidad. Se debe llegar a las citas anticipadamente, jamás ni un minuto tarde. Si se han asignado 30 minutos para una presentación en la reunión se deben respetar los 30 minutos, no se deben exceder en tiempo. Es importante la puntualidad en pagos, reuniones, plazos y en general en todo.

La persona que asiste a la reunión debe ir preparada, con una agenda con los temas que tratará en la reunión y seguirla.

También es importante que en las reuniones de negocio no se critique a la competencia ni a la propia, ni a la empresa alemana ni a ninguna ya que no se deben comparar entre empresas sino evaluar sus méritos propios.

Los ejecutivos alemanes le tienen miedo al riesgo y por eso les gusta dejar muy claros todos los puntos a negociar y que todo esté por escrito para que no haya dudas.

El estilo de negociación alemán es cooperativo, buscan obtener beneficios para ambas partes que les permita avanzar y no les gusta el enfrentamiento, pero tampoco hacen concesiones fácilmente.

Si solicitan una oferta se les tiene que enviar lo antes posible ya que si no consideran que la empresa es poco profesional.

Los contratos deben ser muy detallados y una vez firmados deben cumplirse en su totalidad sin modificaciones.

La vida profesional y personal se mantiene aparte, no se deben mezclar.

## 2. España

### Las relaciones de negocios

- Principios de la cultura de negocios

Las reuniones en persona son muy importantes. El empresario español aprecia las visitas regulares y suele dispensar a sus contactos un trato cordial y amistoso, prefiriendo la comunicación oral a la escrita.

Durante la cita:

- Los españoles prefieren que sus interlocutores hablar en primer lugar;
- Las negociaciones pueden alargarse bastante de manera que puedan abordarse todas las cuestiones;
- Los españoles prefieren cerrar un trato de manera oficial, desconfiando de las cuestiones de última hora y las repeticiones innecesarias.

- El primer contacto

Antes de un primer encuentro, envíe una carta, e-mail o fax, explicando quién es usted y qué desea. Confirme el encuentro por escrito o por teléfono el día antes. Evite agosto, Semana Santa y la época que va de Navidad al 6 de enero. ¡Tenga presente que hay muchas fiestas y días festivos en España! Cada región y ciudad tiene sus propios días festivos públicos. Evite concertar una reunión entre las 2 y las 4 de la tarde. Los horarios de trabajo son generalmente desde las 9 de la mañana hasta las 6 de la tarde. Los españoles aprecian las invitaciones para desayunar, pero no antes de las 8 de la mañana. Son frecuentes las comidas de trabajo que empiezan a las dos de la tarde y que duran un par de horas. Las cenas empiezan a partir de las 9 y pueden alargarse hasta medianoche.

- Los saludos

Estreche la mano de la persona con quien se reúne y diríjase a él o ella por su apellido, precedido de un "señor" o "señora". Por favor, tenga en cuenta que los españoles usan dos apellidos –utilice ambos. Emplee la expresión "Usted" cuando se dirija a alguien, aunque muchas veces las personas le pedirán que utilice el nombre de pila.

Cuando dos hombres se conocen bien se dan un abrazo de frente, con una palmada enérgica en la espalda. También pueden darse la mano poniendo la segunda mano en el antebrazo de la otra persona. Entre un hombre y una mujer o entre dos mujeres es muy común saludarse con dos besos en las mejillas (empezando por la mejilla derecha).

- Cómo presentarse

Al momento de presentarse, comience con un "Encantado" (o "Encantada") y luego diga su nombre y apellido.

- Las relaciones de negocios

En España prefieren hacer negocios con gente que ellos conocen y por lo mismo se toman su tiempo para conocer a la otra persona. El primer encuentro suele ser muy formal. Ya después, las relaciones se vuelven más informales y más amistosas. Prefieren hablar de frente que hacerlo por escrito o por teléfono o celular. En general, los directores de pymes solo hablan español y posiblemente su lengua regional. En las empresas grandes el inglés ha reemplazado al francés, pero muy pocos españoles y empresarios hablan inglés fluidamente por lo que es preferible saber castellano o llevar a un intérprete.

- Los regalos

En la primera visita, un regalo de bajo precio (un recuerdo regional, un artículo promocional o un producto de la empresa visitante) siempre es apreciado y deja muy buena impresión.

- Comunicación de negocios

Además de las conversaciones en persona o por teléfono, que siguen siendo las preferidas, la comunicación por e-mail está creciendo rápidamente debido al servicio postal lento y no siempre fiable. Es muy importante crear una relación personal y de confianza con la persona con quien hablan. Puede suceder que su interlocutor lo interrumpa mientras habla. No lo considere una ofensa, sino una muestra de interés por lo que usted está diciendo. En general las negociaciones duran bastante.

- Código de etiqueta

Los españoles son muy sensibles a la indumentaria de las personas con quienes hablan (ya sea a nivel profesional o social). No está bien visto usar colores brillantes. Lo mejor es vestir serio y formal para mostrar un grado de respeto.

- Tarjetas de visita

Es indispensable utilizar tarjetas de visita profesionales. Si no presenta su tarjeta al inicio de una conversación "no es nadie". Es recomendable que la tarjeta esté traducida al español al dorso y que se entregue al interlocutor por ese lado.

### **3. Italia**

#### **Las relaciones de negocios**

- Principios fundamentales de la cultura de negocios

Los italianos son personas muy amables. La equidad de género es muy notoria. Toman mucho en cuenta a la familia por lo que las empresas por lo regular se rigen por un liderazgo familiar. Son muy religiosos, el 50% de ellos son católicos.

Los ejecutivos en general no son personas puntuales, pero para realizar negocios con ellos si es importante que la otra persona sea puntual.

Es bueno si la persona que va a negociar con ellos habla italiano, pero no es indispensable ya que la mayoría de los empresarios hablan inglés.

La primera cita es muy importante ya que en ella se da la impresión inicial. La mayoría de las citas son en la mañana.

Los italianos son personas muy elegantes y de esa forma es su vestuario con un toque clásico. En los negocios el éxito tiene que ver con la vestimenta también.

#### Estrategias de negociación

Los italianos son buenos negociadores y son personas que les gusta regatear por lo que es recomendable fijar el precio antes para no llevarse sorpresas.

Para ellos lo más importante es la calidad, no les importa tanto el precio por lo que el producto que se les ofrezca debe ser de una excelente calidad.

Al cerrar un negocio suelen dar un apretón de manos. Los saludos suelen ser muy efusivos, aunque se acaben de conocer.

Al cerrar un negocio a los italianos les gusta ir a almorzar ya que son amantes de la gastronomía.

La empresa Artesanía Huichol debe evaluar las distintas formas de negociar de cada país para tener éxito con estos países al momento de hacer las negociaciones con ellos y así mantener una relación a medio y largo plazo.

#### *4.1.2 INCOTERMS*

En las operaciones de compraventa internacional se pueden dar diferencias de interpretación y esto puede provocar malentendidos y esto ocasiona que la empresa pueda perder dinero y también tiempo además de crear barreras al comercio internacional.

Gracias a los incoterms es más fácil interpretar los términos de negociación internacional entre el exportador y el importador porque existen reglas internacionales.

El principal objetivo de los INCOTERMS es establecer reglas donde se establezcan los derechos y las obligaciones del exportador y del importador a la hora de hacer transacciones comerciales internacionales que se pueden utilizar en los contratos de compraventa internacional.

#### 4.1.2.1 INCOTERMS 2010

##### Los Incoterms 2010

Los incoterms 2010 cuentan con las modificaciones que reemplazaron a los incoterms 2000. En estas modificaciones se han suprimido cuatro incoterms que son DEQ (entregado en muelle), DES (entregado en buque), DAF (entregado en frontera) y DDU (entregado sin impuestos aduaneros) y se introdujeron 2 nuevos incoterms que son DAT (entregado en terminal) y DAP (entregado en el punto de destino).

Tabla 4.1 Incoterms suprimidos

Los Incoterms 2000 suprimidos		Los nuevos Incoterms 2010
DEQ : Entregado en muelle	→	DAT: Entregado en terminal
DAF : Entregado en frontera	→	DAP: Entregado en el punto de destino
DES : Entregado en buque		
DDU : Entregado sin impuestos aduaneros		

Fuente: [portalsantandertrade.com](http://portalsantandertrade.com)

#### 4.1.2.2 Clasificación de los INCOTERMS

Los incoterms se clasifican en 2 categorías transporte polivalente y transporte marítimo:

Tabla 4.2 Clasificación de los Incoterms



Fuente: [aduanas-mexico.com](http://aduanas-mexico.com)

### Estructura de los Incoterms

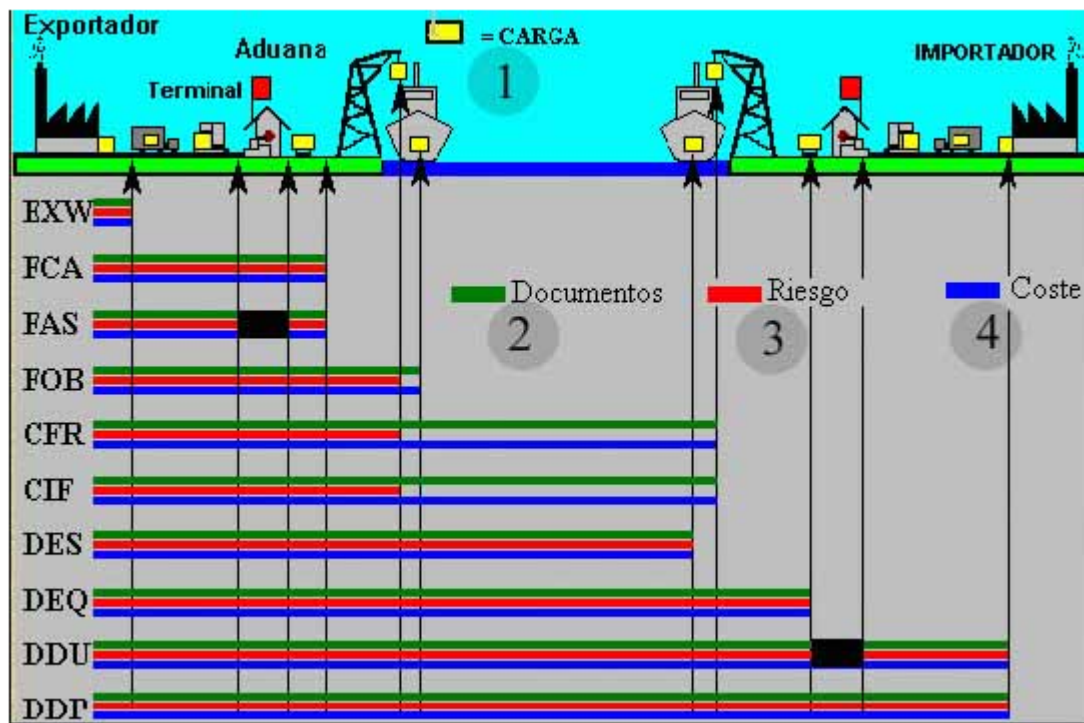
Tabla 4.3 Estructura de los Incoterms

Grupo	Incoterms
Términos "E"	EXW
Términos "F"	FCA, FAS, FOB
Términos "C"	CFR, CIF, CIP, CPT
Términos "D"	DAP, DAT, DDP

Fuente: [aduanas-mexico.com](http://aduanas-mexico.com)

### Proceso de Incoterms

Tabla 4.4 Explicación de Incoterms



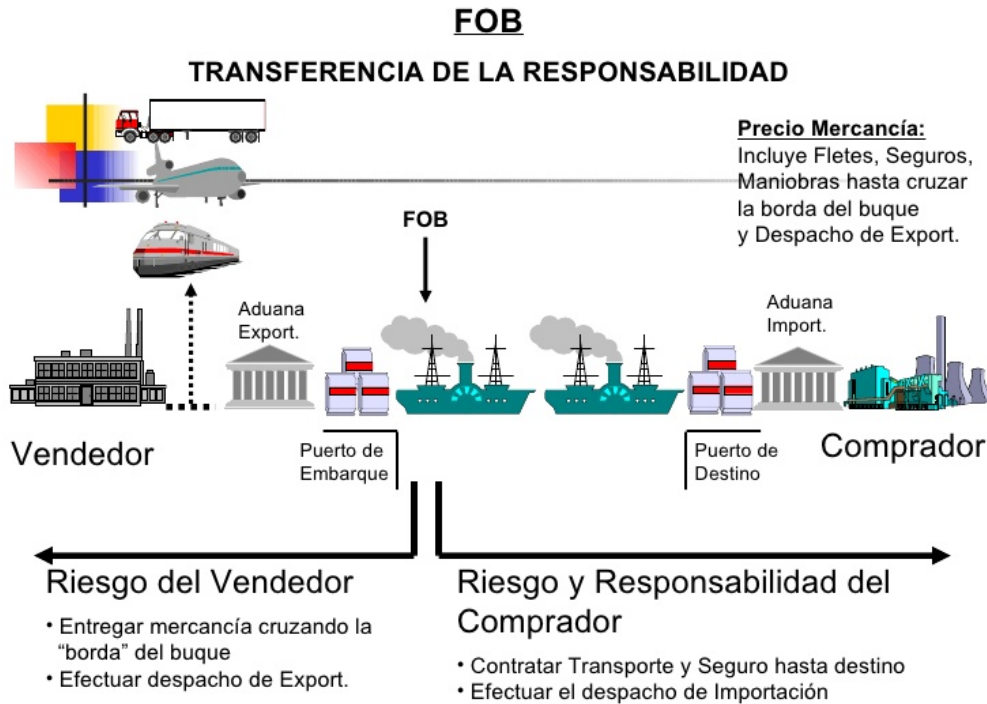
Fuente: [incoterms.com](http://incoterms.com)

Es recomendable para la empresa Artesanía Huichol que utilice el incoterm FOB ya que es de los más utilizados por vía marítima principalmente para el vendedor y a continuación se explica por que.

### **FOB (Free on board) Libre a bordo**

Este incoterm es muy utilizado por sus características. Al vendedor le conviene utilizar este incoterm ya que su responsabilidad termina cuando la mercancía llega al puerto convenido y el comprador debe asumir los riesgos y costos de daños o perdidas de la mercancía cuando ésta ha llegado al puerto convenido.





*Imagen 4.1: Transferencia de la Responsabilidad en Incoterm FOB*

*Fuente: Comercio y aduanas México*

En general el vendedor tiene menos responsabilidad que el comprador utilizando este incoterm.

#### 4.1.3 Tipos de Contratos Internacionales

Los contratos internacionales son los documentos legales que obligan a las partes involucradas a cumplir con lo que se haya pactado previamente en la negociación.

Los contratos internacionales más comunes son el de compraventa, la franquicia, contrato de distribución, joint venture y agencias.

La empresa Artesanía Huichol utilizará el contrato de compraventa internacional a la hora de exportar ya que para este tipo de actividades de comercio internacional es el más recomendado.

##### 4.1.3.1 Contrato de compraventa internacional

El contrato de compraventa internacional es el típico que se utiliza en el comercio internacional bajo diferentes normas en la importación y exportación con fines lucrativos entre las partes las cuales tienen sus centros operativos en distintos países; debe ser una mercancía lícita y debe pasar por aduanas.

Los involucrados directos del contrato son el importador y el exportador y los indirectos o canales de comercialización son el agente comercial, la sucursal, el bróker y el comisionista.

#### 4.1.3.2 Importancia de elaborar un contrato de compraventa internacional

Es indispensable contar con el contrato de compraventa ya que en él se establecen todas las cláusulas y acuerdos de la negociación, así como el medio de transporte y las obligaciones y derechos de cada parte por lo que se tiene que firmar el contrato anticipadamente antes de enviar cualquier tipo de mercancía, es mejor que esté todo por escrito y así evitar malentendidos.

#### 4.1.3.3 Aspectos a incluir en las cláusulas del contrato de compraventa internacional de mercancías

Algunos de los principales aspectos que debe contemplar un contrato de compraventa internacional son los siguientes:

- Nombre y dirección de las partes
- Producto, normas y características
- Documentos
- Inspección
- Cantidad
- Licencias y permisos
- Embalaje, etiquetado y marcas
- Condiciones de pago
- Medios de pago
- Garantía
- Valor total del contrato
- Condiciones de entrega
- Idioma
- Arbitraje
- Firmas de las partes

#### 4.1.4. Formas de pago internacional

Los incoterms forman parte en la determinación de la forma de pago internacional que utilizará la empresa ya que ellos definen los derechos y las obligaciones que tiene el exportador y el importador.

Las principales formas de pago en el comercio internacional son:

- Cartas de crédito
- Cheque

- Órdenes de pago
- Giros bancarios
- Cobranza documentaria internacional

Gráfico 4.1 Clasificación de los medios de cobro internacional



Fuente: Formas de pago internacional

La mejor opción para la empresa Artesanía Huichol es elegir la carta e rédito irrevocable y confirmada ya que tiene el más alto nivel de seguridad y favorece las transacciones entre ambas partes.

#### 4.1.4.1 Aspectos de la carta de crédito

Las cartas de crédito son herramientas de pago con normas internacionales. La persona le indica al banco que haga el pago si se cumplen las condiciones establecidas.

#### 4.2 Requisitos de aduana para exportar

Para exportar desde México deben pasar por un régimen aduanero. Cuando la mercancía se presenta a aduana para ingresarla o sacarla del país se informa en un documento oficial hacia dónde va esa mercancía. Esto es el pedimento de exportación el cual debe acompañarse con facturas con el valor de la mercancía, documentación que compruebe que se est n cumpliendo las restricciones no arancelarias y especificaciones para identificar la mercancía.

### 4.2.1 Documentos para Exportar

Estos documentos se anexan junto con el pedimento de embarque.

Algunos de ellos son:

- Factura comercial
- Encargo referido
- Carta de instrucciones para el agente aduanal
- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Documento de transporte
- Documentos que avalan el cumplimiento de las normas

## Capítulo 5

### 5. Formas de comercializar la mercancía y análisis financiero

#### 5.1 Comercialización

Comercializar es vender un producto y distribuirlo. Actualmente hay demasiada competencia por lo que no es importante sólo contar con un buen producto sino saber comercializarlo.

Es importante contar con buenas campañas de publicidad para tener éxito con el producto que se desea comercializar.

##### 5.1.1 Marketing Mix

El marketing mix es muy importante para ayudar a posicionar un producto. El marketing mix cuenta con 4 variables importantes que son producto, precio, plaza y promoción y son las variables que la empresa Arte Huichol deberá trabajar para tener éxito.

##### 5.1.1.1 Características del Producto

#### **Características del producto**

Las artesanías huicholes son elaboradas con chaquira principalmente y con estambre sobre tablas de madera con cera.

Hay diferentes formas de utilizar la chaquira:

La primera es chaquira cocida y se puede aplicar de formas diferentes: cocerla directamente encima de la tela, también formando hilos que se apliquen a la prenda, otra es cocerlas entre sí como red entre otras.

Otras técnicas son el brocado, anudado, también tejido con gancho y pegar las chaquiras sobre una superficie que sea de cera.

Las artesanías de arte huichol elaboradas con chaquira y estambre son productos textiles de calidad que permiten a sus compradores tener un perfecto souvenir de México con una parte de su cultura y también para estar a la moda con sus accesorios de diseños únicos.

La chaquira es sagrada entre los wixaritari, para ellos “la chaquira significa la vida”. Comparan a la chaquira con semillas de maíz y las utilizan en sus rituales, que sirven para purificar.

El Tsikuri u ojo de dios consiste en un rombo de estambre cuya estructura está hecha de dos pequeñas varas cruzadas, cada rombo simbolizada un año de protección.

### **Calidad del producto**

La artesanía huichol es conocida en varios países su belleza y es reconocida por la complejidad en su elaboración. La calidad de las artesanías se basa en el material de chaquira que está hecha con vidrio y el excelente trabajo de los artesanos mexicanos que dominan perfectamente la técnica y se toman mucho tiempo en sus diseños.

La empresa Artesanía Huichol alcanza una buena calidad para exportar al extranjero, específicamente al mercado europeo.

### **La Etiqueta**

La etiqueta del producto va en la parte de abajo de la caja. La etiqueta lleva el logo de la empresa de Artesanía Huichol. Lleva el slogan de la empresa y en la parte inferior una frase que sus productos son 100% artesanales seguido de la marca del país que son hechos en México.

*Imagen 5.1 Etiqueta del producto*



*Fuente: Artesanía huichol*

*Elaborado por: Autora*

#### 5.1.1.2 Estudio para asignar el Precio de exportación

##### 5.1.1.2.2 Resultado del precio de exportación de las artesanías orientada al costo de producción

El margen de utilidad que se plantea para la empresa Artesanía Huichol es de 60% sobre el costo.

#### **Determinación del precio de exportación de collares**

En la siguiente tabla se muestra cómo se calculó y se obtuvo el precio de exportación de los collares. Se tomó en cuenta el embalaje, el costo del producto, el agente aduanal, el transporte, los documentos de exportación, costo de comercialización y costo de operación. Los gastos se dividen entre los 8 productos diferentes a exportar y se le suma el IVA que es el impuesto sobre el valor agregado que cobra México para cada producto.

Al ser productos artesanales los que se van a comercializar se debe tomar en cuenta que la capacidad de producción de collares al día es limitada. Los artesanos pueden hacer 1 collar cada 3 días y trabajan 6 días a la semana; son 30 artesanos los que trabajan con la empresa Artesanía Huichol, por lo que el número de collares que se producirán serán 240 al mes. Se determinó un 50% de margen de beneficio. El precio de venta de exportación de los collares se calculó de esta forma: el costo total de collares en euros (€7,936.50) se divide entre el número de collares que se van a producir (240), por lo que el precio unitario para exportar de cada collar será de €38.36.

*Tabla 5.1 Precio de exportación de collares de Artesanía huichol*

	<b>Volumen de</b>	<b>Costos Fijos</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Total</b>
--	-------------------	---------------------	-------------------------	--------------

	exportación		%	€	
<b>Cantidad de collares a exportar</b>	240				
<b>Costo de la Unidad del producto</b>		€20			€4,800
<b>Margen de beneficio</b>			%50		€2,400
<b>Embalaje</b>				€0.60	€144
<b>Transporte o flete interno hasta el lugar de embarque</b>					
<b>a) Marítimo</b>		€600			€75
<b>Documentos de exportación</b>		€40			€5
<b>Costos de comercialización</b>			%5		€400
<b>Costos de operación</b>		€900			€112.5
<b>COSTO TOTAL DE VENTA DE COLLARES (FOB)</b>					€7,936.50
					<b>€3.07</b>
					<b>IVA 16%</b>
					<b>€5.29</b>
<b>Precio de venta de exportación para cada collar</b>					<b>€38.36</b>

*Elaborado por: Autora*

### **Determinación del precio de exportación de pulseras**

En la siguiente tabla se muestra cómo se calculó y se obtuvo el precio de exportación de las pulseras. Se tomó en cuenta el embalaje, el costo del producto, el agente aduanal, el transporte, los documentos de exportación, costo de comercialización y costo de operación. Los gastos se dividen entre los 8 productos diferentes a exportar y se le suma el IVA que es el impuesto sobre el valor agregado que cobra México para cada producto.

Al ser productos artesanales los que se van a comercializar se debe tomar en cuenta que la capacidad de producción de pulseras al día es limitada. Los artesanos pueden hacer 1 pulsera cada 3 días y trabajan 6 días a la semana; son 30 artesanos los que trabajan con la empresa Artesanía Huichol, por lo que el número de pulseras que se producirán serán 240 al mes. Se determinó un 50% de margen de beneficio. El precio de venta de exportación de las pulseras se calculó de esta forma: el costo total de pulseras en euros (€6,136.50) se divide entre el número de pulseras que se van a producir (240), por lo que el precio unitario para exportar de cada pulsera será de €29.66.

Tabla 5.2 Precio de exportación de pulseras de Artesanía huichol

	Volumen de exportación	Costos Fijos	Costos Variables % €		Total
Cantidad de pulseras a exportar	240				
Costo de la Unidad del producto		€15			€3,600
Margen de beneficio			%50		€1,800
Embalaje				€0.60	€144
Transporte o flete interno hasta el lugar de embarque					
a) Marítimo		€600			€75
Documentos de exportación		€40			€5
Costos de comercialización			%5		€400
Costos de operación		€900			€112.5
<b>COSTO TOTAL DE VENTA DE PULSERAS (FOB)</b>					<b>€6,136.50</b>
					<b>€25.57</b>
				<b>IVA 16%</b>	<b>€4.09</b>
					<b>€29.66</b>
<b>Precio de venta de exportación para cada pulsera</b>					

Elaborado por: Autora

### Determinación del precio de exportación de aretes

En la siguiente tabla se muestra cómo se calculó y se obtuvo el precio de exportación de los aretes. Se tomó en cuenta el embalaje, el costo del producto, el agente aduanal, el transporte, los documentos de exportación, costo de comercialización y costo de operación. Los gastos se dividen entre los 8 productos diferentes a exportar y se le suma el IVA que es el impuesto sobre el valor agregado que cobra México para cada producto.

Al ser productos artesanales los que se van a comercializar se debe tomar en cuenta que la capacidad de producción de aretes al día es limitada. Los artesanos pueden hacer 1 par de aretes cada 3 días y trabajan 6 días a la semana; son 30 artesanos los que trabajan con la empresa Artesanía Huichol, por lo que el número de aretes que se producirán serán 240 al mes. Se determinó un 50% de margen de beneficio. El precio de venta de exportación de los aretes se calculó de esta forma: el costo total de los aretes en euros (€4,336.50) se divide entre el número de aretes que se van a producir (240), por lo que el precio unitario para exportar de cada par de aretes será de €20.96.

Tabla 5.3 Precio de exportación de aretes de Artesanía huichol



	Volumen de exportación	Costos Fijos	Costos Variables % €		Total
<b>Cantidad de aretes a exportar</b>	240				
<b>Costo de la Unidad del producto</b>		€10			€2,400
<b>Margen de beneficio</b>			%50		€1,200
<b>Embalaje</b>				€0.60	€144
<b>Transporte o flete interno hasta el lugar de embarque</b>					
<b>a) Marítimo</b>		€600			€75
<b>Documentos de exportación</b>		€40			€5
<b>Costos de comercialización</b>			%5		€400
<b>Costos de operación</b>		€900			€112.5
<b>COSTO TOTAL DE VENTA DE ARETES (FOB)</b>					€4,336.50
					<b>€18.07</b>
				<b>IVA 16%</b>	<b>€2.90</b>
					<b>€20.96</b>

Elaborado por: Autora

### Determinación del precio de exportación de accesorios para el cabello

En la siguiente tabla se muestra cómo se calculó y se obtuvo el precio de exportación de accesorios para el cabello. Se tomó en cuenta el embalaje, el costo del producto, el agente aduanal, el transporte, los documentos de exportación, costo de comercialización y costo de operación. Los gastos se dividen entre los 8 productos diferentes a exportar y se le suma el IVA que es el impuesto sobre el valor agregado que cobra México para cada producto.

Al ser productos artesanales los que se van a comercializar se debe tomar en cuenta que la capacidad de producción de accesorios para el cabello al día es limitada. Los artesanos pueden hacer 1 accesorio cada 3 días y trabajan 6 días a la semana; son 30 artesanos los que trabajan con la empresa Artesanía Huichol, por lo que el número de accesorios que se producirán serán 240 al mes. Se determinó un 50% de margen de beneficio. El precio de venta de exportación de los accesorios se calculó de esta forma: el costo total de los accesorios en euros (€5,056.50) se divide entre el número de accesorios que se van a producir (240), por lo que el precio unitario para exportar de cada par de accesorios será de €24.44.

Tabla 5.4 Precio de exportación de accesorios de Artesanía huichol

	Volumen	Costo	Costos	Total
--	---------	-------	--------	-------

	de exportación	s Fijos	Variables % €	
<b>Cantidad de accesorios a exportar</b>	240			
<b>Costo de la Unidad del producto</b>		€12		€2,880
<b>Margen de beneficio</b>			%50	€1,440
<b>Embalaje</b>			€0.60	€144
<b>Transporte o flete interno hasta el lugar de embarque</b>				
<b>a) Aéreo</b>				
<b>b) Terrestre</b>				
<b>c) Por ferrocarril</b>				
<b>d) Marítimo</b>		€600		€75
<b>Documentos de exportación</b>		€40		€5
<b>Costos de comercialización</b>			%5	€400
<b>Costos de operación</b>		€900		€112.5
<b>COSTO TOTAL DE VENTA DE ACCESORIOS (FOB)</b>				€5,056.50
				<b>€21.07</b>
			<b>IVA 16%</b>	<b>€3.37</b>
			<b>Precio de venta de exportación para cada accesorio para el cabello</b>	<b>€24.44</b>

*Elaborado por: Autora*

### **Determinación del precio de exportación de figuras de madera forradas con chaquira**

En la siguiente tabla se muestra cómo se calculó y se obtuvo el precio de exportación de las figuras de madera forradas con chaquira. Se tomó en cuenta el embalaje, el costo del producto, el agente aduanal, el transporte, los documentos de exportación, costo de comercialización y costo de operación. Los gastos se dividen entre los 8 productos diferentes a exportar y se le suma el IVA que es el impuesto sobre el valor agregado que cobra México para cada producto.

Al ser productos artesanales los que se van a comercializar se debe tomar en cuenta que la capacidad de producción de figuras de madera será limitada. Los artesanos pueden hacer 1 figura a la semana ya que son trabajos más complejos y trabajan 6 días a la semana, en total son 4 figuras al mes, son 30 artesanos los que trabajan con la empresa Artesanía Huichol, por lo que el número de figuras que se producirán serán 120 al mes. Se determinó un 50% de margen de beneficio. El precio de venta de exportación de las figuras se calculó de esta forma: el costo total de las figuras en euros (€3,364.50) se divide entre el número

de aretes que se van a producir (120), por lo que el precio unitario para exportar de cada figura será de €32.52.

Tabla 5.5 Precio de exportación de figuras de madera con chaquira de Artesanía huichol

	Volumen de exportación	Costos Fijos	Costos Variables		Total
			%	€	
<b>Cantidad de figuras a exportar</b>	120				
<b>Costo de la Unidad del producto</b>		€15			€1,800
<b>Margen de beneficio</b>			%50		€900
<b>Embalaje</b>				€0.60	€72
<b>Transporte o flete interno hasta el lugar de embarque</b>					
<b>a) Marítimo</b>		€600			€75
<b>Documentos de exportación</b>		€40			€5
<b>Costos de comercialización</b>			%5		€400
<b>Costos de operación</b>		€900			€112.5
<b>COSTO TOTAL DE VENTA DE FIGURAS (FOB)</b>					€3,364.50
					<del>€28.04</del>
				<b>IVA 16%</b>	<b>€4.49</b>
				<b>Precio de venta de exportación para cada figura</b>	<b>€32.52</b>

Elaborado por: Autora

### Determinación del precio de exportación de cuadros de estambre

En la siguiente tabla se muestra cómo se calculó y se obtuvo el precio de exportación de los cuadros de estambre. Se tomó en cuenta el embalaje, el costo del producto, el agente aduanal, el transporte, los documentos de exportación, costo de comercialización y costo de operación. Los gastos se dividen entre los 8 productos diferentes a exportar y se le suma el IVA que es el impuesto sobre el valor agregado que cobra México para cada producto.

Al ser productos artesanales los que se van a comercializar se debe tomar en cuenta que la capacidad de producción de cuadros de estambre será limitada. Los artesanos pueden hacer 1 cuadro cada 2 semanas y trabajan 6 días a la semana; son 30 artesanos los que trabajan con la empresa Artesanía Huichol, por lo que el número de cuadros que se producirán serán 60 al mes. Se determinó un 50% de margen de beneficio. El precio de venta de exportación de los cuadros se calculó de esta forma: el costo total de los cuadros en euros (€1,528.50) se divide entre el número de cuadros que se van a producir (60), por lo que el precio unitario para exportar de cada cuadro será de €29.55.

Tabla 5.6 Precio de exportación de cuadros de estambre de Artesanía Huichol

	Volumen de exportación	Costos Fijos	Costos Variables % €		Total
Cantidad de cuadros a exportar	60				
Costo de la Unidad del producto		€10			€600
Margen de beneficio			%50		€300
Embalaje				€0.60	€36
Transporte o flete interno hasta el lugar de embarque					
a) Marítimo		€600			€75
Documentos de exportación		€40			€5
Costos de comercialización			%5		€400
Costos de operación		€900			€112.5
<b>COSTO TOTAL DE VENTA DE CUADROS (FOB)</b>					€1,528.50
					<del>€25.48</del>
				<b>IVA 16%</b>	<b>€4.08</b>
					<b>€29.55</b>
<b>Precio de venta de exportación para cada cuadro</b>					

Elaborado por: Autora

### Determinación del precio de exportación de fundas para el celular

En la siguiente tabla se muestra cómo se calculó y se obtuvo el precio de exportación de las fundas para el celular. Se tomó en cuenta el embalaje, el costo del producto, el agente aduanal, el transporte, los documentos de exportación, costo de comercialización y costo de operación. Los gastos se dividen entre los 8 productos diferentes a exportar y se le suma el IVA que es el impuesto sobre el valor agregado que cobra México para cada producto.

Al ser productos artesanales los que se van a comercializar se debe tomar en cuenta que la capacidad de producción de fundas para el celular será limitada. Los artesanos pueden hacer 1 funda a la semana ya que son trabajos más complejos y trabajan 6 días a la semana, en total son 4 fundas al mes, son 30 artesanos los que trabajan con la empresa Artesanía Huichol, por lo que el número de fundas que se producirán serán 120 al mes. Se determinó un 50% de margen de beneficio. El precio de venta de exportación de las fundas se calculó de esta forma: el costo total de las fundas en euros (€3,364.50) se divide entre el número de aretes que se van a producir (120), por lo que el precio unitario para exportar de cada funda será de €28.04.

Tabla 5.7 Precio de exportación de fundas para el celular de Artesanía Huichol

	Volumen de exportación	Costos Fijos	Costos Variables % €	Total
<b>Cantidad de fundas a exportar</b>	120			
<b>Costo de la Unidad del producto</b>		€15		€1,800
<b>Margen de beneficio</b>			%50	€900
<b>Embalaje</b>			€0.60	€72
<b>Transporte o flete interno hasta el lugar de embarque</b>				
<b>a) Marítimo</b>		€600		€75
<b>Documentos de exportación</b>		€40		€5
<b>Costos de comercialización</b>			%5	€400
<b>Costos de operación</b>		€900		€112.5
<b>COSTO TOTAL DE VENTA DE FUNDA (FOB)</b>				€3,364.50
				<b>€28.04</b>
			<b>IVA 16%</b>	<b>€4.49</b>
			<b>Precio de venta de exportación para cada funda</b>	<b>€32.52</b>

Elaborado por: Autora

### Determinación del precio de exportación de calzado de mujer

En la siguiente tabla se muestra cómo se calculó y se obtuvo el precio de exportación del calzado de mujer. Se tomó en cuenta el embalaje, el costo del producto, el agente aduanal, el transporte, los documentos de exportación, costo de comercialización y costo de operación. Los gastos se dividen entre los 8 productos diferentes a exportar y se le suma el IVA que es el impuesto sobre el valor agregado que cobra México para cada producto.

Al ser productos artesanales los que se van a comercializar se debe tomar en cuenta que la capacidad de producción de calzado para mujer será limitada. Los artesanos pueden hacer 1 par de zapatos al mes ya que son trabajos bastante más complejos y tardados, trabajan 6 días a la semana, en total son 30 par de zapatos al mes, son 30 artesanos los que trabajan con la empresa Artesanía Huichol, por lo que el número de par de calzado que se producirán serán 30 al mes. Se determinó un 50% de margen de beneficio. El precio de venta de exportación del calzado se calculó de esta forma: el costo total del calzado en euros (€14,110.50) se divide entre el número de calzado que se va a producir (30), por lo que el precio unitario para exportar de cada par de calzado será de €454.61. En este caso el precio es el más elevado de todos, y es por eso que se exporta en

cantidades pequeñas, pero realmente son trabajos artesanales que requieren bastante dedicación y tiempo por parte del artesano por lo que el precio lo vale, en México se paga ese precio también en algunas ciudades turísticas.

Tabla 5.8 Precio de exportación de calzado de mujer de Artesanía Huichol

	Volumen de exportación	Costos Fijos	Costos Variables %		Total
			€		
<b>Cantidad de calzado a exportar</b>	30				
<b>Costo de la Unidad del producto</b>		€300			€9,000
<b>Margen de beneficio</b>			%50		€4,500
<b>Embalaje</b>				€0.60	€18
<b>Transporte o flete interno hasta el lugar de embarque</b>					
<b>a) Marítimo</b>		€600			€75
<b>Documentos de exportación</b>		€40			€5
<b>Costos de comercialización</b>			%5		€400
<b>Costos de operación</b>		€900			€112.5
<b>COSTO TOTAL DE CALZADO (FOB)</b>					€14,110.50
					<b>€470.35</b>
				<b>IVA 16%</b>	<b>€75.26</b>
					<b>€545.61</b>
<b>Precio de venta de exportación para cada par de calzado</b>					

Elaborado por: Autora

En todos los casos el precio de transporte de €600 incluye:

- Recogida de la carga en el código postal de origen indicado
- Servicios asociados al puerto de origen
- Carga del contenedor en el barco
- Despacho de aduanas
- Empaque y embalaje

### 5.1.1.3 Logística comercial internacional

La logística en conceptos empresariales involucra los procesos de producción y la forma de comercializar la mercancía.

La logística implica planificar y gestionar los recursos. Busca ayudar a satisfacer las expectativas y necesidades del consumidor a un precio bajo.

Lo más importante en la logística empresarial es colocar los bienes y servicios en el mercado adecuado y así obtener una buena rentabilidad.

#### 5.1.1.3.1 Envase

El envase es el material que guarda el producto o que lo contiene por lo que forma parte del mismo. Protege la mercancía y la diferencia de otros productos.

Es importante que el envase contenga los datos del producto y de la empresa.

#### 5.1.1.3.2 Embalaje y Empaque

El empaque protege el producto tenga o no tenga envase, lo preserva y hace más fácil la entrega al consumidor final.

El embalaje son los materiales y el procedimiento que se utiliza para transportar una mercancía.

En general los 2 sirven para proteger y ayudar en la identificación y distribución, transporte y almacenaje de las mercancías.

#### 5.1.1.3.3 Etiquetado del producto

El etiquetado forma parte del envase, empaque y embalaje.

El objetivo del etiquetado es ayudar con la identificación del producto y su clasificación. La etiqueta se adhiere a los artículos.

Las etiquetas incluyen un código de barras que facilitan a los comercios con la gestión de los productos.

En el comercio internacional, la etiqueta le facilita al gestor tener un seguimiento de la mercancía.

En la exportación de los productos de Artesanía Huichol se debería utilizar una etiqueta con el logotipo, nombre de la empresa y slogan para que conozcan su marca. Ésta deberá ir pegada a las cajas individuales o con una etiqueta que se adhiera a los accesorios y se quite ya en casa del comprador para utilizar el producto.

#### 5.1.1.3.4 Contenedor

El contenedor es el recipiente que se utiliza para embalajes grandes para el traslado internacional de mercancías.

El contenedor es utilizado en todo tipo de transportes, marítimo, terrestre, aéreo entre otros. Facilita las operaciones en el comercio internacional y pueden transportar objetos muy pesados.

Existen contenedores de diferentes materiales como de acero, de madera resistente, de aluminio, entre otros.

#### 5.1.1.3.5 Sistema de transporte

El transporte internacional son los medios de transporte que llevan la mercancía hasta cualquier punto que tenga que llevar.

Dependiendo de la mercancía se elige el medio de transporte y dependiendo el medio de transporte es el costo de la operación.

Existe el transporte marítimo, el aéreo, el terrestre, ferroviario y multimodal.

La mayoría de las exportaciones que se hacen desde México a Europa se realizan por vía marítima.

En este caso la empresa Artesanía Huichol no necesita que la mercancía llegue muy rápido a su destino por lo que debido a los costos de envío y a la distancia el mejor medio de transporte para la empresa es el medio marítimo.

Los días aproximados que tarda en llegar un contenedor con mercancía de México a Europa son 19.

Imagen: Transporte marítimo



*Imagen 5.3 Transporte marítimo*

*Fuente: Transporte marítimo internacional México*



## Conocimiento de embarque marítimo: Bill of lading (BL)

Es el documento que acredita que existe un contrato de transporte por vía marítima. El bill of lading lo emite el agente de carga o la empresa naviera y hace constar que recibió la mercancía a bordo del barco para transportarla al puerto que se indique en el documento.

Es importante que la empresa Artesanía Huichol obtenga este documento al momento de entregar la mercancía ya que con él se ampara ante cualquier problema con el importador y en caso de extravío.

### 5.2 Estudio Financiero

El análisis financiero ayuda a comprobar la viabilidad del proyecto de: “exportación de artesanía huichol de México a Europa”.

En el análisis financiero se desglosan los costos, la inversión requerida para exportar, las posibles ganancias, entre otros datos importantes. Estos datos muestran la factibilidad para la empresa de internacionalizarse.

#### 5.2.1 Inversión que requiere la empresa Artesanía Huichol para exportar

Para iniciar la exportación a los 3 destinos seleccionados se requiere una inversión de €18,957 por parte de la empresa.

En la tabla de abajo se muestra desglosado lo que incluye la inversión requerida por un periodo de 3 meses:

Tabla 5.9 Inversión requerida

<b>Inversión requerida</b>	Capital de trabajo	€1,395
	Capacitación en cursos de idiomas y exportación	€710
	Trámites y documentos y costos de exportación	€13,842
	Materia prima	€3,010
	<b>Total de Inversión</b>	<b>€18,957</b>

Elaborado por: Autora

**Ver anexo 1:** Capital de trabajo

**Ver anexo 2:** Capacitación en cursos de idiomas y exportación

**Ver anexo 3:** Trámites y documentos y costos de exportación

**Ver anexo 4:** Materia prima

#### 5.2.2 Pronóstico de ingresos en cantidad y en euros de artesanías

### Pronóstico de ingreso en cantidades y euros de collares

Los artesanos que trabajan con la empresa tienen la capacidad de producir 1 pulsera cada 3 días, si los 30 artesanos trabajan de lunes a sábado que son seis días a la semana, el número de collares a producir es de 240 al mes, si todo sale como la empresa lo planea se estima un 3%, 4%, 5% y 6% de incremento para los años siguientes. Con un precio de venta de collares de €38.36. En la tabla de abajo se muestran los ingresos en cantidades y en euros, que corresponde a los collares que la empresa Artesanía Huichol ofertará en los siguientes cinco años:

Tabla 5.10 Pronóstico de ingreso por collares en cantidades

<b>Pronóstico de ventas cantidades</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 711790</b>
	<b>Artesanía: Collares artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	2,880
	<b>2018-2019</b>	2,937.60
	<b>2019-2020</b>	3,055.10
	<b>2020-2021</b>	3,207.86
	<b>2021-2022</b>	3,400.33

Elaborado por: Autora

Tabla 5.11 pronóstico de ingreso por collares en euros0000

<b>Pronóstico de ingreso* venta en Euros</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 711790</b>
	<b>Artesanía: Collares artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	110,476.80
	<b>2018-2019</b>	113,797.10
	<b>2019-2020</b>	118,342.75
	<b>2020-2021</b>	124,259.88
	<b>2021-2022</b>	131,715.48

Elaborado por: Autora

### Pronóstico de ingreso en cantidades y euros de pulseras

Los artesanos que trabajan con la empresa tienen la capacidad de producir 1 pulsera cada 3 días, si los 30 artesanos trabajan de lunes a sábado que son seis días a la semana, el número de pulseras a producir es de 240 al mes, si todo sale como la empresa lo planea se estima un 3%, 4%, 5% y 6% de incremento para los años siguientes. Con un precio de venta de pulseras de €29.66. En la tabla de abajo se muestran los ingresos en cantidades y en euros, que corresponde a las pulseras que la empresa Artesanía Huichol ofertará en los siguientes cinco años:

Tabla 5.12 Pronóstico de ingreso por pulseras en cantidades

<b>Pronóstico de ventas</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 711790</b>
	<b>Artesanía: Pulseras artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	2,880

<b>cantidades</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>2018-2019</b>	2,937.60
	<b>2019-2020</b>	3,055.10
	<b>2020-2021</b>	3,207.86
	<b>2021-2022</b>	3,400.33

*Elaborado por: Autora*

*Tabla 5.13 pronóstico de ingreso por pulseras en euros*

<b>Pronóstico de ingreso * venta en Euros</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 711790</b>
	<b>Artesanía: Pulseras artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	85,420.80
	<b>2018-2019</b>	87,983.42
	<b>2019-2020</b>	91,502.76
	<b>2020-2021</b>	96,077.90
	<b>2021-2022</b>	101,842.57

*Elaborado por: Autora*

### **Pronóstico de ingreso en cantidades y euros de aretes**

Los artesanos que trabajan con la empresa tienen la capacidad de producir 1 par de aretes cada 3 días, si los 30 artesanos trabajan de lunes a sábado que son seis días a la semana, el número de aretes a producir es de 240 al mes, si todo sale como la empresa lo planea se estima un 3%, 4%, 5% y 6% de incremento para los años siguientes. Con un precio de venta de aretes de €20.96. En la tabla de abajo se muestran los ingresos en cantidades y en euros, que corresponde a los aretes que la empresa Artesanía Huichol ofertará en los siguientes cinco años:

*Tabla 5.14 Pronóstico de ingreso por aretes en cantidades*

<b>Pronóstico de ventas en cantidades</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 711790</b>
	<b>Artesanía: Aretes artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	2,880
	<b>2018-2019</b>	2,937.60
	<b>2019-2020</b>	3,055.10
	<b>2020-2021</b>	3,207.86
	<b>2021-2022</b>	3,400.33

*Elaborado por: Autora*

*Tabla 5.15 pronóstico de ingreso por aretes en euros*

<b>Pronóstico de ingreso por venta en €</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 711790</b>
	<b>Artesanía: Aretes artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	60,365.80
	<b>2018-2019</b>	62,175.74
	<b>2019-2020</b>	64,662.77
	<b>2020-2021</b>	67,895.91
	<b>2021-2022</b>	71,969.67

*Elaborado por: Autora*

### Pronóstico de ingreso en cantidades y euros de Accesorios para el cabello

Los artesanos que trabajan con la empresa tienen la capacidad de producir 1 accesorio para el cabello cada 3 días, si los 30 artesanos trabajan de lunes a sábado que son seis días a la semana, el número de accesorios a producir es de 240 al mes, si todo sale como la empresa lo planea se estima un 3%, 4%, 5% y 6% de incremento para los años siguientes. Con un precio de venta de accesorios de €24.44. En la tabla de abajo se muestran los ingresos en cantidades y en euros, que corresponde a los accesorios que la empresa Artesanía Huichol ofertará en los siguientes cinco años:

Tabla 5.16 Pronóstico de ingreso por accesorios en cantidades

<b>Pronóstico de ventas en cantidades</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 9615</b>
	<b>Artesanía: Accesorios artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	2,880
	<b>2018-2019</b>	2,937.60
	<b>2019-2020</b>	3,055.10
	<b>2020-2021</b>	3,207.86
	<b>2021-2022</b>	3,400.33

Elaborado por: Autora

Tabla 5.17 pronóstico de ingreso por accesorios en euros

<b>Pronóstico de ingreso por venta en €</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 9615</b>
	<b>Artesanía: Accesorios artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	70,387.20
	<b>2018-2019</b>	72,498.81
	<b>2019-2020</b>	75,398.77
	<b>2020-2021</b>	79,168.70
	<b>2021-2022</b>	83,918.83

Elaborado por: Autora

### Pronóstico de ingreso en cantidades y euros de Figuras de madera con chaquira

Los artesanos que trabajan con la empresa tienen la capacidad de producir 1 figura por semana, si los 30 artesanos trabajan de lunes a sábado que son seis días a la semana, el número máximo de figuras a producir es de 240 al mes, si todo sale como la empresa lo planea se estima un 3%, 4%, 5% y 6% de incremento para los años siguientes. Con un precio de venta de figuras de €32.52. En la tabla de abajo se muestran los ingresos en cantidades y en euros, que corresponde a las figuras que la empresa Artesanía Huichol ofertará en los siguientes cinco años:

Tabla 5.18 Pronóstico de ingreso por figuras de madera en cantidades

	<b>Producto</b>	<b>Partida: 442010</b>
--	-----------------	------------------------

<b>Pronóstico de ventas cantidades</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Artesanía: Figuras de madera con chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	1,440
	<b>2018-2019</b>	1,483.20
	<b>2019-2020</b>	1,542.53
	<b>2020-2021</b>	1,619.65
	<b>2021-2022</b>	1,716.83

*Elaborado por: Autora*

*Tabla 5.19 pronóstico de ingreso por figuras de madera en euros*

<b>Pronóstico de ingreso * venta en Euros</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 442010</b>
	<b>Artesanía: Figuras de madera con chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	46,828.80
	<b>2018-2019</b>	48,233.66
	<b>2019-2020</b>	50,163.01
	<b>2020-2021</b>	52,671.16
	<b>2021-2022</b>	55,831.43

*Elaborado por: Autora*

### **Pronóstico de ingreso en cantidades y euros de Cuadros de estambre**

Los artesanos que trabajan con la empresa tienen la capacidad de producir 1 cuadro cada 2 semanas, si los 30 artesanos trabajan de lunes a sábado que son seis días a la semana, el número de cuadros a producir es de 60 al mes, si todo sale como la empresa lo planea se estima un 3%, 4%, 5% y 6% de incremento para los años siguientes. Con un precio de venta de cuadros de €29.55. En la tabla de abajo se muestran los ingresos en cantidades y en euros, que corresponde a los cuadros que la empresa Artesanía Huichol ofertará en los siguientes cinco años:

*Tabla 5.20 Pronóstico de ingreso por cuadros de estambre en cantidades*

<b>Pronóstico de ventas en cantidades</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 441400</b>
	<b>Artesanía: Cuadros de estambre</b>	
	<b>2017-2018</b>	720
	<b>2018-2019</b>	741.60
	<b>2019-2020</b>	771.26
	<b>2020-2021</b>	809.83
	<b>2021-2022</b>	858.42

*Elaborado por: Autora*

*Tabla 5.21 pronóstico de ingreso por cuadros de estambre en euros*

<b>Pronóstico de ingreso por venta en €</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 441400</b>
	<b>Artesanía: Cuadros de estambre</b>	
	<b>2017-2018</b>	21,276
	<b>2018-2019</b>	21,914.28

<b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>2019-2020</b>	22,790.85
	<b>2020-2021</b>	23,930.39
	<b>2021-2022</b>	25,366.22

Elaborado por: Autora

### **Pronóstico de ingreso en cantidades y euros de Fundas para el celular**

Los artesanos que trabajan con la empresa tienen la capacidad de producir 1 funda por semana, si los 30 artesanos trabajan de lunes a sábado que son seis días a la semana, el número de fundas a producir es de 120 al mes, si todo sale como la empresa lo planea se estima un 3%, 4%, 5% y 6% de incremento para los años siguientes. Con un precio de venta de fundas de €32.52. En la tabla de abajo se muestran los ingresos en cantidades y en euros, que corresponde a las fundas que la empresa Artesanía Huichol ofertará en los siguientes cinco años:

*Tabla 5.22 Pronóstico de ingreso por fundas para el celular en cantidades*

<b>Pronóstico de ventas en cantidades</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 392690</b>
	<b>Artesanía: Fundas para el celular</b>	
	<b>2017-2018</b>	1,440
	<b>2018-2019</b>	1,483.20
	<b>2019-2020</b>	1,542.53
	<b>2020-2021</b>	1,619.65
	<b>2021-2022</b>	1,716.83

Elaborado por: Autora

*Tabla 5.23 pronóstico de ingreso por fundas para el celular en euros*

<b>Pronóstico de ingreso por venta en €</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 392690</b>
	<b>Artesanía: Fundas para el celular</b>	
	<b>2017-2018</b>	46,828.80
	<b>2018-2019</b>	48,233.66
	<b>2019-2020</b>	50,163.01
	<b>2020-2021</b>	52,671.16
	<b>2021-2022</b>	55,831.43

Elaborado por: Autora

### **Pronóstico de ingreso en cantidades y euros de calzado para mujer con chaquiras**

Los artesanos que trabajan con la empresa tienen la capacidad de producir 1 par de calzado por mes, si los 30 artesanos trabajan de lunes a sábado que son seis días a la semana, el número de calzado a producir es de 30 al mes, si todo sale como la empresa lo planea se estima un 3%, 4%, 5% y 6% de incremento para los años siguientes. Con un precio de venta de calzado de €545.61. En la tabla de abajo se muestran los ingresos en cantidades y en euros, que corresponde al calzado que la empresa Artesanía Huichol ofertará en los siguientes cinco años:

Tabla 5.24 Pronóstico de ingreso por calzado en cantidades

<b>Pronóstico de ventas cantidades</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 6405</b>
	<b>Artesanía: Calzado para mujer con chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	360
	<b>2018-2019</b>	370.80
	<b>2019-2020</b>	385.63
	<b>2020-2021</b>	404.91
	<b>2021-2022</b>	429.21

Elaborado por: Autora

Tabla 5.25 pronóstico de ingreso por calzado en euros

<b>Pronóstico de ingreso * venta en Euros</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 6405</b>
	<b>Artesanía: Calzado para mujer con chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	196,419.60
	<b>2018-2019</b>	202,312.19
	<b>2019-2020</b>	210,404.67
	<b>2020-2021</b>	220,924.90
	<b>2021-2022</b>	234,180.40

Elaborado por: Autora

### 5.2.2.1 Pronóstico de los ingresos totales de artesanías

Sumando los ingresos de los 8 artículos, el ingreso total que recibiría la empresa Artesanía Huichol para los siguientes 5 años sería como se muestra en la tabla de abajo:

Tabla 5.26 Ingreso total de ventas

<b>Inversión requerida</b>	<b>2017-2018</b>	<b>2018-2019</b>	<b>2019-2020</b>	<b>2020-2021</b>	<b>2021-2022</b>
<b>Ingresos por ventas</b>					
1.Ingreso por ventas de collares	110,476.80	113,797.10	118,342.75	124,259.88	131,715.48
2.Ingreso por ventas de pulseras	85,420.80	87,983.42	91,502.76	96,077.90	101,842.57
3.Ingreso por ventas de aretes	60,365.80	62,175.74	64,662.77	67,895.91	71,969.67
4.Ingresos por ventas de accesorios	70,387.20	72,498.81	75,398.77	79,168.70	83,918.83
5.Ingresos por ventas de figuras de madera	46,828.80	48,233.66	50,163.01	52,671.16	55,831.43

6.Ingresos por ventas de cuadros de estambre	21,276	21,914.28	22,790.85	23,930.39	25,366.22
7.Ingresos por ventas de fundas para celular	46,828.80	48,233.66	50,163.01	52,671.16	55,831.43
8.Ingresos por ventas de calzado	196,419.60	202,312.19	210,404.67	220,924.90	234,180.40
<b>Total de ingreso por venta de Artesanía Huichol</b>	<b>638,003.80</b>	<b>657,148.86</b>	<b>683,428.59</b>	<b>717,600</b>	<b>760,656.03</b>

Elaborado por: Autora

### 5.2.3 Pronóstico de costos totales de producción en cantidad y euros de artesanías

A continuación, se tomarán los mismos porcentajes planteados de incremento de ingreso y las mismas cantidades en cada producto de los 8 artículos con un costo de producción de: €20 collares, €15 pulseras, €10 aretes, €12 accesorios, €15 figuras, €10 cuadros, €15 fundas, y €300 calzado. En la tabla de abajo se muestran los costos de producción en € que corresponde a las artesanías que ofrecerá la empresa Artesanía Huichol en los 5 años siguientes.

Tabla 5.27 Pronóstico de costo por collares en euros

<b>Pronóstico de costo de producción de collares en €</b>  <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 711790</b>
	<b>Artesanía: Collares artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	57,600
	<b>2018-2019</b>	59,328
	<b>2019-2020</b>	61,701.12
	<b>2020-2021</b>	64,786.18
	<b>2021-2022</b>	68,673.35

Elaborado por: Autora

Tabla 5.28 Pronóstico de costo por pulseras en euros

<b>Pronóstico de costo de producción de pulseras en €</b>  <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 711790</b>
	<b>Artesanía: Pulseras artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	43,200
	<b>2018-2019</b>	44,496
	<b>2019-2020</b>	46,275.84
	<b>2020-2021</b>	48,589.63
	<b>2021-2022</b>	51,505.01

Elaborado por: Autora



Tabla 5.29 Pronóstico de costo por aretes en euros

<b>Pronóstico de costo de producción de aretes en €</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 711790</b>
	<b>Artesanía: Aretes artesanales de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	28,800
	<b>2018-2019</b>	29,664
	<b>2019-2020</b>	30,850.56
	<b>2020-2021</b>	32,393.09
	<b>2021-2022</b>	34,336.67

Elaborado por: Autora

Tabla 5.30 Pronóstico de costo por accesorios en euros

<b>Pronóstico de costo de producción de accesorios en €</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 9615</b>
	<b>Artesanía: Accesorios para el cabello de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	34,560
	<b>2018-2019</b>	35,596.80
	<b>2019-2020</b>	37,020.67
	<b>2020-2021</b>	38,871.70
	<b>2021-2022</b>	41,204.01

Elaborado por: Autora

Tabla 5.31 Pronóstico de costo por figuras de madera en euros

<b>Pronóstico de costo de producción de figuras de madera en €</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 442010</b>
	<b>Artesanía: Figuras de madera de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	21,600
	<b>2018-2019</b>	22,248
	<b>2019-2020</b>	23,137.92
	<b>2020-2021</b>	24,294.82
	<b>2021-2022</b>	25,752.50

Elaborado por: Autora

Tabla 5.32 Pronóstico de costo por cuadros de estambre en euros

<b>Pronóstico de costo de producción de Cuadros de estambre en €</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 441400</b>
	<b>Artesanía: Cuadros de estambre</b>	
	<b>2017-2018</b>	7,200
	<b>2018-2019</b>	7,416
	<b>2019-2020</b>	7,712.64
	<b>2020-2021</b>	8,098.27
	<b>2021-2022</b>	8,584.17

Elaborado por: Autora

Tabla 5.33 Pronóstico de costo por fundas para el celular en euros

<b>Pronóstico de costo de producción de</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 392690</b>
	<b>Artesanía: Fundas para el celular</b>	
	<b>2017-2018</b>	21,600

<b>fundas en €</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>2018-2019</b>	22,248
	<b>2019-2020</b>	23,137.92
	<b>2020-2021</b>	24,294.82
	<b>2021-2022</b>	25,752.50

*Elaborado por: Autora*

*Tabla 5.34 Pronóstico de costo por calzado en euros*

<b>Pronóstico de costo de producción de calzado en €</b> <b>Periodo: 2017-2022</b>	<b>Producto</b>	<b>Partida: 6405</b>
	<b>Artesanía: Calzado para mujer de chaquira</b>	
	<b>2017-2018</b>	108,000
	<b>2018-2019</b>	111,240
	<b>2019-2020</b>	115,689.60
	<b>2020-2021</b>	121,474.08
	<b>2021-2022</b>	128,762.52

*Elaborado por: Autora*

### 5.2.3.1 Pronóstico de Costo total de las artesanías

Sumando todos los costos de cada artículo, el costo total para la empresa Artesanía huichol para los 5 años siguientes será como se muestra en la tabla de abajo:

*Tabla 5.35 Pronóstico de costo total de producción de artesanías*

<b>Costo de producción</b>	<b>2017-2018</b>	<b>2018-2019</b>	<b>2019-2020</b>	<b>2020-2021</b>	<b>2021-2022</b>
<b>Costos variables</b>					
1. Costo variable de collares	57,600	59,328	61,701.12	64,786.18	68,673.35
2. Costo variable de pulseras	43,200	44,496	46,275.84	48,589.63	51,505.01
3. Costo variable de aretes	28,800	29,664	30,850.56	32,393.09	34,336.67
4. Costo variable de accesorios	34,560	35,596.80	37,020.67	38,871.70	41,204.01
5. Costo variable de figuras de madera	21,600	22,248	23,137.92	24,294.82	25,752.50

6. Costo variable de cuadros de estambre	7,200	7,416	7,712.64	8,098.27	8,584.17
7. Costo variable de fundas para celular	21,600	22,248	23,137.92	24,294.82	25,752.50
8. Costo variable de calzado	108,000	111,240	115,689.60	121,474.08	128,762.52
<b>Total costos de producción de Artesanía Huichol</b>	<b>322,560</b>	<b>332,236.80</b>	<b>345,526.27</b>	<b>362,802.59</b>	<b>384,570.73</b>

Elaborado por: Autora

#### 5.2.4 Pronóstico de los gastos requeridos para operar

En la tabla de abajo se muestran los los gastos operacionales que tendrá la empresa Artesanía Huichol en los siguientes cinco años:

Tabla 5.36 Gastos operacionales Artesanía Huichol

Proyección de los gastos de operación a requerir para Artesanía Huichol 2017-2022	Artesanías	Servicio básico de agua potable	Servicio básico de luz eléctrica	Servicio básico teléfono	Servicios de internet	Gastos por útiles de oficina	Gastos de publicidad y promoción	Gastos de alquiler	Otros pagos municipales	Total Anual
2017-2018		180	600	360	360	480	1,200	2,400	500	<b>6,080</b>
2018-2019		180.90	603	361.80	361.80	482.40	1,206	2,412	502.50	<b>6,109.50</b>
2019-2020		181.80	606.02	363.61	363.61	484.81	1,212.03	2,424.06	505.01	<b>6,140.95</b>
2020-2021		182.71	609.05	365.43	365.43	487.24	1,218.09	2,436.18	507.54	<b>6,171.67</b>
2021-2022		183.63	612.09	367.25	367.25	489.67	1,224.18	2,448.36	510.08	<b>6,202.51</b>
		<b>909.04</b>	<b>3,030.16</b>	<b>1,818.09</b>	<b>1,818.09</b>	<b>2,424.12</b>	<b>6,060.30</b>	<b>12,120.60</b>	<b>2,525.13</b>	

	Total de costos de operación 2017-2022										30,704.63
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------

Elaborado por: Autora

### 5.2.5 Pronóstico de gastos en sueldos y prestaciones

En la tabla de abajo se muestran los sueldos de Artesanía Huichol, considerando que en los periodos 2019-2020; 2020-2021; 2021-2022, habrá un incremento del 2%, 3% y 4% respectivamente.

Tabla 5.37 Pronóstico de sueldos y prestaciones

Pronóstico de sueldos y prestaciones de Artesanía Huichol	Artesanías		Director general (1)	Coordinadora (1)	Artesanos (30)	Total
	2017-2018	Mensual	€550	€500	€450	€1,500
	Anual	€6,600	€6,000	€162,000	€174,600	
2018-2019	Mensual	€550	€500	€450	€1,500	
	Anual	€6,600	€6,000	€162,000	€174,600	
2019-2020	Mensual	€561	€510	€459	€1,530	
	Anual	€6,732	€6,120	€165,240	€178,092	
2020-2021	Mensual	€577.83	€525.30	€472.77	€1,575.90	
	Anual	€6,933.96	€6,303.60	€170,197.20	€183,434.76	
2021-2022	Mensual	€600.94	€546.31	€491.68	€1,638.93	
	Anual	€7,211.28	€6,555.72	€177,004.80	€190,771.80	

Elaborado por: Autora

### 5.2.6 Estado de resultados proyectado

En la tabla de abajo veremos el estado de resultados que espera Artesanía Huichol en los siguientes 5 años. Se puede ver que la utilidad neta sería rentable para Artesanía Huichol.

Tabla 5.38 Estado de resultado proyectado

#### Estado de resultado de exportación Artesanía Huichol 2017-2022

Cuenta	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
<b>Ingreso por ventas</b>					
1.Ingresos por ventas de collares	€110,476.80	€113,797.10	€118,342.75	€124,259.88	€131,715.48
2.Ingresos por ventas de pulseras	€85,420.80	€87,983.42	€91,502.76	€96,077.90	€101,842.57
3.Ingresos por ventas	€60,365.80	€62,175.74	€64,662.77	€67,895.91	€71,969.67

de aretes					
4.Ingresos por ventas de accesorios	€70,387.20	€72,498.81	€75,398.77	€79,168.70	€83,918.83
5.Ingresos por ventas de figuras	€46,828.80	€48,233.66	€50,163.01	€52,671.16	€55,831.43
6.Ingresos por ventas de cuadros	€21,276	€21,914.28	€22,790.85	€23,930.39	€25,366.22
7.Ingresos por ventas de fundas	€46,828.80	€48,233.66	€50,163.01	€52,671.16	€55,831.43
8.Ingresos por ventas de calzado	€196,419.60	€202,312.19	€210,404.67	€220,924.90	€234,180.40
<b>Total ingreso por venta</b>	<b>€638,003.80</b>	<b>€657,148.86</b>	<b>€683,428.59</b>	<b>€717,600</b>	<b>€760,656.03</b>
<b>Costo de ventas</b>					
1.Costo variable de collares	€57,600	€59,328	€61,701.12	€64,786.18	€68,673.35
2.Costo variable de pulseras	€43,200	€44,496	€46,275.84	€48,589.63	€51,505.01
3.Costo variable de aretes	€28,800	€29,664	€30,850.56	€32,393.09	€34,336.67
4.Costo variable de accesorios	€34,560	€35,596.80	€37,020.67	€38,871.70	€41,204.01
5.Costo variable de figuras	€21,600	€22,248	€23,137.92	€24,294.82	€25,752.50
6.Costo variable de cuadros	€7,200	€7,416	€7,712.64	€8,098.27	€8,584.17
7.Costo variable de fundas	€21,600	€22,248	€23,137.92	€24,294.82	€25,752.50
8.Costo variable de calzado	€108,000	€111,240	€115,689.60	€121,474.08	€128,762.52
<b>Total costo de venta</b>	<b>€322,560</b>	<b>€332,236.80</b>	<b>€345,526.27</b>	<b>€362,802.59</b>	<b>€384,570.73</b>
Utilidad bruta en ventas de Artesanía Huichol	€315,443.80	€324,912.06	€337,902.32	€354,797.41	€376,085.30
<b>Gastos de operación de exportación</b>					

Gastos operativos	€6,080	€6,109.50	€6,140.95	€6,171.67	€6,202.51
Gastos de sueldos	€174,600	€174,600	€178,092	€183,434.76	€190,771.80
Total de costos fijos	<b>€180,680</b>	<b>€180,709.50</b>	<b>€184,232.95</b>	<b>€189,606.43</b>	<b>€196,974.31</b>
Utilidad operativa	<b>€134,763.80</b>	<b>€151,527.30</b>	<b>€153,669.37</b>	<b>€165,190.98</b>	<b>€179,110.99</b>
3% participación utilidad de trabajadores	€4,042.91	€4,545.82	€4,610.08	€4,955.73	€5,373.33
35% Impuesto renta	€47,167.33	€53,034.55	€53,784.28	€57,816.84	€62,688.85
<b>Utilidad neta de Artesanía Huichol</b>	<b>€83,553.56</b>	<b>€93,946.93</b>	<b>€95,275.01</b>	<b>€102,418.41</b>	<b>€111,048.81</b>

*Elaborado por: Autora*

#### 5.2.6.1 Periodo de recuperación

La inversión requerida inicial sería de €18,957 y de acuerdo a los distintos cálculos se muestra que el flujo de efectivo neto pronosticado para el primer año sería de €83,553.56, por lo que podemos decir que la empresa Artesanía Huichol recuperaría su inversión dentro del primer año.

## CONCLUSIONES

Después del estudio realizado se concluye que:

- Se hizo un estudio de la empresa Nayarita Artesanía Huichol para evaluar sus fortalezas y debilidades, así como los productos que ésta produce. La empresa vende actualmente muchos productos en México, pero para el plan de exportación se seleccionaron 8 que son los más comercializados por ellos entre los mismos mexicanos y turistas que visitan el estado. Estos productos son collares artesanales de chaquira, pulseras con chaquira, aretes con chaquira, accesorios para el cabello de chaquira, figuras de madera forradas con chaquira, cuadros de madera bordados con estambre, fundas con chaquira para el celular y calzado para mujer totalmente forrado de chaquira ya que éste es el material principal para sus artesanías.
- El estudio permitió analizar, seleccionar y estudiar los diferentes mercados de la unión europea para decidir cuáles eran los que tenían mayor potencial de acuerdo a su cultura y preferencias por las artesanías mexicanas en base a trade map y otros datos estadísticos se pudo concluir que Alemania,

Italia y España eran los mejores países de la unión europea para exportar las artesanías mexicanas a ese mercado.

- Se hizo la investigación sobre aduana y todo lo que se necesita para exportar estas artesanías tomando en cuenta impuestos y aranceles que pudiera haber por la exportación y se concluye que no hay aranceles para estos productos de México a Europa gracias al TLCUEM.
- Se concluye que una de las formas más seguras de realizar la negociación con estos países sería con un contrato de compraventa internacional donde se establezcan todos los términos de negociación, la forma en que se pagará la mercancía, las cantidades y el precio de exportación.
- Gracias al análisis financiero se determinó la viabilidad del mismo y que exportar hacia estos países sí sería rentable y factible ya que muestra utilidades positivas por año. Tomando en cuenta que la inversión inicial sería de €18,957 y la utilidad neta el primer año de €83,553.56 se puede ver que la empresa Artesanía Huichol recuperaría la inversión inicial en el primer año y podría seguir invirtiendo para realizar más envíos al extranjero por lo que es una atractiva oportunidad de negocio para esta empresa entrar en el mercado europeo.

## BIBLIOGRAFÍA

<http://www.definicionabc.com/economia/exportacion.php>

<http://www.camaravalencia.com/es-es/tramitacion/comercio-exterior/paginas/certificados-de-origen.aspx>

<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioxmexico/429-acuerdos-y-tratados-de-mexico>

<http://www.trademap.org/>

<http://www.globalnegotiator.com/blog/documentos-de-transporte-internacional/>

<https://sites.google.com/site/tratadosinternacionalesmexico/tlcuem--union-europea-y-mexico/estructura-de-comercio-exterior/caracteristicas-del-tlcuem/estadisticas-de-exportacion-e-importacion/sectores-comerciales-relevantes/principales-leyes/dependencias-gubernamentales/sistema-armonizado-de-codificacion/trato-preferencial/reglas-de-origen/marcado-de-origen>

<http://www.comercio-externo.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+I-D+p-824+pag-/Diccionario+de+comercio+externo/despacho+aduanero+de+exportacion.htm>

<https://www.gerencie.com/barreras-arancelarias.html>

<http://www.intracen.org/itc/analisis-mercados/medidas-no-arancelarias/identificando-las-medidas-no-arancelarias/>

<http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>

<https://tiposdearte.com/arte-huichol-que-es/>

<https://www.mexico desconocido.com.mx/la-chaquira-en-el-mexico-indigena.html>

<https://www.nierika.com.mx/huicholes/origen-arte-huichol>

<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/alemania/llegar-al-consumidor>

[http://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/Italy?lien\\_externe\\_oui=Continuar](http://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/Italy?lien_externe_oui=Continuar)

<https://embamex.sre.gob.mx/alemania/index.php/es/component/content/article/419>

<http://www.eaeprogramas.es/internacionalizacion/tipos-de-incoterm-conoce-las-diferencias>

<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/documentosparaexportar/202-despacho-aduanal-tramite>

<http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/contratos-internacionales/-/contratos-internacionales/069d2fa9-e941-422c-a24f-b3e9f0e81de6>

<http://blog.cajaeco.com/principales-tipos-de-carton-solido-grafico-couche-cartoncillo/>

<http://www.moldtrans.com/las-ventajas-del-transporte-maritimo-de-mercancias/>

PROMÉXICO, Art. “contrato de compraventa internacional”, México, 2011

<http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/la-artesania-mexicana-detonante-del-turismo-cultural.html>

<http://www.comercio-externo.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+I-C+p-751+pag-/Diccionario+de+comercio+externo/certificado+de+origen.htm>



## ANEXOS

### Anexo 1: Capital de trabajo

	Producto								
	Artesanías	Servicio de agua potable	Servicio de luz eléctrica	Servicios de teléfono	Servicios de Internet	Gastos de oficina	Gastos de promoción y publicidad	Gastos de alquiler	

<b>Capital de trabajo que requiere la empresa Artesanía Huichol 2017-2018</b>	Mayo	15	50	30	30	40	100	200	465
	Junio	15	50	30	30	40	100	200	465
	Julio	15	50	30	30	40	100	200	465
	Agosto	15	50	30	30	40	100	200	465
	Septiembre	15	50	30	30	40	100	200	465
	Octubre	15	50	30	30	40	100	200	465
	Noviembre	15	50	30	30	40	100	200	465
	Diciembre	15	50	30	30	40	100	200	465
	Enero	15	50	30	30	40	100	200	465
	Febrero	15	50	30	30	40	100	200	465
	Marzo	15	50	30	30	40	100	200	465
	Abril	15	50	30	30	40	100	200	465
	<b>Total capital trabajo</b>		180	600	360	360	480	1,200	2,400

Elaborado por: Autora

Anexo 2: Gastos de capacitación en cursos de idiomas y exportación

<b>Beneficiario</b>	<b>Curso</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Costos del curso</b>	<b>Otros costos para material y transporte</b>	<b>Total para la capacitación</b>
Coordinador de Artesanía Huichol	Postgrado en Comercio Internacional Online	4 meses	€350	0	<b>€710</b>
	Curso de Inglés online	6 meses	€360	0	

Elaborado por: Autora

Anexo 3: Trámites, documentos y costos de exportación para las artesanías

<b>Trámites, documentos y costos de exportación de collares</b>	Embalaje	144
	Flete hacia el lugar de embarque	75
	Documentos de exportación	5
	Costos de comercialización	400
	<b>Costo total de</b>	<b>624</b>

	<b>exportación de collares</b>	
--	--------------------------------	--

<b>Trámites, documentos y costo de exportación de pulseras</b>	Embalaje	144
	Flete interno hacia el lugar de embarque	75
	Documentos de exportación	5
	Costos de comercialización	400
	<b>Costo total de exportación de pulseras</b>	<b>624</b>

<b>Trámites, documentos y costos de exportación de aretes</b>	Embalaje	144
	Flete interno hasta el lugar de embarque	75
	Documentos de exportación	5
	Costos de comercialización	400
	<b>Costo total de exportación de aretes</b>	<b>624</b>

<b>Trámites, documentos y costo de exportación de accesorios para el cabello</b>	Embalaje	144
	Flete hacia el lugar de embarque	75
	Documentos de exportación	5
	Costos de comercialización	400
	<b>Costo total de exportación de accesorios para el cabello</b>	<b>624</b>

<b>Trámites, documentos y costos de exportación de figuras</b>	Embalaje	72
	Flete hacia el lugar de embarque	75
	Documentos de exportación	5
	Costos de comercialización	400
	<b>Costo total de</b>	<b>552</b>

de madera	exportación de figuras de madera	
-----------	----------------------------------	--

<b>Trámites, documentos y costo de exportación de cuadros de estambre</b>	Embalaje	36
	Flete hacia el lugar de embarque	75
	Documentos de exportación	5
	Costos de comercialización	400
	<b>Costo total de cuadros de estambre</b>	<b>516</b>

<b>Trámites, documentos y costo de exportación de fundas para el celular</b>	Embalaje	72
	Flete hacia el lugar de embarque	75
	Documentos de exportación	5
	Costos de comercialización	400
	<b>Costo total de exportación de fundas para el celular</b>	<b>552</b>

<b>Trámites, documentos y costos de exportación de calzado</b>	Embalaje	18
	Flete hacia el lugar de embarque	75
	Documentos de exportación	5
	Costos de comercialización	400
	<b>Costo total de exportación de calzado</b>	<b>498</b>

<b>Trámites, documentos y costos de exportación de artesanías</b>	
Collares	624
Pulseras	624
Aretes	624
Accesorios para el cabello	624
Figuras de madera	552

Cuadros de estambre	516
Fundas para el celular	552
Calzado	498
<b>Total de exportación</b>	<b>4,614</b>

Elaborado por: Autora

#### Anexo 4: Materia prima para 6 meses

<b>Material</b>	<b>Costo</b>
Calzado	€2,700
Chaquira	€300
Estambre	€500
Figuras de madera	€1,500
Cuadros de Madera	€900
Pegamento	€50
Hilo y aguja	€40
Resorte	€30
<b>Total</b>	<b>€6,020</b>

Elaborado por: Autora