

881203
10
2ej



VINCE IN BONO MALUM

UNIVERSIDAD ANAHUAC

ESCUELA DE ARQUITECTURA

INCORPORADA A LA U.N.A.M.

CENTRO DE EXHIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION

T E S I S
QUE PARA OPTAR AL
T I T U L O D E
A R Q U I T E C T O
P R E S E N T A
ALVARO YSITA ESCANDON
ASESOR DE TESIS: ARQ. JOSE M. MIJARES Y M.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

MEXICO, D. F.

1992



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

1. INTRODUCCION AL TEMA Y TESIS PROPUESTA
 - 1.1 INTRODUCCION AL TEMA
 - 1.2 EL ASPECTO OPERATIVO E INSTITUCIONAL
 - 1.3 TESIS DE UBICACION, PROYECCION Y DESCONCENTRACION
 - 1.4 TESIS DE SU PROYECCION FUNCIONAL
 - 1.5 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO
 - 1.5.1 LOS APOYOS FINANCIEROS

2. ASPECTOS HISTORICOS DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO

3. INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO
 - 3.1 ADMINISTRACION PUBLICA CENTRALIZADA
 - 3.1.1 SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL
 - 3.1.2 S.H.C.P
 - 3.1.3 S.R.E
 - 3.1.4 S.A.R.H
 - 3.1.5 S.C.T.
 - 3.1.6 SEDENA
 - 3.1.7 S.E.P
 - 3.1.8 SECRETARIA DE PESCA
 - 3.1.9 S.S.A
 - 3.1.10 SECRETARIA DE GOBERNACION
 - 3.1.11 SECRETARIA DE DESARROLLO URBANO Y ECOLOGIA
 - 3.2 ORGANISMOS DESCENTRALIZADOS
 - 3.2.1 BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (PROM. A LAS EXPORTACIONES)

- 3.2.2 BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (COMO INSTITUCION DE CREDITO COMERCIAL)
- 3.2.3 BANCO DE MEXICO
- 3.2.4 ALMACENES NACIONALES DE DEPOSITO, S.A.
- 3.2.5 COMPAÑIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES
- 3.2.6 INSTITUTO MEXICANO DEL CAFE
- 3.2.7 COMISION NACIONAL COORDINADORA DE PUERTOS
- 3.3 ORGANISMOS DEL SECTOR PRIVADO
 - 3.3.1 ANIERM
 - 3.3.2 ASOCIACION DE FERIAS Y EXPOSICIONES MEXICANAS
 - 3.3.3 CONCAMIN
 - 3.3.4 CONCANACO
 - 3.3.5 ASOCIACION PARA EL FOMENTO DE EXPORTACIONES MEXICANAS, A.C.
 - 3.3.6 ASOCIACIONES PARA EL FOMENTO DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE OCCIDENTE
 - 3.3.7 ASOCIACION DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES DEL ESTADO DE CHIHUAHUA
 - 3.3.8 CANACINTRA
 - 3.3.9 CONSEJO NACIONAL DE USUARIOS DEL TRANSPORTE DE COMERCIO EXTERIOR
 - 3.3.10 ASOCIACION DE BANQUEROS DE MEXICO
 - 3.3.11 ASOCIACION MEXICANA DE INSTITUCIONES DE SEGUROS
 - 3.3.12 CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DEL SECTOR PRIVADO, A.C.
 - 3.3.13 OTRAS CAMARAS ASOCIADAS A LA CONFEDERACION DE CAMARAS INDUSTRIALES DE LOS E.U.M. Y A LA CONFEDERACION DE CAMARAS NACIONALES DE COMERCIO DE LA REPUBLICA MEXICANA
 - 3.3.14 CEMAI

- 3.4 ENCONTRANDOSE DENTRO DE SUS PRINCIPALES ACTIVIDADES O FUNCIONES RELACIONADAS CON EL COMERCIO EXTERIOR
- 3.5 CONSORCIOS

- 4. MEDIDAS DE PROMOCION A LAS EXPORTACIONES
 - 4.1 CONSIDERANDOS
 - 4.2 ACTIVIDADES
 - 4.2.1 FERIAS Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES
 - 4.2.2 ASISTENCIA A FERIAS Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES
 - 4.2.3 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ASISTENCIA DE FERIAS Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES
 - 4.3 CONSEJERIAS COMERCIALES
 - 4.3.1 IMPORTANCIA DE LOS CONSEJEROS COMERCIALES
 - 4.3.2 CONSEJERIAS COMERCIALES DE MEXICO
 - 4.4 MISIONES COMERCIALES
 - 4.4.1 CONSIDERACIONES PARA ORGANIZAR MISIONES COMERCIALES
 - 4.4.2 OBJETIVOS DE LAS MISIONES COMERCIALES
 - 4.5 ORGANIZACIONES DEL SECTOR PRIVADO DE MEXICO DEDICADAS A ACTIVIDADES DE PROMOCION
 - 4.6 PROPUESTA DE TESIS, LA CREACION DEL "CENTRO DE EXHIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION". (CECOPEX)

- 5. RECOMENDACIONES COMO APOYO DE LA TESIS PARA INCREMENTAR EL COMERCIO EXTERIOR

- 6. PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR MEXICO

- 6.1 SECTOR AGROPECUARIO
 - 6.2 INDUSTRIA EXTRACTIVA
 - 6.3 INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
 - 6.3.1 ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO
 - 6.3.2 TEXTILES, ARTICULOS DE VESTIR E INDUSTRIA DEL CUERO
 - 6.3.3 INDUSTRIA DE LA MADERA
 - 6.3.4 PAPEL, IMPRENTA E IND. EDITORIAL
 - 6.3.5 DERIVADOS DEL PETROLEO
 - 6.3.6 PETROQUIMICA
 - 6.3.7 QUIMICA
 - 6.3.8 PRODUCTOS PLASTICOS Y DE CAUCHO
 - 6.3.9 FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS MINERALES NO METALICOS
 - 6.3.10 SIDERURGIA
 - 6.3.11 MINEROMETALURGIA
 - 6.3.12 PRODUCTOS METALICOS, MAQUINARIA Y EQUIPO
 - 6.3.13 OTRAS INDUSTRIAS
 - 6.4 OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS NO CLASIFICADOS
-
- 7. COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO CON PAISES SELECCIONADOS
 - 7.1 INTERCAMBIO COMERCIAL DE MEXICO
-
- 8. ESTADISTICAS DEL COMERCIO EXTERIOR
-
- 9. ANALISIS DE LA UBICACION PROPUESTA
 - 9.1 CONDICIONANTES GENERALES
 - 9.2 SELECCION DE LA REGION CON RESPECTO A LA REPUBLICA
 - 9.2.1 EL CONTINENTE INDUSTRIAL ELEGIDO

- 9.3 LAS COMUNICACIONES A NIVEL INTERNACIONAL Y NACIONAL
EN LA REGION PROPUESTA
- 9.4 LA ELECCION DEL SITIO
- 9.5 "EL SITIO"
- 9.6 OCOYOACAC EN EL VALLE DE TOLUCA
 - 9.6.1 LOCALIZACION GENERAL
 - 9.6.2 DELIMITACION GEOGRAFICA
 - 9.6.3 DELIMITACION POLITICA
 - 9.6.4 ALTITUD
 - 9.6.5 HIDROGRAFIA
 - 9.6.6 GEOLOGIA
 - 9.6.7 TEMPERATURA
 - 9.6.8 PRECIPITACION PLUVIAL
 - 9.6.9 VIENTOS DOMINANTES
 - 9.6.10 ASOLEAMIENTO
 - 9.6.11 HUMEDAD RELATIVA
 - 9.6.12 PRESION MEDIA DEL AIRE
- 9.7 ESTADISTICAS DE POBLACION
- 9.8 TERRENO PROPUESTO
 - 9.8.1 UBICACION
 - 9.8.2 AREA
 - 9.8.3 CONTEXTO
 - 9.8.4 TOPOGRAFIA Y CALIDAD DEL SUELO
 - 9.8.5 SERVICIOS

10. ORGANIGRAMA ADMINISTRATIVO DEL CECOPEX

11. ESQUEMA DE FUNCIONAMIENTO

12. PROGRAMA DE NECESIDADES

13. ANALISIS DE AREA

14. PROYECTO EJECUTIVO

INTRODUCCION AL TEMA Y TESIS PROPUESTA

1 C E C O P E X

1. INTRODUCCION AL TEMA Y TESIS PROPUESTA

1.1 INTRODUCCION AL TEMA

Considero que toda tesis pretende y debe ser una aportación a la solución de algún problema manifiesto de nuestra sociedad, país o mundo en que vivimos; a su vez es la conciencia y voluntad de participar profesionalmente en su solución, mediante la propuesta de una nueva visión personal a dicho problema.

En éste momento mas que nunca ante el inminente tratado de libre comercio con E.U.A. y Canadá, México tiene que estar -- equipado con todos los instrumentos necesarios para exportar -- nuestros productos, provocando además el incremento en la producción interna y un aumento en nuestra productividad.

Por esta razón mi tesis comprende la propuesta de integrar en un recinto o conjunto arquitectónico los elementos operativos, organismos oficiales y privados, que hagan posible y agilicen la mecánica de exportación de los productos mexicanos al -- exterior, en un "Centro de Exhibición Comercial para la Exportación y el Mayoreo".

Parte esta tesis de detectar el problema que a nivel nacional se proyecta como una extensión del complejo problema que -- afecta a las naciones y ésta evidencia, la pretendo plantear -- solamente desde el punto de vista de mi área profesional, que -- responda a las necesidades del momento histórico de nuestro -- país, así como sus posibles proyecciones a futuro dentro de los parámetros reales de nuestra economía.

El hecho de que otros países hayan desarrollado estos --- "Trade Centers" en un número mayor de 70 unidades, confirma que son un instrumento eficiente y necesario para el comercio exterior de las naciones que buscan una verdadera penetración en el ámbito mundial.

1.2 EL ASPECTO OPERATIVO E INSTITUCIONAL

El objetivo primordial del "Centro" es el de crear integracionalmente los elementos operativos e institucionales en un -- todo arquitectónico; en el cual las "Salas de Exhibición Permanente" para productos manufacturados, artesanías y productos no clasificados jueguen un papel determinante ante los posibles -- compradores o "Clientes"; será el gran aparador de la industria nacional hacia el exterior, recordando el lema de "El que no -- enseña, no vende". Además este "Centro" promoverá el intercambio comercial fomentando los eventos y ferias internacionales -- por medio de un espacio dedicado a exposiciones temporales.

El órgano rector del "Centro" por razón natural será el -- Banco Nacional de Comercio Exterior, al cual se adieren por secuencia lógica, el ANIERM, las diferentes cámaras, consorcios -- de exportación, organismos privados y oficiales, compañías exportadoras, los agentes aduanales y se incluirán por supuesto -- las consejerías comerciales de todos los países que tienen rela-- ciones de comercio exterior con México.

Al congregar todos estos aspectos en un solo organismo y - en un solo edificio, la intención de esta tesis es que el comercio exterior se manifieste operativo con expresión institucional, buscando una simbiosis entre las dependencias oficiales -- con industrias e industriales.

1.3 TESIS DE UBICACION, PROYECCION Y DESCENTRALIZACION

Al calificar el alcance e importancia del "Centro" se propone un esquema de diseño urbano respecto a su ubicación que -- responde al planteamiento siguiente:

De acuerdo al punto que prosigue con el N^o 10 "Análisis de la Ubicación propuesta", en el que se encuentran consignados -- todos los factores de análisis y conclusiones respecto a la determinación de la ubicación, partiendo desde la "Sub-región" -- hasta "El Sitio" como conclusión, ofrece una visión general del enfoque de la tesis al respecto, pero es necesario plantear en apoyo de esta tesis que el impacto que este "Centro" tendrá -- dentro de un núcleo urbano podrá ser de consecuencias nocivas -- para dicho núcleo en relación a la concentración de actividades y movimientos que ha de generar por si mismo. Por esta razón -- considero que su ubicación, debe de responder a una acción de -- descentralización estableciéndose en una localidad sub-urbana y valiéndose de las estructuras existentes tales como la vía México-Toluca (considerada la mejor especificación de la República), el ferrocarril, vía por la cual el "Centro" tiene una posibilidad de abastecimiento desde la república completa y aprovechando el

bajo flujo ferroviario de la vía, propongo: la instalación de una "Autovía" que funcione México-Centro-Toluca y viceversa con el objeto de crear un medio de transporte propio, eficiente y - continuo que dé servicio al sector empleados, como también al público en general, ya que este transporte se tomará desde las zonas céntricas de ambas ciudades (México, D.F.-Buenavista-Toluca-Estación de F.F.C.C.) quedando así enlazadas todas las redes de comunicación urbana con el "Centro" por medio de la "Autovía"

La anterior visión ofrece al centro una proyección de autonomía tanto a nivel nacional como internacional apoyada también por su comunicación aerea descrita en mi "Análisis".

1.4 TESIS DE SU PROYECCION FUNCIONAL

La creación del "Centro" esta dirigido a la promoción de la industria manufacturera y a la consecución de lograr un sistema funcional y operativo hacia las exportaciones.

La industria nacional necesita evaluar su eficiencia, productividad y calidad en su producción para ser competitiva a -- nivel internacional; haciendo que prosigan o se modifiquen los enfoques de producción de nuestra capacidad instalada, de esta manera el "Centro" funge como un aparador-filtro que estimula o reprueba calidades, es por esto que su proyección funcional - tendrá alcances a nivel nacional en nuestro desarrollo industrial.

1.5 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Si se contempla el costo directo de esta obra que será de gran envergadura y se pretende asignar un renglón del presupuesto nacional para su construcción, será casi imposible poder -- obtenerlo dado el estado de crisis por la que vienen atravesando nuestra economía.

Por esta razón propongo una estructura financiera que logre su autofinanciamiento, apoyando al proyecto en tres sectores -- que son:

- A. El oficial
- B. El industrial
- C. El comercial

1.5.1 LOS APOYOS FINANCIEROS

Ya dije que el Banco Nacional de Comercio Exterior en asociación con una compañía promotora, serán el órgano rector y -- por tal razón serían de hecho el promotor del "Centro", asumiendo que los espacios destinados a su administración y promoción de eventos como el gran salón de exposiciones temporales, serán áreas de su propiedad en un todo que se integrará como condominio cuyo objetivo sea la operatividad del centro.

De la anterior manera tanto las empresas de tramitación, - exportación, etc., así como las empresas industriales adquieren su espacio o local en condominio bajo el reglamento establecido y aportarán el capital de construcción conforme al avance de -- obra.

Respecto a los servicios complementarios como son el hotelero, restaurantes, etc., el promotor ofrecerá las concesiones a firmas hoteleras y de restaurantes que cumplan con las especificaciones y normas que el conjunto exige, dejando que el costo directo sea erogado por ellas o lo tramite en las instituciones de crédito establecidas como Fonatur, etc.

Al plantear así esta obra de necesidad nacional se ve franca la posibilidad de su construcción inmediata.

2. ASPECTOS HISTORICOS DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO

Las negociaciones comerciales del Imperio Azteca con las - diferentes naciones indígenas, ubicadas en las tierras bajas, - se realizaban en un punto intermedio. Naturalmente su intercambio comercial era el trueque, comerciaban con productos manufacturados, granos, pieles, etc.

Como ejemplo, un puerto de comercio entre los indígenas - era el poblado de Tulancingo, pues además era una factoría de - puntas de flecha, hechas de obsidiana.

En la colonia se establecieron diferentes ferias comerciales, en las que destacaron las de Acapulco y las de Jalapa.

Particularmente interesante es ver cómo Jalapa, en el siglo XVIII, es el complemento indispensable de Veracruz. Están ambas en la vertiente oriental del virreinato. Luego se sube - a la capital, descendiendo nuevamente de la meseta por el "camino de la China" hasta Acapulco, simultáneamente puerto y feria, y que constituye el otro pilar del enorme puente que representó México en el tráfico español con Oriente durante más de dos -- siglos. La larguísima línea comercial, jalonada con los nombres de Sevilla o Cádiz, Sanlúcar de Barrameda, Habana o Santo Domingo, Veracruz, Jalapa, México, Acapulco, Manila, constituye el - nexos mercantil más extenso e importante entre España y Oriente durante la edad moderna. En esta extensa ruta, Jalapa, surgida

tarde como escala comercial, sirve, sin embargo, para consolidar al puerto veracruzano. Los sesenta años de feria jalapeña fueron una acertada, aunque tardía, solución al emplazamiento de la sede comercial en México durante el virreinato.

En esta etapa por lo general el comercio se realizaba entre particulares exceptuando los metales preciosos y el tabaco que eran manejados por el virreinato.

Hoy día el intercambio comercial de México lo realizan los dos sectores de nuestra economía, el público y el privado, --- asesorados y guiados a través del "BANCO NACIONAL DE COMERCIO - EXTERIOR Y LA SECOFI".

INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO

3

C E C O P E X

3. INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO

3.1. Administración Pública Centralizada.

Las Secretarías de Estado que por sus actividades y funciones asignadas tienen relación con operaciones de comercio exterior y por consiguiente con el Banco Nacional de Comercio Exterior, por conducto de alguna de sus dependencias, son las siguientes:

3.1.1. A- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

- Dirección General de Aranceles.
- Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales.
- Dirección General de Estímulos al Comercio Exterior.
- Dirección General de Delegaciones Federales.
- Dirección General de Cooperación Económica Internacional.
- Dirección General de Controles al Comercio Exterior.
- Dirección General de Normas.
- Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología.
- Dirección General de Industrias.

3.1.2. B- Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

- Dirección General de Aduanas.

3.1.3. C- Secretaría de Relaciones Exteriores.

- Dirección General de Asuntos Consulares.

3.1.4. D- Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos.

- Dirección General de Economía Agrícola..
- Dirección General de Agricultura.
- Dirección General de Sanidad Animal.
- Dirección General de Sanidad Vegetal.
- Dirección General de Aprovechamiento Forestal.
- Dirección General de Avicultura y Especies Menores.
- Dirección general de Ganadería.

3.1.5. E- Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

- Dirección General de Tarifas, Terminales y Servicios Conexos.
- Dirección General de Marina Mercante.
- Dirección General de Correos.
- Dirección General de Telecomunicaciones.
- Dirección General de Ferrocarriles en Operación.
- Dirección General de Autotransporte Federal.
- Dirección General de Aeronáutica Civil.

3.1.6. F- Secretaría de la Defensa Nacional.

- Departamento de Registro Federal de Armas de Fuego y Explosivos.

3.1.7. G- Secretaría de Educación Pública.

- Instituto Nacional de Antropología e Historia.
Registro Federal de Monumentos y Zonas Arqueológicas.
- Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura.

3.1.8. H- Secretaría de Pesca.

- Dirección General de Asuntos Pesqueros Internacionales.
- Dirección General de Regulación Pesquera.
- Dirección General de Fomento Pesquero.

3.1.9. I- Secretaría de Salubridad y Asistencia.

- Dirección General de Control de Alimentos, Bebidas y Medicamentos.
- Controla la importación, exportación, fabricación, distribución y venta de lentes de contacto.

3.1.10. J- Secretaría de Gobernación.

- Archivo General de la Nación.
- Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

- Dirección General de Servicios Migratorios.
- Dirección General de Gobierno.

3.1.11. K- Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología.

- Dirección General de la Fauna Silvestre.

ORGANIGRAMA INTERSECRETARIAL

S.R.E.

S.A.R.H.

S.H.C.P.

S.C.T.

SECOFI

BANCOMEXT

S.D.N.

S.D.U.E.

S.E.P.

S.G.

S.P.

S.S.A.

3.2. ORGANISMOS DESCENTRALIZADOS

3.2.1. Banco Nacional de Comercio Exterior (Promoción a las exportaciones).

A raíz de que México pasó a formar parte de el Gatt el IMCE desaparece y el BANCOMEXT asume estas funciones como promotor de comercio exterior:

- Fomentar el comercio exterior del país, en todos sus aspectos principalmente el de las exportaciones.
- Estudiar y proyectar políticas, planes y programas en -- materia de comercio exterior y someterlos a la consideración del Presidente de la República, a través del Secretario, Industria y Comercio.
- Ser el instrumento de coordinación de las actividades y de los sectores públicos y privado que participan en el comercio exterior. Para este efecto coordinará sus propias actividades con las Secretarías y Departamentos de Estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal.
- Fungir como órgano de consulta en materia de comercio -- exterior.
- Estudiar los factores que intervienen en el comercio -- exterior de la Nación.
- Promover la asociación de productores y servicios nacionales que puedan tener demanda en el exterior.

- Sugerir el establecimiento de industrias y otras actividades que tengan como fin específico la producción de -- artículos destinados a la exportación.
- Realizar una labor permanente de difusión en el mercado internacional de los productos internacionales para --- crear, extender e intensificar su demanda en las mejores condiciones.
- Colaborar con la Secretaría de Industria y Comercio en - la fijación de las normas de calidad de los productos -- destinados a la exportación, y en la vigilancia de su -- debido cumplimiento de acuerdo con el reglamento y disposiciones que expidan al efecto.
- Informar a los productores, comerciantes, distribuidores y exportadores del país, de las posibilidades que ofrezca el mercado internacional; y sobre licitaciones internacionales.
- Auxiliar a los productores, comerciantes, distribuidores y exportadores, en la colocación de artículos y prestación de servicios en el mercado internacional.
- Proporcionar a los exportadores la asesoría técnica que requieran, incluyendo orientaciones en materia de diseño industrial, empaque y embalaje, así como en el registro de patentes y marcas internacionales, etc.
- Orientar y ayudar a los interesados cuando éstos lo soliciten, en los trámites relacionados con el comercio exterior, ante las Secretarías de Estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal.

- Informar a las Dependencias o Entidades correspondientes respecto a la insistencia de excedentes en el mercado in terno y sus posibilidades de colocación en el mercado -- exterior.
- Promover la exportación de productos semimanufacturados y manufacturados.
- Organizar la participación del país en ferias y exposiciones comerciales que se realicen en otras naciones.
- ORGANIZAR Y DIRIGIR EN EL EXTERIOR, TEMPORAL O PERMANENTEMENTE, ASI COMO ESTABLECER O AUTORIZAR CENTROS DE EXHIBICION DE ARTICULOS EXPORTABLES.
- Organizar y participar en misiones comerciales ante -- otros paises.
- Promover la visita de misiones comerciales extranjeras, auxiliares en la programación de sus actividades y atenderlas durante su estancia en el país.
- Establecer Representaciones en el exterior, en el caso en que esta medida se justifique.
- Coordinar con las Representaciones de Secretarías y Departamentos de estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal, asuntos relacionados -- con el comercio exterior.
- Cuidar el prestigio del comercio exterior del país, --- coordinándose para este efecto con las Secretarías y Departamentos de Estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal.

3.2.2. BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (COMO INSTITUCION DE CREDITO COMERCIAL)

- Financiar la producción de artículos exportables así --- como de otros para sustituir importaciones.
- Crear o apoyar la formación de empresas para la comercialización de los principales productos de exportación con miras a defender los precios de venta en el exterior.
- Intervenir en el financiamiento de importaciones esenciales para la economía del país.
- Realizar operaciones de intercambio compensado y en general estudia al comercio exterior de México.

3.2.3. BANCO DE MEXICO

En materia de comercio exterior tiene las siguientes atribuciones:

- Regular la emisión y circulación de la moneda y los cambios sobre el exterior.
- Forma y maneja las reservas que se requieren para los -- objetos anteriores.
- Actúa como agente financiero del Gobierno Federal en las operaciones de crédito externo o interno y en la emisión y atención de empréstitos públicos, de acuerdo con la -- Secretaría de Hacienda y Crédito Público; a través del - fondo para el Fomento de las Exportaciones de Productos Manufacturados.

- Participar en representación del Gobierno y con garantía del mismo, en el Fondo Monetario Internacional de Reconstrucción y Fomento.
- Elaborar y publicar el estado mensual de las balanzas -- comerciales y de pagos del país.

3.2.4. ALMACENES NACIONALES DE DEPOSITO, S.A.

Es una Institución Nacional auxiliar de crédito, que tiene las siguientes funciones:

- Almacenar, guardar y conservar semillas, frutos o productos agrícolas, industrializados o no, expidiendo certificados de depósitos y bonos de prenda.
- Recibir en depósito mercancías, artículos nacionales o -- extranjeros de cualquier clase, por los que se hayan pagado ya los derechos correspondientes.
- Recibir productos, bienes o mercancías, por los que no -- se hayan satisfecho los derechos de importación que gravan las mercancías importadas.

3.2.5. COMPAÑIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES

- Planificar, organizar y ejecutar, directamente o por -- conducto de otras instituciones oficiales, las intervenciones reguladoras del Estado para el mantenimiento de -- los precios de garantía o mínimo de compra que estén vigentes, estableciendo los sistemas más adecuados para -- realizarlos, de acuerdo con las situaciones que guarden las regiones productoras y los mercados nacionales e internacionales.

- Importar, en caso de reservas deficitarias frente a las necesidades del consumo, y exportar excedentes cuando -- las existencias acumuladas rebasen los niveles previstos, de los mismos productos agrícolas.

3.2.6. INSTITUTO MEXICANO DEL CAFE

Su principal función en el comercio exterior, es la de -- controlar y promover las exportaciones del café nacional en el extranjero.

3.2.7. COMISION NACIONAL COORDINADORA DE PUERTOS.

Fue creada con el objeto de coordinar en los puertos marítimos y fluviales las actividades y servicios marítimos y portuarios, los medios de transporte que operen a ellos, así como los servicios principales auxiliares y conexos de las vías generales de comunicación para su eficiente operación y funcionamiento.

- La comisión será el órgano encargado de coordinar en los puertos, el ejercicio de las atribuciones que correspondan a las diversas Dependencias del Ejecutivo Federal, -- como son las Secretarías de la Presidencia, de Marina, -- de Hacienda y Crédito Público y Comunicaciones y Transportes.

3.3. ORGANISMOS DEL SECTOR PRIVADO

Las principales instituciones privadas encargadas de promover el comercio exterior son:

- 3.3.1. Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana. (ANIERM)
- 3.3.2. Asociación de ferias y Exposiciones Mexicanas. (FEMAC)
- 3.3.3. Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos. (CONCAMIN)
- 3.3.4. Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio Exterior de la República Mexicana. (CONCANACO)
- 3.3.5. Asociación para el Fomento de Exportaciones Mexicanas, A.C.
- 3.3.6. Asociaciones para el Fomento de Importaciones y Exportaciones de Occidente.
- 3.3.7. Asociación de Importadores y Exportadores del Estado de Chihuahua.
- 3.3.8. Cámara Nacional de la Industria de Transformación. (CANACINTRA)
- 3.3.9. Consejo Nacional de Usuarios del transporte de Comercio Exterior.
- 3.3.10. Asociación de Banqueros de México.
- 3.3.11. Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros.
- 3.3.12. Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, A.C.
- 3.3.13. Otras Cámaras asociadas a la Confederación de Cámaras Industriales de los E.U.M. y a la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio de la República Mexicana.
- 3.3.14. Consejo Empresarial Mexicano para asuntos internacionales. (CEMAI)

3.4. Encontrándose dentro de sus principales actividades o funciones relacionadas con el comercio exterior las siguientes:

- Relaciones o contactos Internacionales al más alto nivel empresarial (principalmente a través del CEMAI).
- Representación y patrocinio de organismos del sector privado y público, nacionales e internacionales (en general todas las organizaciones).
- Información y asesoramiento sobre toda la gama de actividades que se tienen que llevar a cabo en la práctica del comercio exterior (en general todos los organismos).
- Organización de Congresos, asambleas, Seminarios, Cursos, Mesas redondas, Conferencias, etc., con especialistas -- tanto nacionales como extranjeros. (En general todas -- las instituciones).
- Participación y organización en Ferias y Exposiciones -- nacionales y extranjeras y Misiones Comerciales. (En general todos los organismos).
- Realización de toda clase de trámites oficiales (ANIERM, Cámaras y Asociaciones miembros de CONCAMIN y CONCANACO).
- Creación de asociaciones, no solamente en el D.F., sino también en la provincia, que cubren específicamente toda la gama de aspectos de Comercio Exterior (AFEM, AFIMEXO y ADIEECH).
- Estudios para realizar mejor las funciones de Crédito y Seguro a las Exportaciones y sustitución de las Importaciones. (ABM y AMIS principalmente).

- Edición de libros y publicaciones periódicas y relación de tipo de estudios sobre esta actividad (en general -- todas las organizaciones).
- Recolección y difusión de información del comercio exterior.

3.5. CONSORCIOS

Los Consorcios son sociedades mercantiles integradas por - empresas que elaboran productos manufacturados y que ejercen a través del las mismas funciones de comercialización internacional.

El capital de los consorcios está formado en un 75% como mínimo por empresas industriales y el 25% restante puede estar suscrito por personas físicas o morales dedicadas a cualquier otra actividad ajena al Consorcio.

Las Empresas de Servicio son sociedades mercantiles especializadas en comercialización internacional y presentan servicios a empresas que desean participar en los mercados mundiales.

Los accionistas de las Empresas de Servicio deben ser empresas con mayoría de capital mexicano, o personas físicas mexicanas.

Mientras que los Consorcios pueden celebrar contratos de -
prestación de servicios o de mediación mercantil, con artesa-
nos e industriales, no accionistas, las Empresas de Servicio -
sólo podrán realizar operaciones de exportación por medio de -
artesanos y empresas industriales, pequeñas y medianas.

La finalidad de las empresas de Comercio Exterior es la -
comercialización internacional de los productos en beneficio -
directo de sus asociados o comitentes y que las utilidades -
sean obtenidas por el productor.

Los Consorcios y las Empresas de Servicio no son simples
intermediarios entre el vendedor y el comprador; representan
fundamentalmente el instrumento de promoción y orientación en
los mercados más idóneos para el producto.

Ejemplos de Consorcios:

Consorcio de Exportadores, S.A. de C.V.
Corporación Internacional de Negocios, S.A. de C.V.
Lanzagorta Internacional, S.A. de C.V.
Promotora Mexicana de Comercio Exterior.
Consorcio Internacional, S.A. de C.V.
Construexport, S.A. de C.V.
Exportadores Mexicanos, S.A. de C.V.
Construméxico, S.A. de C.V.
Consorcio Intermex, S.A. de C.V.
Tecniméxico, S.A. de C.V.

4. MEDIDAS DE PROMOCION A LAS EXPORTACIONES.

4.1. Considerandos

4.1.1. La finalidad de las medidas de promoción en las exportaciones, son las de transformar la mentalidad exportadora del empresario nacional con el objeto de familiarizarlo cada vez mas en el comercio exterior; por medio de las siguientes actividades:

4.2. Actividades

4.2.1. FERIAS Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES.

Esta medida de promoción que se lleva a cabo en nuestro país hace algunos años, presenta las siguientes ventajas:

- Estimula a los empresarios a llevar sus productos al extranjero.
- Fomenta la conquista de mercados.
- Establece contactos directos con el extranjero.
- Adapta los avances técnicos y las ventajas que ofrecen - otras mercancías similares producidas por competidores - internacionales.
- Realiza mayores ventas en el menor tiempo posible.
- Permite al oferente nacional apreciar la posición competitiva de sus productos y las condiciones que impiden su colocación.

Sin embargo, existe una gran cantidad de obstáculos que en capítulos posteriores se analizarán, los cuales dificultan la asistencia a este tipo de eventos, mencionándose entre ellos -- los siguientes:

Escasos recursos disponibles, reducido personal que atiende los stands, carencia de facultades ejecutivas por parte de los representantes, ausencia de estudios específicos sobre los diferentes productos a exponer, incompatibilidad y mínima información sobre los artículos expuestos en las ferias celebradas, -- falta de atención directa en los diferentes productos.

4.2.2. ASISTENCIA A FERIAS Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES.

Dentro de los estímulos que el gobierno de México concede a los empresarios para asistir a ferias y exposiciones en el extranjero, se encuentran los siguientes:

Podemos sintetizar las funciones del BANCOMEXT en ferias y exposiciones de la siguiente manera: selección de las ferias, estudios de mercado sobre las ferias en que participará, -- elaboración de los presupuestos, control del registro de expositores, selección de las empresas participantes, contratación de seguros y de transportes terrestres, marítimos y aéreos, construcción, montaje, decoración, administración de los pabellones, además tiene a su cargo la recepción, almacenaje y empaque de -- muestrarios, así como envío y retorno de los mismos, y de promover los productos antes y después de la feria.

4.2.3. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ASISTENCIA DE FERIAS Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES

- Areas en que se tiene mayor interés de promover los productos: Comunidad Económica Europea, Asociación Latinoamericana de Libre Comercio, Mercado Común Centroamericano, etc. El Futuro tratado trilateral de libre comercio de America del Norte.
- Productos que se deben promover para exportarlos.
- Posición competitiva de los productos mexicanos con respecto a similares de otros países, en virtud de tratamientos preferenciales que pudieran ubicarles en ventaja.
- Opiniones que emitan sobre la feria nuestros Embajadores y Consejeros comerciales acreditados en el exterior, en especial los acreditados en el país sede.
- Opinión de la iniciativa privada que con base en los elementos disponibles y los criterios establecidos señalan las ferias que revisten mayores atractivos para la colocación de la oferta nacional.
- Costo de la participación.
- Naciones participantes.

4.3. CONSEJERIAS COMERCIALES

4.3.1. Importancia de los Consejeros Comerciales.

La importancia de los Consejeros Comerciales en el comercio

internacional de un país, se resume de acuerdo a sus funciones en la siguiente forma: estudios e investigaciones de mercados en los países en que se encuentran establecidos; determinación de las posibilidades de venta; localización de importadores de productos nacionales; publicidad para los mismos productos; opiniones sobre las conveniencias e inconveniencias de las ferias y exposiciones; además proporcionan al exportador las preferencias arancelarias, los transportes más convenientes, las facilidades que puedan dar en su país sede a los productos nacionales y cualquier tipo de promoción e información que desee el exportador sobre su producto.

4.3.2. Consejerías Comerciales de México

La selección de los Consejeros comerciales la lleva a cabo el Banco Nacional de Comercio Exterior y SECOFI, organismo al que tienen la obligación de enviarle tanto la demanda existente en su país sede, como la información que este Instituto les solicite para llevar a cabo la exportación de productos.

Las Consejerías comerciales de México están distribuidas - en los siguientes países: Alemania, Argentina, Austria, Brasil, Canadá, Colombia, Chile, Francia, Guatemala, Inglaterra, Japón, Perú, Venezuela, España, República Dominicana, Italia, Australia y Países Escandinavos, Estocolmo, Suecia, en los Estados Unidos de Norteamérica en las ciudades de Chicago Illinois, de Dallas Texas, Los Angeles California y Nueva York.

4.4. Misiones Comerciales

El BANCOMEXT por medio de su Departamento de Misiones comerciales y la Dirección de Misiones comerciales; además atiende las diversas misiones comerciales extranjeras que arriban al país, así como a pequeños grupos de industriales que tienen como objetivo vender sus respectivos productos y adquirir artículos mexicanos.

4.4.1. Consideraciones para organizar Misiones comerciales.

El organizar una Misión comercial, implica considerar con anticipación algunos aspectos que son necesarios para que se logren los fines que se desean alcanzar, dichos aspectos se pueden sintetizar en los siguientes:

- Estudios, investigaciones y todo tipo de información necesaria, para que los asistentes se formen una visión clara de los mercados que representan para ellos los países que pueden visitar.
- Hacer la selección de esos países en base a los resultados y recomendaciones de los futuros asistentes.
- Es conveniente, si no es que necesario, que los posibles integrantes de las misiones, cuenten con un nivel ejecutivo que les permita realizar cualquier operación; así mismo deben ir lo suficientemente preparados como para dar toda aquella información que soliciten sobre los productos.
- Llevar cuando sea posible muestra de sus productos.

4.4.2. Objetivos de las Misiones comerciales.

Los Objetivos de las Misiones comerciales no sólo llegan a la venta de productos mexicanos en el exterior, sino también a efectuar otras formas de promoción, como la nominación de representantes de las empresas mexicanas para unirse con capitales de los países que visitan y crear empresas de capital mixto.

4.5. Organizaciones del Sector Privado de México dedicadas a actividades de promoción.

Existen en México organizaciones de carácter privado que en coordinación con las del sector público, se dedican directa e indirectamente a la promoción de exportaciones.

Algunas tienen la función específica de promover el comercio exterior, y otras en forma colateral. Entre los primeros, están el Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales (CEMAI), Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM), Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), Asociación para el Fomento de Importadores y Exportadores de Chihuahua (ADIECH). Entre los segundos destacan los siguientes: Confederación de Cámaras Industriales de la E.U.M. (CONCAMIN); Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio de la R.M. (CONCANACO), Asociación de Banqueros de México (ABM), Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, AC, (CEESP) y las Cámaras asociadas a CONCAMIN y CONCANACO.

Las actividades o funciones de mayor importancia que realizan estos organismos en el campo promocional fueron enunciados ya en el capítulo anterior.

4.6. Propuesta de Tesis, la creación del "CENTRO DE EXHIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION". (CECOPEX)

RECOMENDACIONES COMO APOYO DE LA TESIS PARA INCREMENTAR EL COMERCIO EXTERIOR

5
C E C O P E X

5. RECOMENDACIONES COMO APOYO DE LA TESIS PARA INCREMENTAR EL COMERCIO EXTERIOR.

5.1. Los sectores público y privado, a través de sus políticas financieras, deberán apoyar al industrial mexicano en su actividad productora y en la etapa de la comercialización de sus productos; pues el crédito para la exportación debe ser considerado como un servicio indispensable para el productor que introduce o pretende colocar sus productos en los mercados de exportación en forma competitiva.

5.2. Realizar una mayor publicidad respecto a la importancia y beneficios que la actividad exportadora reporta.

5.3. Aumentar los congresos, convenciones y conferencias en materia de Comercio Exterior.

5.4. Fomentar y orientar la inversión para la creación de empresas dedicadas a la exportación.

5.5. Reformar el código aduanero, a fin de agilizar la exportación.

5.6. El BANCOMEXT debe utilizar medidas más eficaces tanto para dar a conocer las funciones y objetivos de los medios de promoción, como para incitar a los empresarios a que tengan una mayor participación en las mismas; para ello es necesario que primero

se determinen las industrias que están en condiciones de participar y segundo que se utilicen medios de difusión que lleguen realmente al empresario para que este se interese y se anime -- tanto a asistir, como a promover sus artículos en el extranjero.

5.7. tanto el sector público como los organismos del sector privado, necesitan actuar en forma coordinada para que los esfuerzos que hagan tengan mejores resultados.

Crear organismos especializados en diseño, empaque, empaque, control de calidad, etc. de los productos a exportar.

5.8. Simplificar y hacer más accesible la tramitación de documentos para la exportación.

5.9. Organizar internamente a todas las dependencias que tienen que otorgar certificados, permisos, devolución de impuestos, -- etc., para facilitar la exportación y fomentarla.

5.10. La mala coordinación entre Secretarías y los mismos Departamentos de cada una de ellas, es un serio obstáculo a las exportaciones, por lo tanto es necesario que el Gobierno busque la forma más apropiada para resolver este problema y una de las soluciones sería la centralización de todas las actividades de comercio exterior en una sola Dependencia del sector público.

5.11. Mientras tanto es indispensable que las respectivas Dependencias y Secretarías de Estado, cuenten con el personal capacitado y suficiente para dar un servicio más rápido y eficiente, ya que en muchas ocasiones la falta de personal y la mala preparación del mismo da lugar a la lentitud de los trámites.

5.12. Es imprescindible la creación de escuelas que formen verdaderos técnicos en exportación y que esto se haga a nivel teórico-práctico, para que el personal graduado esté en condiciones de realizar exportaciones de cualquier clase de productos.

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR MEXICO

6
C E C O P E X

6. PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR MEXICO

6.1. Sector agropecuario

Café crudo en grano

Ganado vacuno

Legumbres y hortalizas frescas

Jitomate

Algodón

Otras frutas frescas

Almendra de ajonjolí

Cacao

Miel de abeja

Tabaco en rama

Raíces y tallos en brezo, mijo o sorgo

Garbanzo

Ixtle de lechuguilla

Pescados y mariscos frescos

Camarón fresco refrigerado

Espicias diversas

Fresas frescas

Semilla de ajonjolí

Frijol

Borra de algodón

Cera vegetal

Otros

6.2. Industria Extractiva

Petróleo crudo

Gas natural

Azufre

Espatofluor

Cobre en bruto o blister

Sal común

Zinc en minerales concentrados

Yeso

Sulfato de bario

Manganeso de minerales concentrados

Tungsteno en concentrados

Otros

6.3. Industrias Manufactureras

6.3.1. Alimentos, bebidas y tabaco

Camarón congelado

Legumbres y frutas preparadas y/o en conservas

Café tostado

Tequila y otros aguardientes

Cerveza

Jugo de Naranja

Fresas congeladas con o sin azúcar

Langosta congelada
Pasta, puré o jugo de tomate
Mieles incristalizables de caña de azúcar
Extractos alcohólicos concentrados
Manteca de cacao
Otros jugos de fruta
Piña en almibar o en su jugo
Extractos de café
Conservas de pescados y mariscos
Carnes de ganado equino
Otros

6.3.2. Textiles, arts. de vestir e industria del cuero

Fibras textiles y tejidos de seda, fib. artif. o lana
Arts. de telas y tejidos de algodón y fibras vegetales
Artículos de piel o cuero
Hilados de algodón
Otros

6.3.3. Industria de la madera

Madera labrada en hojas, chapas o láminas
Muebles y artefactos de madera
Artículos diversos de palma
Otros

6.3.4. Papel, imprenta e industria editorial

Publicaciones periódicas

Libros, almanques y anuncios

Otros

6.3.5. Derivados del petróleo

Combustoleo (fuel-oil)

Gasolina

Gasóleo (gas-oil)

Gas butano y propano

Otros

6.3.6. Petroquímica

Amoniaco

Cloruro de polivinilo

Benceno

Metanol

Otros

6.3.7. Química

Acido fluorhídrico

Materias plásticas y resinas sintéticas

Oxido de zinc

Aceite esencial de limón

Abonos químicos y preparados
Oxido de Plomo
Sulfatos y sulfitos diversos
Colores y barnices preparados
Otros productos farmacéuticos
Antibióticos
Sílices fósiles y tierras activadas
Hormonas naturales o sintéticas
Otros

6.3.8. Productos plásticos y de caucho

Llantas y cámaras de caucho
Manufacturas de mat. plásticas o resinas sintéticas
Otras manufacturas de caucho
Otros

6.3.9. Fab. de otros prods. minerales no metálicos

Vidrio o cristal y sus manufacturas
Cementos hidraulicos
Ladrillos, tabiques lozas y tejas
Aparatos de uso sanitario
Azulejos y mosaicos
Artefactos de barro, loza y porcelana
Cal
Manufacturas de cementos y hormigón
Otros

6.3.10. Siderurgia

Hierro o acero manufacturado en diversas formas

Tubos y cañerías de hierro o acero

Hierro en barras y en lingotes

Hierro o acero en perfiles

Ferroligas en lingotes

Otros

6.3.11. Minerometalurgia

Zinc afinado

Plomo refinado

Tubos y cañerías de cobre o metal común

Cobre en barras

Otros

6.3.12. Productos metálicos, maquinaria y equipo

1. Para la agricultura y ganadería

Máquinas y aparatos agrícolas y avícolas

Otros

2. Para los ferrocarriles

Carros y furgones para vías férreas

Otros

3. Para otros transportes y comunicaciones

Motores para automóviles

Partes sueltas para automóviles o completos

Partes sueltas para aviones

Partes o piezas para motores

Automóviles para el transporte de carga

Muelles y sus hojas para automóviles

Automóviles para transporte de personas

Otros

4. Maq. y equipo especial para industrias diversas

Partes o piezas sueltas para maquinaria

Llaves, válvulas y partes de metal común

Herramientas de mano

Baterías y vajillas de cobre o hierro

Baleros, cojinetes y chumaceras

Grupos para el acondicionamiento de aire

Máquinas para escribir

Motores y máquinas motrices

Máquinas para procesamiento de información

Prensas y trituradores no especificados

Envases de hojalata y de hierro o acero

Otros

5. Equipo profesional y científico

Instrumentos científicos de precisión

Instrumentos y aparatos médicos

Otros

6. Equipos y aparatos eléctricos y electrónicos

Cables aislados para electricidad

Otros aparatos e instrumentos eléctricos

Piezas para instalaciones eléctricas

Refrigeradores y sus partes

Maq. y aparatos e instrumentos p/comunic. eléct.

Partes y refacciones de radio y T.V.

transformadores eléctricos

Cintas magnéticas y discos fonográficos

Motores eléctricos

Otros

7. Aparatos de fotografía, cinematografía, óptica y relojería

Relojes de pulsera

Aparatos fotográficos y cinematográficos

Otros

6.3.13. Otras industrias

Globos para recreo

Juguetes, juego y artículos para deporte

Alhajas y obras de metal fino y fantasía

Piedras preciosas o semipreciosas

Otros

6.4. Otros productos y servicios no clasificados

COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO CON PAISES SELECCIONADOS

C E C O P E X

7

7. COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO CON PAISES SELECCIONADOS

Las transacciones en detalle que México realiza con el -- conjunto de 29 países con los que realiza el intercambio más -- significativo. Como primer paso, se procedió a examinar su participación y comportamiento en el intercambio comercial que tienen con México, sus tendencias y participación por sector, rama y producto.

En total los 29 países escogidos representaron en 1988 el 92.4% y en 1983 el 92.6% de las exportaciones totales de México; asimismo suministraron el 93.0% y el 90.6% (en iguales períodos) de las importaciones totales mexicanas.

7.1. Intercambio Comercial de México con:

Arabia Saudita

Argelia

Argentina

Bolivia

Brasil

Canadá

Colombia

Cuba

Checoslovaquia

Dinamarca

Egipto

España
Estados Unidos de América
Francia
Guatemala
Hungría
India
Israel
Italia
Japón
Kuwait
Polonia
Reino Unido
República Democrática Alemana
República Federal de Alemania
Rumania
Suiza
Venezuela
Yugoslavia

ESTADÍSTICAS DEL COMERCIO EXTERIOR



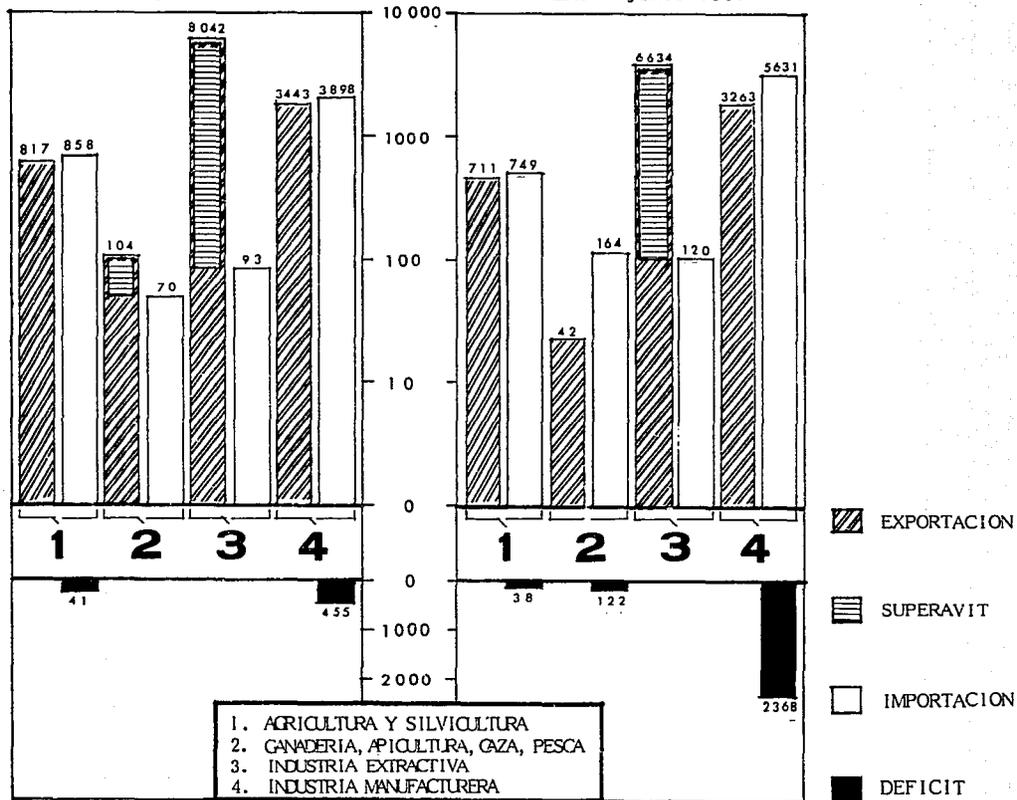
C E C O P E X

BALANZA COMERCIAL

(MILLONES DE DOLARES)

ENERO - JUNIO 1984

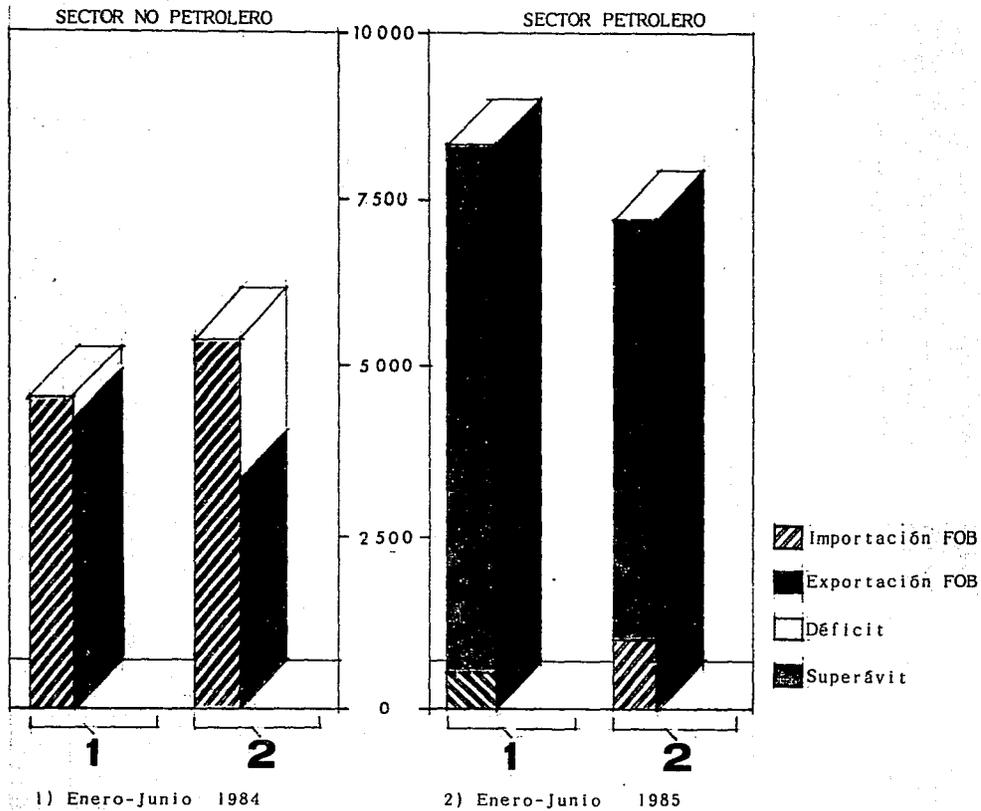
ENERO - JUNIO 1985



1. AGRICULTURA Y SILVICULTURA
2. GANADERIA, APICULTURA, CAZA, PESCA
3. INDUSTRIA EXTRACTIVA
4. INDUSTRIA MANUFACTURERA

BALANZA COMERCIAL

(millones de dólares)



ANALISIS DE LA UBICACION PROPUESTA

C E C O P E X

9

9. ANALISIS DE LA UBICACION PROPUESTA

9.1. Condiciones Generales

9.1.1. La implementación del programa que satisfaga e integre -- todos los elementos para el "Centro de Exhibición de las Exportaciones" es amplio y ambicioso, por lo que exige y demanda una superficie de terreno importante por el desarrollo del conjunto.

9.1.2. La condición anterior es difícil o casi imposible lograr la aún en las periferias urbanas de nuestra área de estudio, -- sobre todo por la imposible conjunción de los aspectos: infraestructura, vialidad, comunicaciones y costo de la tierra.

9.1.3. La ubicación deberá de ser elegida en función de impulsar una desconcentración de servicios públicos para el área metropolitana; al mismo tiempo buscar no impactar directamente -- algún centro urbano existente, pudiendo utilizar o depender del equipamiento urbano establecido en dichas áreas.

9.1.4. Optimización de servicios y comunicaciones tanto a nivel nacional como internacional y bajo costo de la tierra.

9.2. SELECCION DE LA REGION CON RESPECTO A LA REPUBLICA MEXICANA

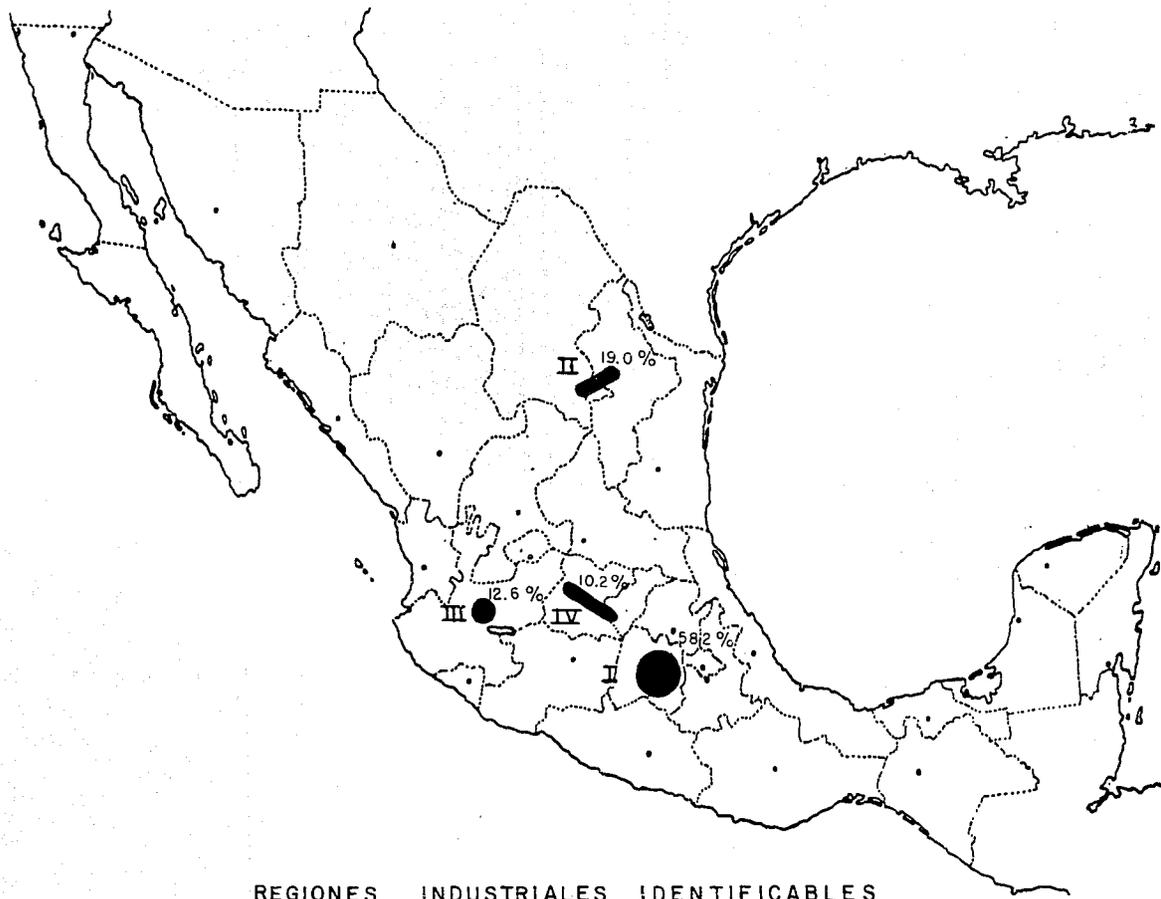
Por la investigación practicada en "CANACINTRA" sobre la -- ubicación espacial de la capacidad instalada de la industria --

maquiladora en el país, dio como resultante por regiones identificables los valores porcentuales siguientes:

I) Zona conurbada del D.F. con el Edo. de México y Valle de Toluca	58.2%
II) Región Industrial Monterrey N.L. - Saltillo, Coah.	19.0%
III) Región Industrial Guadalajara, Jalisco	12.6%
IV) Región Industrial Bajío, Gto., y Queretaro - San Juan Qro.	10.2%

Ahora bien; el plan nacional de desarrollo urbano contempla la descentralización industrial de la región I) fundamentalmente, alentando las zonas industriales de baja densidad. Esta política es sana pero la realización es viable a largo plazo y su desarrollo de operación será sensible a 20 años adelante -- según lo consigna dicho plan. Esta acción desintegrará al "Continente Industrial Instalado" solo parcialmente, afectando fundamentalmente al inscrito en el Distrito Federal, las zonas radiales de esta región industrial se verán poco afectadas a corto, mediano y largo plazo, prevaleciendo su ubicación espacial.

Es por lo tanto que el proyecto que me ocupa siendo un --
tema de actualidad que sigue y apoya la política de promoción -
al Comercio Exterior, en mi propuesta se contempla que la vida
útil de "CECOPEX" sea mayor de 20 años, asumiendo que en el --
futuro cada región industrial tenga su propio Centro de Exhibi-
ción para la Exportación.



REGIONES INDUSTRIALES IDENTIFICABLES

9.2.1. El continente industrial elegido

Al evaluar las regiones industriales de mayor concentración en el país, la que destaca como el complejo industrial de mayor densidad, es la que se encuentra en la zona conurbada del estado de México con el D.F., integrado por los municipios de Tepoztlán, Cuatitlán, Tlalnepantla, Naucalpan, Ecatepec, el propio Distrito Federal, así como el valle de Toluca. Esta región industrial se interconecta fácilmente hacia Toluca, capital del Estado de México, por medio de la vía urbana periférica del D.F., que corriendo de norte a sur es intersectada por las diferentes carreteras que van a Toluca (Naucalpan, Reforma y Ajusco), en donde se ha consolidado otra gran zona industrial que se desarrolla desde Lerma hasta la ciudad de Toluca como corredor -- industrial.

Es importante destacar que este "Continente Industrial Instalado" es un factor determinante para que el "Centro de Exhibición para las Exportaciones" gravite a su alrededor ya que es íntima la relación que estos guardarán a nivel industrial, empresarial y operativo.

9.3. Las Comunicaciones a nivel Internacional y Nacional en la Región propuesta.

Cabe señalar que un "Centro" de esta naturaleza exige una ágil y eficiente comunicación así con el extranjero como a nivel

nacional, puesto que tanto compradores como participantes deben contar con buenos aeropuertos; de esta manera, se hace posible recibir a todos los compradores extranjeros en el Aeropuerto - Internacional de la Ciudad de México y la Ciudad de Toluca cuenta con su Aeropuerto Internacional para recibir el tránsito -- aereo civil a todos los niveles, ya que la aviación es el medio más común de transporte para los industriales y empresarios de toda la República.

En conclusión, respecto a comunicaciones la región propuesta cuenta con puertos aereos de alta eficiencia, así como con - la vía terrestre cuyas especificaciones son del más alto nivel en el país, uniendo al área metropolitana del D.F. con la -- Ciudad de Toluca, con una distancia de 65 Kms.

9.4. La elección del sitio.

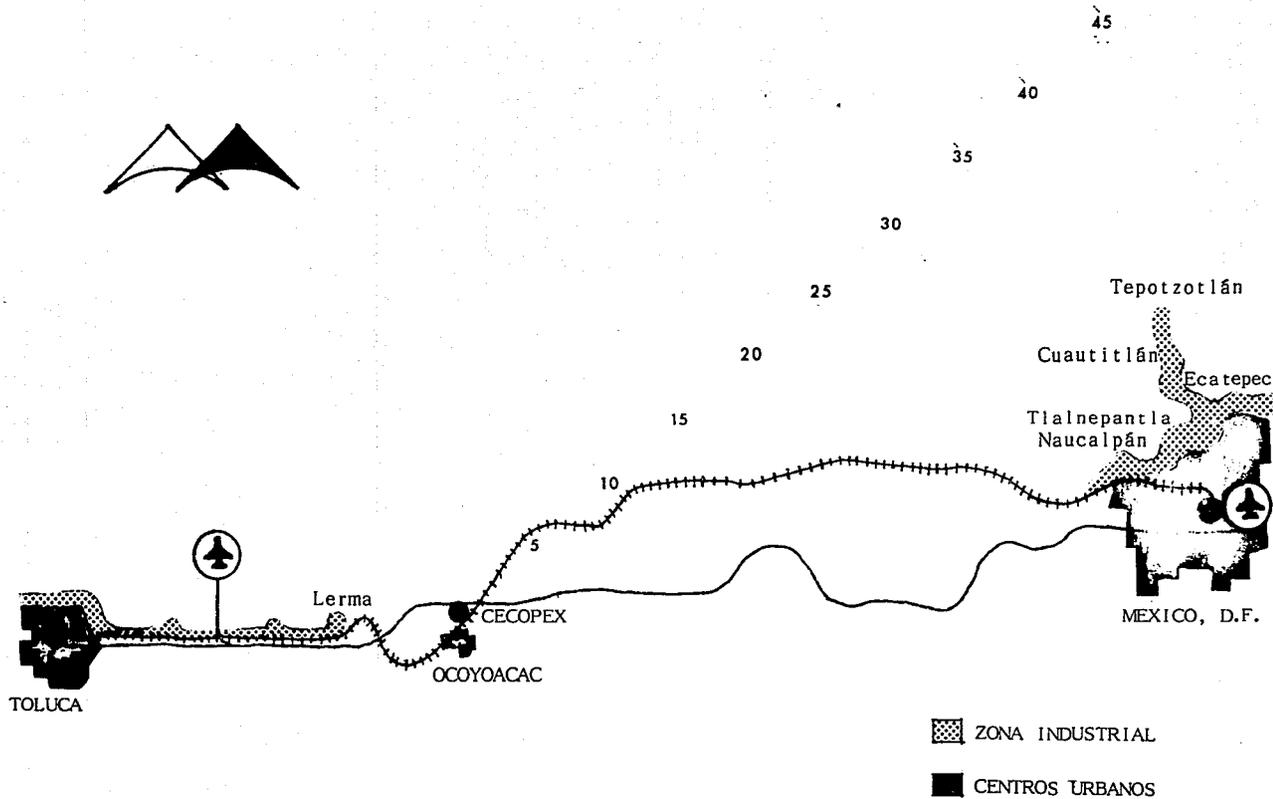
De acuerdo con las condicionantes señaladas; el área de influencia del Continente Industrial, la eficiencia de las comunicaciones y la estrecha relación que deberá de existir entre el "Centro" y su órgano rector que será el BANCOMEXT, se hizo necesario seleccionar preliminarmente un sector de la vía México-Toluca comprendido entre Salazar y Lerma, con el objeto de determinar el "Sitio" óptimo para el objetivo pretendido.

MEXICO



EN LA REPUBLICA MEXICANA

EN EL ESTADO DE MEXICO



RELACION CECOPEX - CENTROS URBANOS

Se realizó un análisis cuidadoso siguiendo la secuela ---
siguiente:

- A. Relación de distancia a los polos urbanos extremos.
- B. Equidistancia a los puertos aéreos:
Aeropuerto D.F. - "CECOPEX" = 45 Kms.
Aeropuerto Toluca - "CECOPEX" = 20 Kms.
- C. Proximidad a algún asentamiento o población existente de importancia media, con el objeto de asegurar la habitación, servicios y comida para la población trabajadora primaria que ocupará el "Centro".
- D. El contacto físico y visual de la supercarretera México, D.F.-Toluca como vía principal de acceso, analizando la posición de retornos existentes para no crear -- conflictos en el flujo carretero y obtener los movimientos en todos los sentidos viales, sin necesidad de -- crearlos.
- E. Infraestructura y servicios en el sitio elegido como: acceso, agua potable, energía eléctrica, teléfono, telégrafo y ferrocarril.
- F. Superficie, topografía, calidad del suelo y costo de la tierra.

La detección de una superficie que permita el desarrollo consignado en el programa, contando con una área de reserva territorial futura, con una topografía de -

leve pendiente para facilitar drenes naturales y vialidades, una calidad de suelo tal, que ofrezca seguridad y economía al proyecto propuesto, así como una calidad de tierra que tanto por su productividad actual, como su uso potencial del suelo, su valor sea razonable.

9.5. "El Sitio" fué localizado en contacto con la vía México - Toluca en su lado sur y en el Km 45 señalado desde el centro -- del D.F. a 32 Kms del lugar identificado como Km 13 (caseta de policia de Paseo de la Reforma) y a 20 Kms de la ciudad de Toluca. Cumple con todos los requisitos planteados en los puntos anteriores ubicándose al norte de la población de "Ocoyoacac" - solamente separado por una elevación topográfica dándole al predio independencia por diferencia de nivel (60 mts.) y esta bordeado al norte por la vía México, D.F.-Toluca y al oriente, sur y poniente por el ferrocarril México-Toluca.

9.6. Ocoyoacac en el Valle de Toluca

9.6.1. Localización General.

La población de Ocoyoacac, Estado de México se encuentra - situada a una latitud norte de $19^{\circ} 18'$, y una longitud oeste de $99^{\circ} 30'$, dentro del Valle del Alto Lerma o Valle de Toluca, en la parte central de la República Mexicana.

9.6.2. Delimitación Geográfica

El Valle del Alto Lerma tiene una longitud mayor de 119 Kms, y una superficie de 4,500 Km², quedando limitado hacia el norte por la sierra de San Andrés, al sur por el macizo montañoso formado por el Xinántecatl o Nevado de Toluca, al oeste por los montes de Gavia y al este por la sierra de las Cruces y las sierras de Monte Alto y Bajo.

9.6.3. Delimitación Política

El estado de México está limitado políticamente por los estados de Hidalgo y Querétaro al norte, por los estados de Guerrero y Morelos al Sur, al oeste por Michoacan y al este abraza por una parte al Distrito Federal y colinda con Puebla.

La capital de Toluca, Ocoyoacac, junto con otros 31 municipios comparte los 4,500 Km² del Valle del Alto Lerma.

9.6.4. Altitud

El Valle de Toluca es la planicie con mayor altitud del país, pues tiene un promedio de 2,700 M. sobre el nivel del mar. Teniendo un promedio de 2,600 M. en el poblado de Ocoyoacac.

9.6.5. Hidrografía

Al Valle de Toluca lo atraviesa el Río Lerma, que nace a 45 Kms., al suroeste de Ocoyoacac en el municipio Almoloya del Río (nombre que se origina del Nahuatl y que significa " Lugar donde brota el Agua "), de un grupo de 9 manantiales, entre los que destacan los de Texa, Coapan y Tecalco, y aunque muy disminuído en sus ciénegas y lagunas por surtir con sus aguas a parte de la Ciudad de México, en el Río Lerma aún ahora, los pobladores rebereños obtienen productos y materias primas básicos para producir objetos artesanales.

9.6.7. Geología

En el suelo del Valle de Toluca podemos encontrar rocas sedimentarias de la era secundaria y terciaria y se caracteriza por una acidez que oscila en su PH de 5.3 hasta 9.6 en lo particular el suelo de Ocoyoacac está constituido por rocas Igneas, en especial la Toba.

El área de estudio no presenta ningún tipo de fallas ni -- fracturas.

9.6.8. Temperatura

La temperatura promedio anual del Valle es de 11°C, siendo el promedio máximo de 24°C, y el mínimo de 3°C.

9.6.9. Precipitación Pluvial

La precipitación anual en el municipio de Ocoyoacac es de 1,000 MM., ocurriendo la mayor cantidad en el mes de julio con 210 MM.

9.6.10. Vientos Dominantes

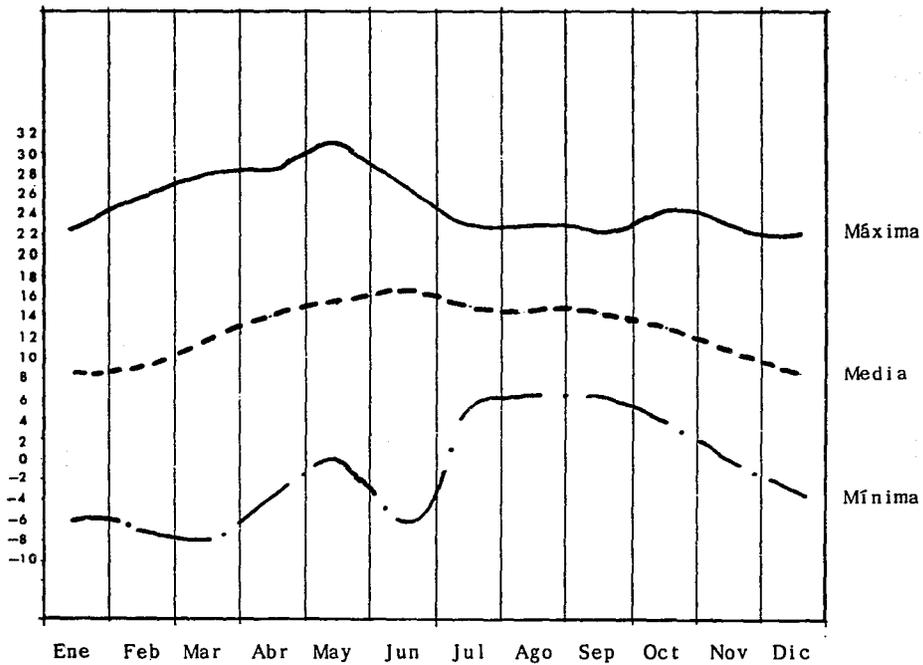
Debido a la constitución orográfica del Valle los vientos dominantes vienen del sureste.

9.6.11. Asoleamiento

Dada su situación Geográfica el asoleamiento es muy semejante a la Ciudad de México, siendo el grado de inclinación del sol hacia el sur, máximo en invierno, permaneciendo inclinado hacia ese punto cardinal casi todo el año con excepción del verano.

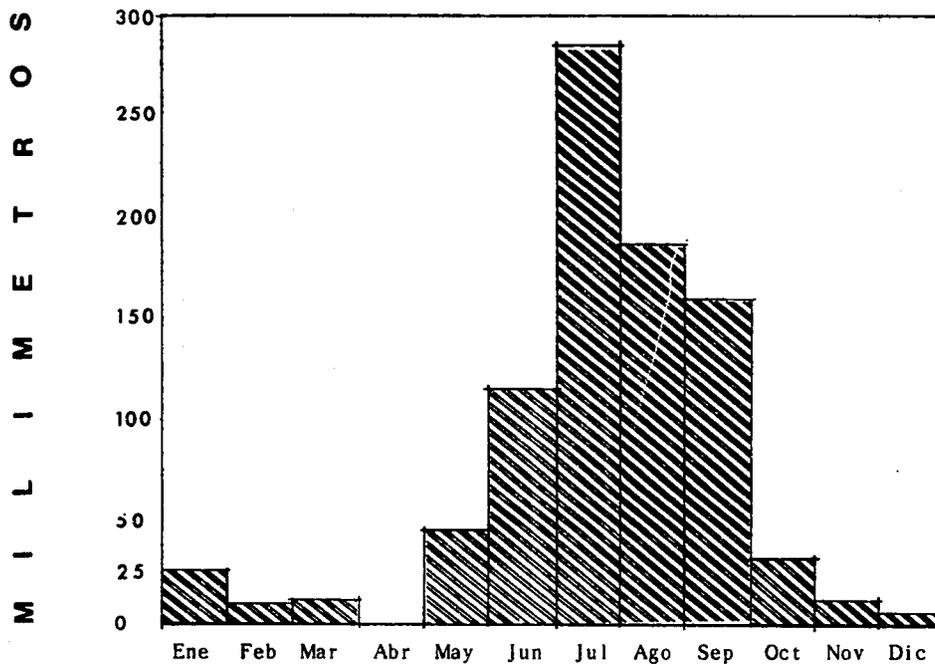
Por otra parte la nubosidad en el Valle es relativamente escasa, permaneciendo poco nublada la mayor parte del tiempo, siendo el mes de marzo el que mayor número de días despejados presenta con 26 y el de julio el más nublado con 10 días despejados únicamente.

T E M P E R A T U R A

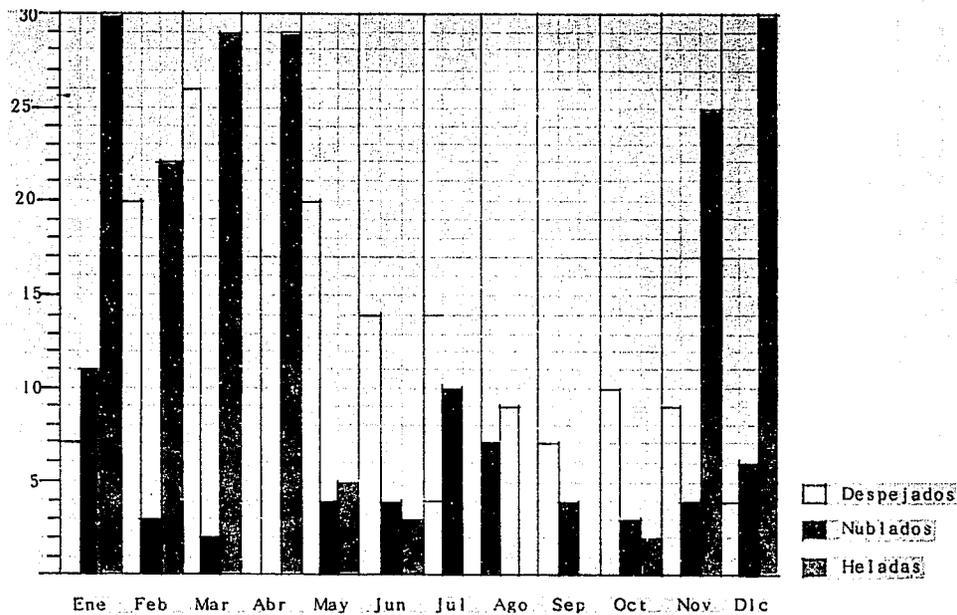


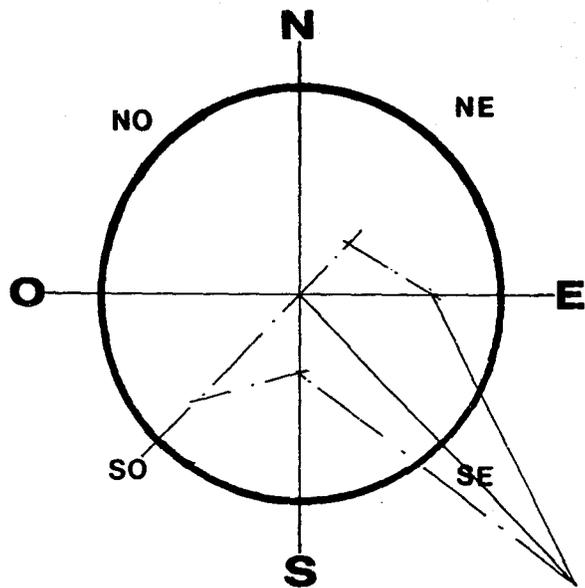
PRECIPITACION

PLUVIAL



S
A
I
D





VIENTOS DOMINANTES

9.6.12. Humedad Relativa

La marca promedio anual se encuentra registrada en la estación del observatorio de Toluca y esta es válida a 50 Kms. a la redonda. La humedad relativa es de 79.

9.6.13. Presión media del aire

Sucede lo mismo que con el punto anterior y la marca es de un promedio anual de 34.70 M.B.

9.7. Estadísticas de Población

9.7.1. Distribución de la población en el Edo. de México

A.M. Ciudad de México	69.6%
A.M. Ciudad de Toluca	10.4%
Resto del Estado	20%

9.7.2. Población de Toluca

Nº de habitantes	769,667
Nº de Viviendas	120,448
Densidad por Viviendas	6.39
Población Económicamente Activa	188,799
Porcentaje de la P.E.A.	24.5%

9.7.3. Población Urbana y Rural en el A.M. Toluca

Urbana	51 %
Rural	49 %

9.7.4. Población Económica Activa

Agropecuaria	22 %
Industria	35 %
Comercio	14 %
Servicios	29 %

9.7.5. Ingresos de la población Económica Activa

0.00 a 0.50	SALARIO MINIMO	39 %
0.51 a 1.00		21 %
1.01 a 1.25		6 %
1.26 a 2.00		11 %
2.01 a 3.00		9 %
3.01 o más		14 %

FUENTE: Programa estatal de Vivienda (1982)

9.8. Terreno Propuesto

9.8.1. Ubicación

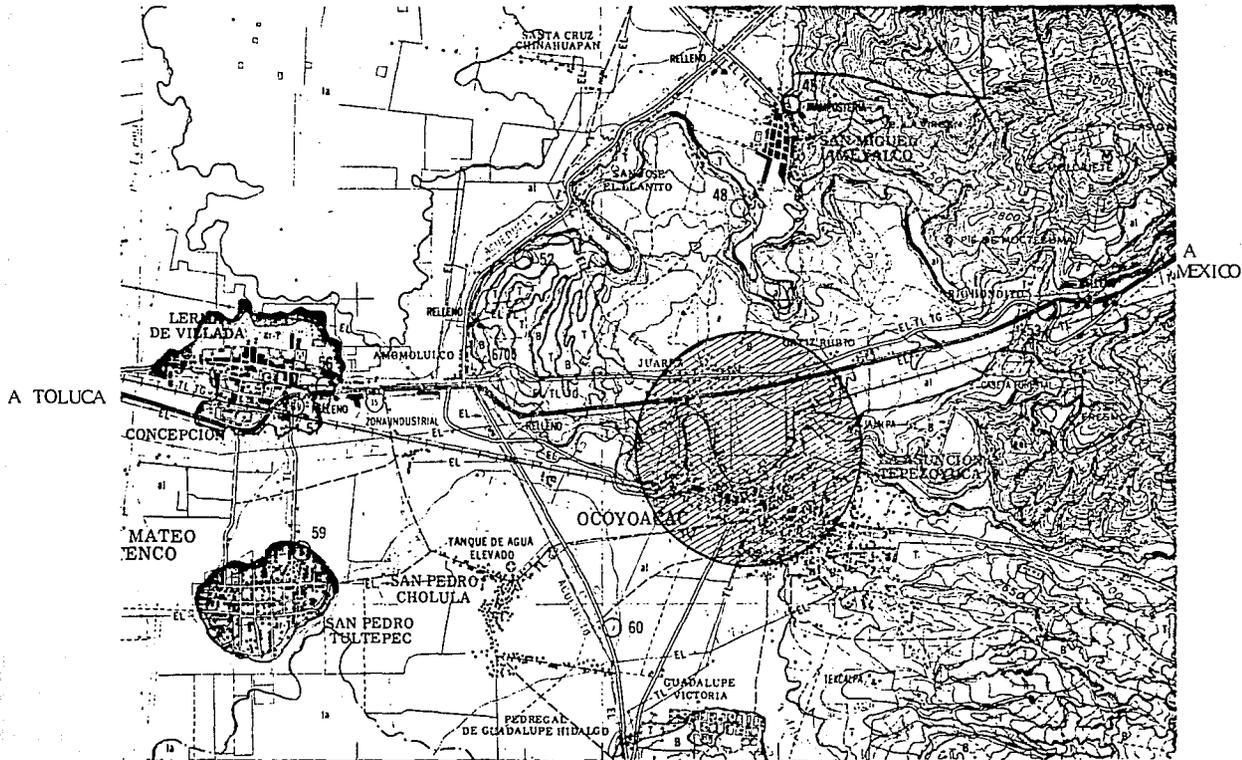
El terreno se encuentra ubicado sobre el lado sur de el km 45 de la carretera México-Toluca, estando delimitado al norte -- por la carretera México-Toluca, al sur por el poblado de Ocoyoacac, al este por la ex hacienda de Jajalpa y al oeste con el -- Valle de Toluca.

9.8.2. Area

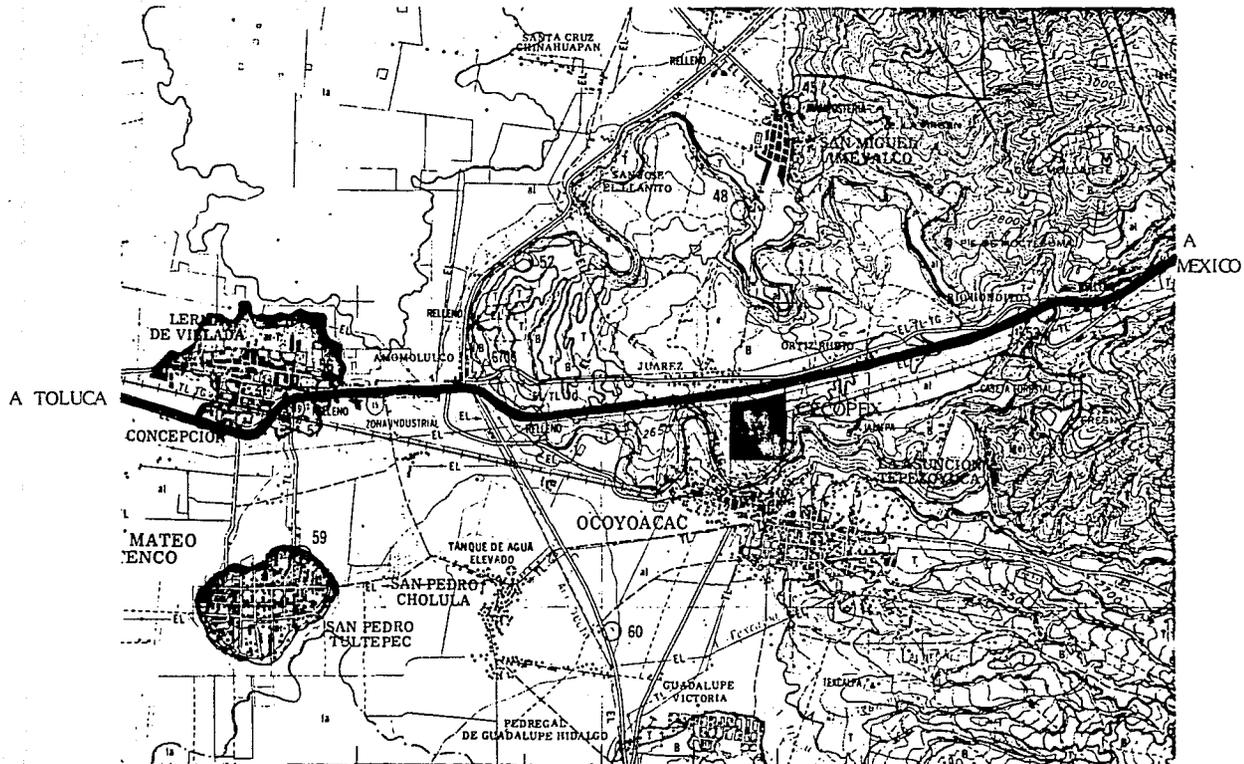
Tomando en cuenta todo lo dicho anteriormente de el proyecto, el área debe de ser bastante generosa, habiéndose encontrado un terreno de 25 hectareas aproximadamente.

9.8.3. Contexto

Actualmente el terreno se encuentra dedicado a la agricultura de temporal permanente (maíz) combinado en sus alrededores con zonas de bosque de coníferas. Encontrándose a una elevación de 60 mts. sobre el asentamiento de Ocoyoacac. Esta sobreelevaçión le ofrece al terreno una vista dominante del Valle de Toluca.



AREA DE ESTUDIO



EL TERRENO

9.8.4. Topografía y calidad del suelo

La topografía del terreno es senciblemente plana teniéndose una pendiente de el 2% aproximadamente. El subsuelo está constituido por el grupo de las rocas igneas, en especial el basalto, encontrándose la capa resistente a 82 cm. aproximadamente. No se observa erosión y el terreno presenta una muy buena capacidad de absorción de agua.

9.8.5. Servicios

1. Abastecimiento de agua

- a) manantial
- b) pozo

2. Medio de almacenamiento

- a) caja de agua
- b) tanque elevado en proyecto

3. Forma de distribución

- a) tubería

4. Drenaje

- a) emisor

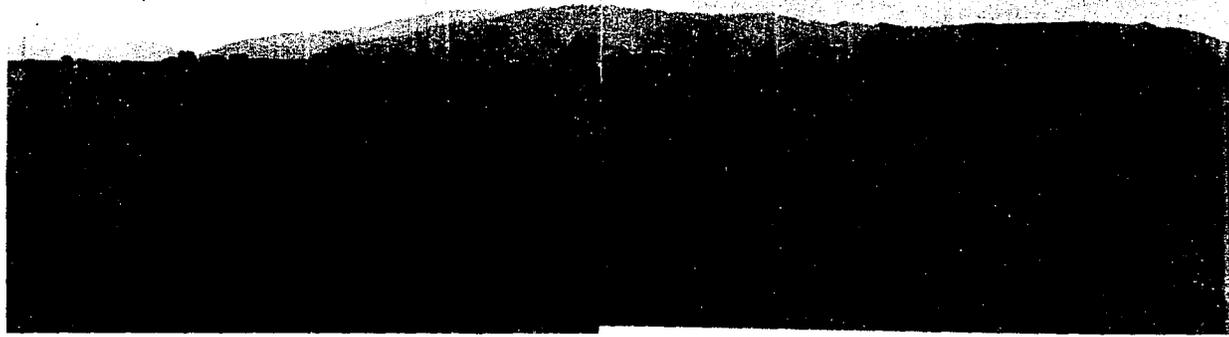
5. Corriente eléctrica

- a) por línea
- b) alumbrado público en la carretera

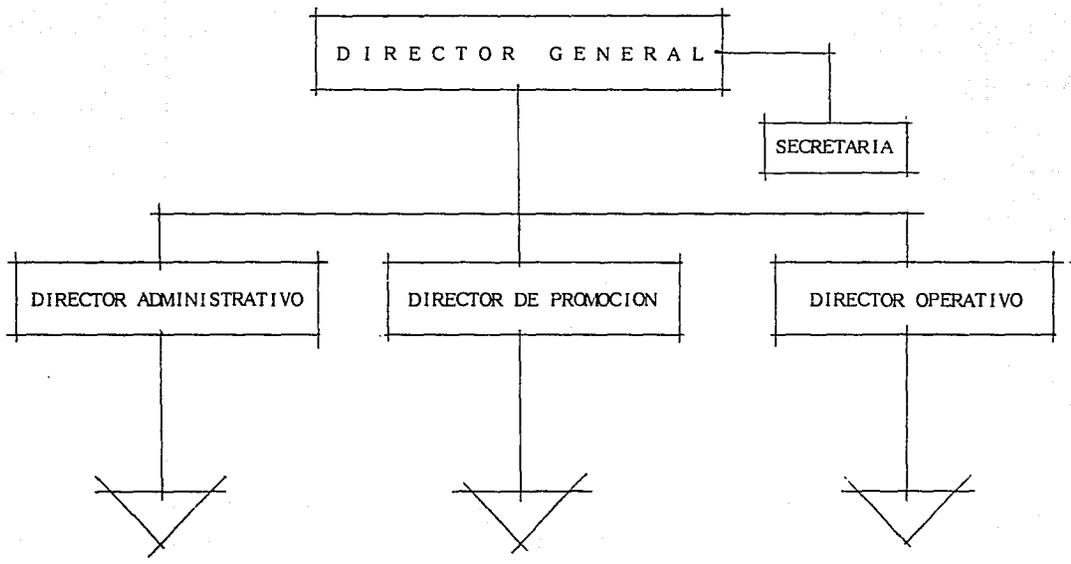
6. Comunicaciones

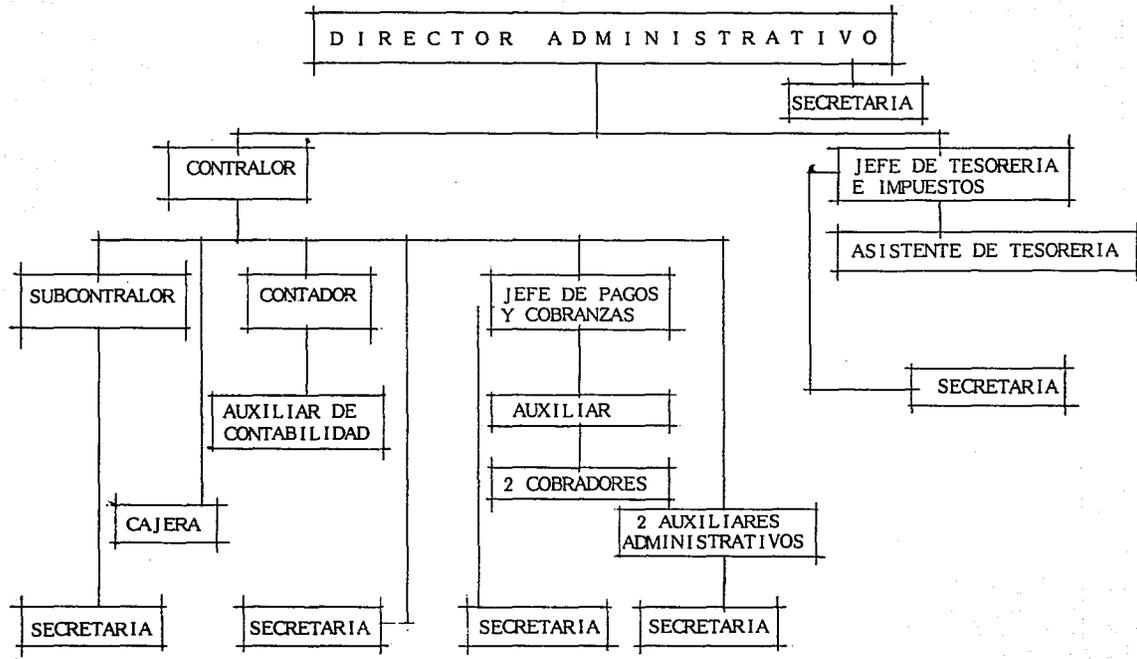
- a) correo
- b) telégrafo
- c) teléfono
- d) ferrocarril
- e) carretera de doble vía

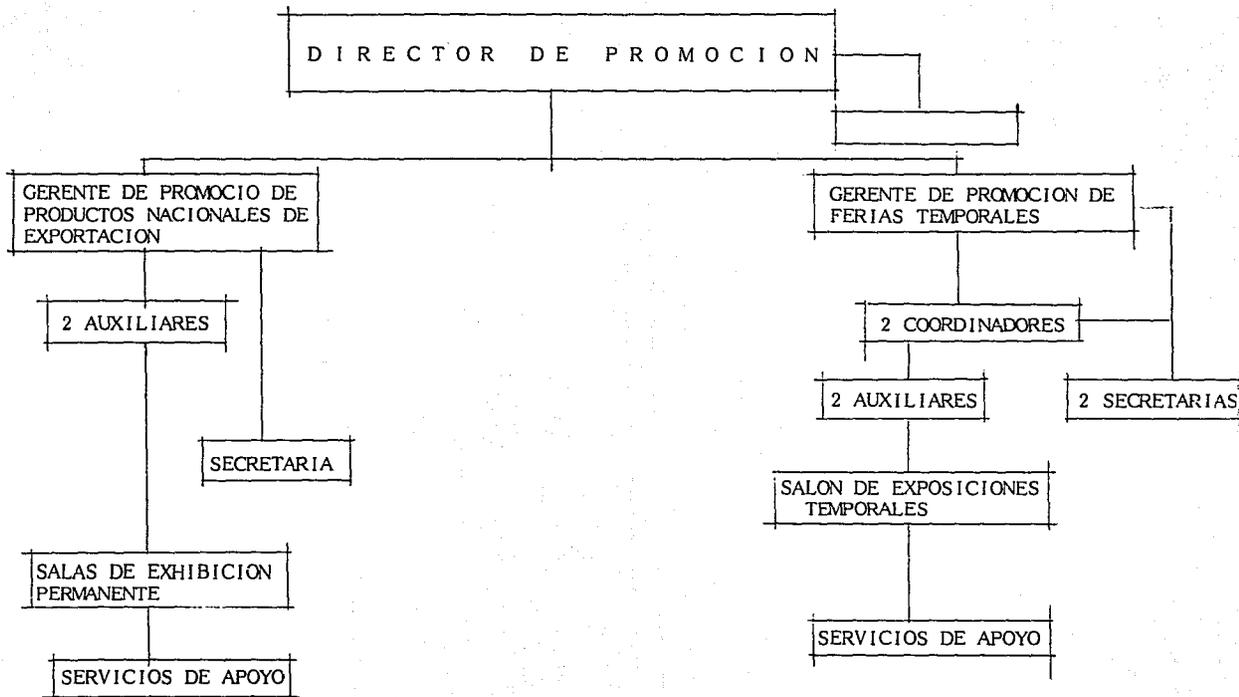


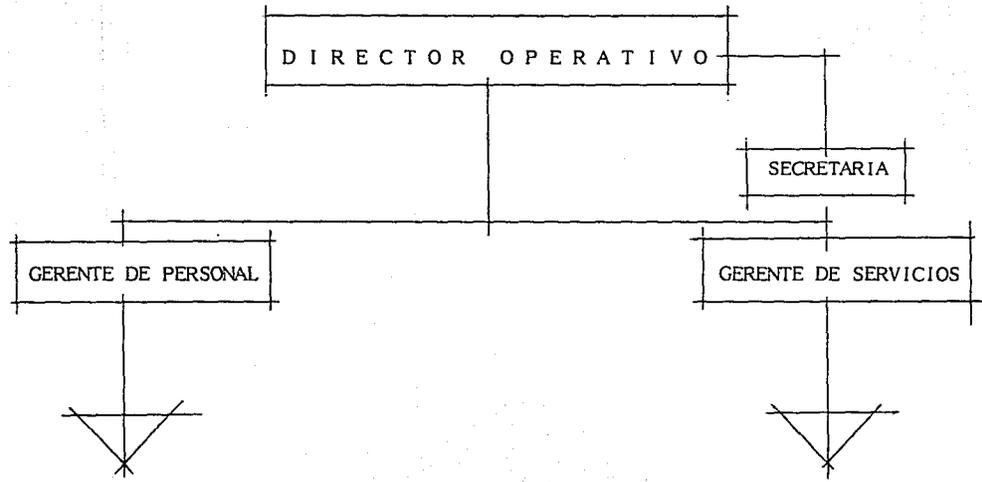


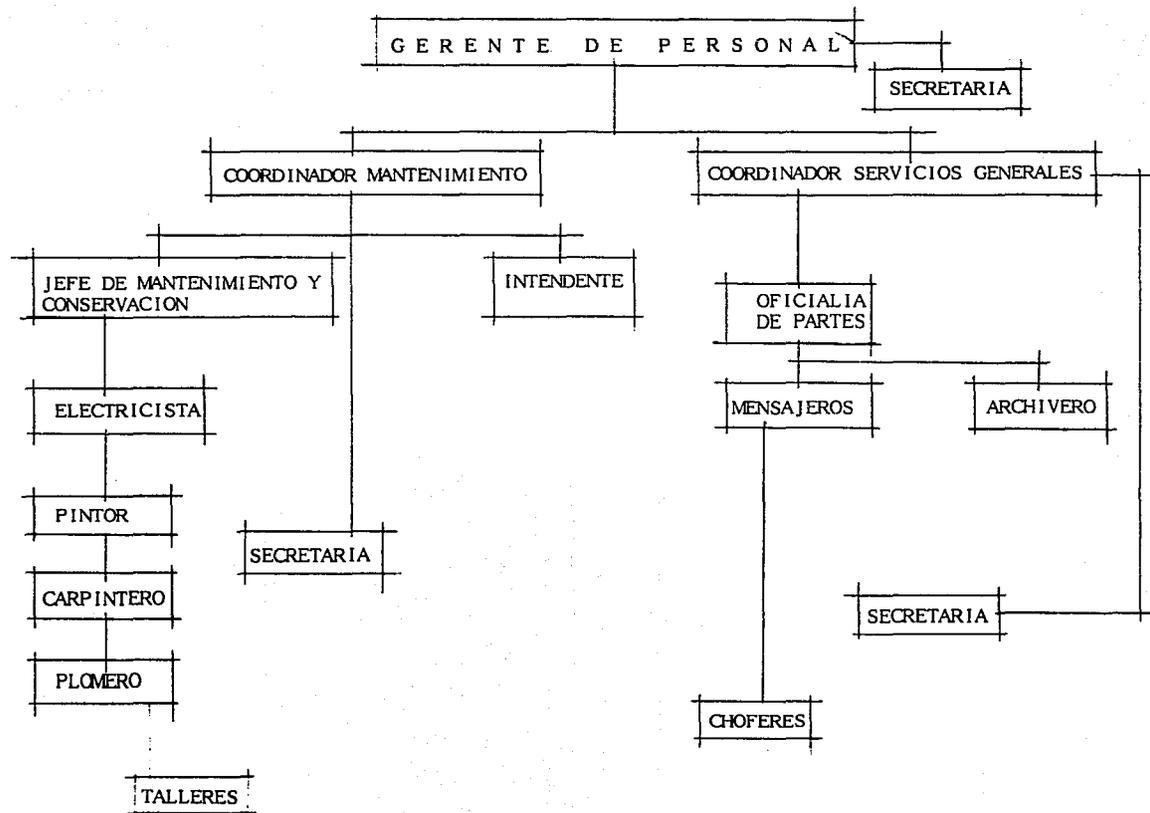
ORGANIGRAMA ADMINISTRATIVO DEL CENTRO

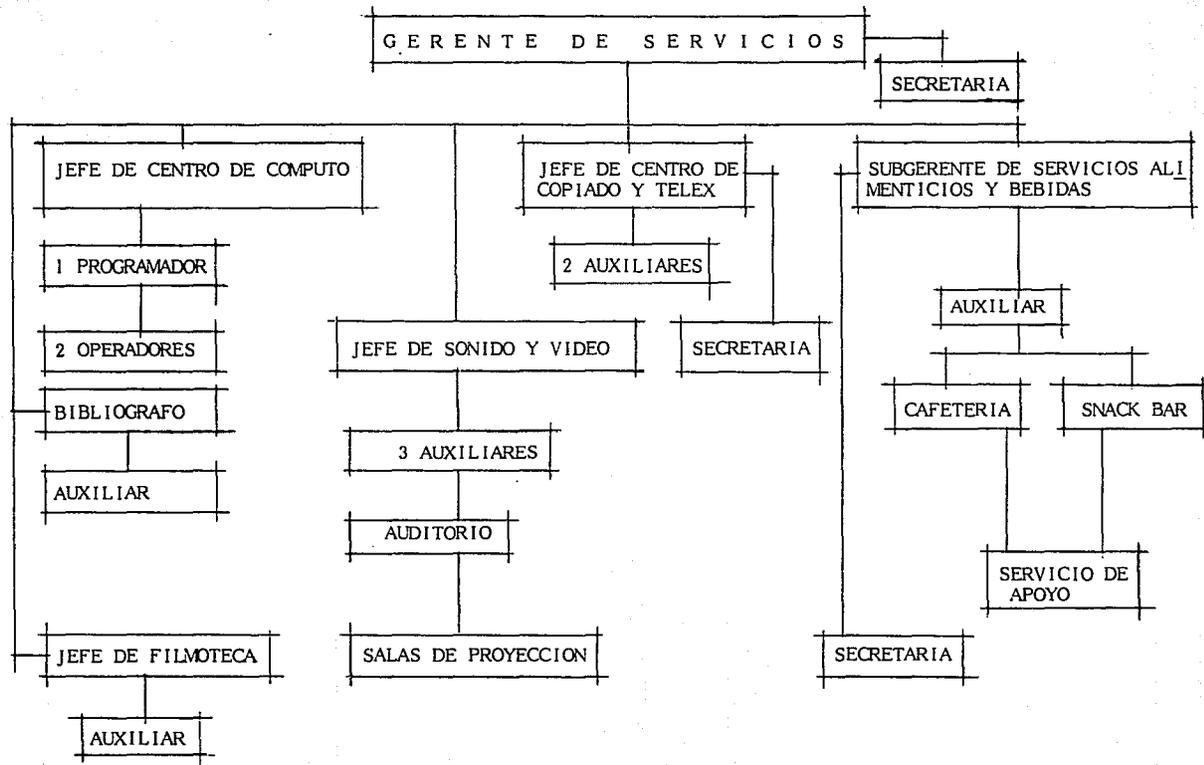










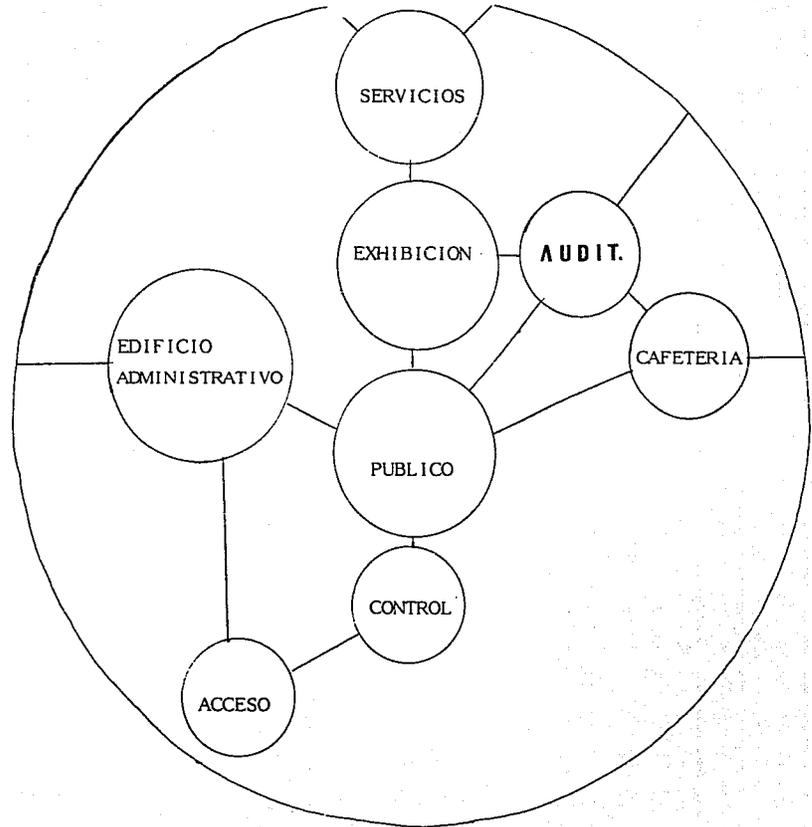


ESQUEMA DE FUNCIONAMIENTO

11

C E C O P E X

ESQUEMA DE FUNCIONAMIENTO



PROGRAMA DE NECESIDADES

1. AREAS EXTERIORES

- 1.1 Control de acceso a vehículos
- 1.2 Estacionamiento para 1,500 autos y 15 autobuses
- 1.3 Areas jardinadas
- 1.4 Plazas de acceso
- 1.5 Exposiciones de industria y maquinaria pesada
- 1.6 Planteamiento de zonificación del hotel
- 1.7 Espuela de ferrocarril

2. AREA DE PATIO DE MANIOBRAS Y ZONAS DE SERVICIO

- 2.1 Zona talleres y mantenimiento
- 2.2 Cuarto de máquinas

3. EDIFICIO DE OFICINAS ADMINISTRATIVAS

Este edificio estará destinado para alojar las oficinas - administrativas del centro, así como las oficinas representantes de la Infraestructura del comercio exterior de México.

- 3.1 Oficinas administrativas del centro

DIRECCION

- 3.1.1 Privado Director General con toilet
- 3.1.2 Privado Director Administrativo
- 3.1.3 Privado Director de Promoción
- 3.1.4 Privado Director Operativo
- 3.1.5 Sala de juntas para 12 personas
- 3.1.6 Recepción y área para 4 secretarias

AREA ADMINISTRATIVA

- 3.1.7 Cubículo para contralor
- 3.1.8 Subcontralor
- 3.1.9 Contador
- 3.1.10 Cubículo para jefe de pagos y cobranzas
- 3.1.11 2 cubículos para auxiliar administrativo
- 3.1.12 2 auxiliares
- 3.1.13 2 cobradores
- 3.1.14 Cubículo para jefe de tesorería
- 3.1.15 Asistente de tesorería
- 3.1.16 Area 5 secretarias
- 3.1.17 Caja

AREA DE PROMOCION

- 3.1.18 Cubículo para gerente de promoción
- 3.1.19 2 coordinadores

3.1.20 4 auxiliares

3.1.21 Area para tres secretarias

AREA OPERATIVA

3.1.22 Cubículo para gerente de personal

3.1.23 Cubículo coordinador de mantenimiento

3.1.24 Cubículo coordinador de servicios generales

3.1.25 Jefe de mantenimiento y conservación

3.1.26 Intendencia

3.1.27 Oficialía de partes

3.1.28 Archivo

3.1.29 Cubículo para gerente de servicios

3.1.30 Centro de cómputo

3.1.31 Centro de copiado y telex

3.1.32 Subgerencia de sonido y video

3.1.33 Subgerencia de servicios alimenticios y bebidas

3.1.34 Estación de servicio (limpieza, papelería y café)

RECEPCION GENERAL

3.1.35 Recepcionista

3.1.36 Area de espera

A continuación pondré como ejemplo un programa de necesidades de una de las oficinas de la infraestructura del comercio exterior.

3.2. Análisis espacial de una oficina típica de este giro, su contenido de programa será como sigue:

3.2.1 Privado director zona de archivo personal, toilet, área de trabajo y recepción secretarial

3.2.2 Privado Sub-Director zona de reunión, área de trabajo y secretaria

3.2.3 Sala de juntas para 12 personas con pequeño estrado para descanso

3.2.4 Estación de servicio papelería, archivo, café y limpieza

3.2.5 Oficina de auxiliares con secretarias

3.2.6 Privado de contabilidad archivo y caja

3.2.7 Oficina general de contabilidad y desarrollo, archivo y copiado

3.2.8 Atención y recepción de público

Tomando en cuenta el anterior análisis la superficie por módulo es de 200.00 M² y según la investigación el programa -- contempla la necesidad de 27 módulos para alojar a las oficinas siguientes:

- 3.3 Canacintra
- 3.4 Banco Nacional de Comercio Exterior
- 3.5 ANIERM
- 3.6 FEMAC
- 3.7 CONCAMIN
- 3.8 CONCANACO
- 3.9 AFEM
- 3.10 AFIMEXO
- 3.11 COPARMEX
- 3.12 CEMAI
- 3.13 ABM (Seguros)
- 3.14 AMIS (Seguros)
- 3.15 SECOFI
- 3.16 HACIENDA
- 3.17 ADUANAS
- 3.18 4 Compañías de exportación
- 3.19 2 Agencias aduanales
- 3.20 6 Consorcios

4. EDIFICIO DE SALAS DE EXHIBICION

En este edificio se alojarán las consejerías comerciales - con libre acceso al público y las salas de exhibición permanente, estarán tamizadas por un control de público exclusivo para compradores.

Las consejerías comerciales, como ya se explicó en la investigación sirven para dar a conocer en sus países de origen tanto la oferta como la demanda del país en el que se encuentra ubicada.

En la actualidad el intercambio más significativo que México realiza es esencialmente con 29 países y propongo 40 consejerías comerciales por si México en un futuro incrementa sus exportaciones con más países.

4.1 Consejerías comerciales

4.1.1 40 Locales

4.2 Gran Hall de distribución

4.3 Módulo de información al público

4.4 Teléfonos públicos

4.5 Salas de exhibición permanente

Se proponen 300 salas de exhibición, distribuidas según el porcentaje de exportación por actividad económica.

El módulo de cada sala tomando como unidad el .9105 cm. es de 20.031 x 10.01 = 200.51 Mts.

La sala se compondrá de 2 áreas, la de exhibición y bodega.

	UNIDAD/SALAS	PORCENTAJE
4.5.1 Alimentos y bebidas	27	9 %
4.5.2 Textiles, artículos de vestir e industria del cuero	15	5 %
4.5.3 Papel, imprenta e industria editorial	3	1 %
4.5.4 Petroquímica	9	3 %
4.5.5 Productos químicos y farmacéuticos	27	9 %
4.5.6 Productos Plásticos y de caucho	6	2 %
4.5.7 Productos minerales no metálicos (industria de la construcción)	21	7 %

	UNIDAD/SALAS	PORCENTAJE
4.5.8 Productos siderúrgicos	30	10 %
4.5.9 Productos minerometalúrgicos	12	4 %
4.5.10 Productos metálicos, maquinaria y equipo	81	27 %
4.5.11 Maquinaria y equipo especial para industrias diversas	12	4 %
4.5.12 Equipo profesional y científico	3	1 %
4.5.13 Aparatos eléctricos y electrónicos	12	4 %
4.5.14 Fotografía, cinematografía, óptica y relojería	3	1 %
4.5.15 Juguetes, juegos y artículos para deporte	3	1 %

	UNIDAD/SALAS	PORCENTAJE
4.5.16 Alhajas y obras de metal fino y fantasía, piedras preciosas o semipreciosas	6	2 %
4.5.17 Productos para decoración	9	3 %
4.5.18 Artesanías en general	12	4 %
4.5.19 Industria de la madera	9	3 %
T O T A L	300	100 %
4.5.20 Servicios sanitarios		
4.5.21 Núcleo de elevadores		
4.5.22 Montacargas		
4.5.23 Equipo y aire acondicionado		
4.5.24 Escaleras de servicio		

4.6 SALON DE EXPOSICIONES TEMPORALES

Este salón será sujeto a un cambio permanente de pabellones, dependiendo el tipo de feria que se esté exponiendo.

4.6.1 Area para contrataciones: telefónicas, eléctricas y de carpintería

4.6.2 Servicios sanitarios

4.7 Biblioteca

4.8 Fílmoteca

4.9 2 salas de proyecciones

4.10 CAFETERIA Y SNACK BAR

4.10.1 Cocina

4.10.2 Pantry

4.10.3 Area de mesas

4.10.4 Caja

4.10.5 Servicios Sanitarios

5. EDIFICIOS DEL AUDITORIO

5.1 Foyer

5.2 Asientos públicos

5.3 Foro

5.4 Cuarto de proyecciones

5.5 Servicios sanitarios

ANALISIS DE AREAS

13

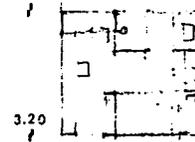
C E C O P E X

ANALISIS DE AREAS

I. AREAS EXTERIORES

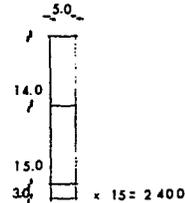
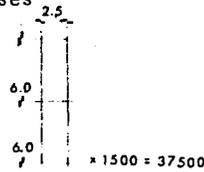
A R E A

1.1 Control de acceso a vehículos ~3.60



11.50

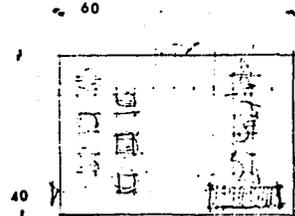
1.2 Estacionamiento para 1,500 autos y 15 autobuses



39 900

1.3 Areas jardinadas

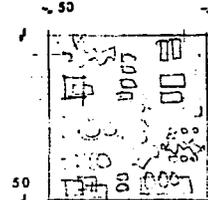
1.4 Plazas de acceso



AREA

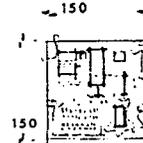
2 400

1.5 Exposiciones de insustria y maquinaria pesada



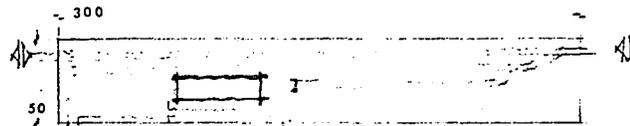
2 500

1.6 Planteamiento de zonificación del hotel



22 500

1.7 Espuela de ferrocarril



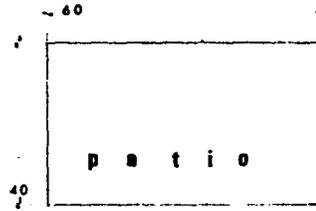
15 000

SUBTOTAL

2. AREA DE PATIO DE MANIOBRAS Y ZONAS DE SERVICIO

A R E A

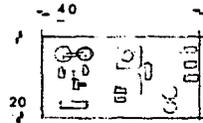
2.1 Zona de talleres y mantenimiento



2 400

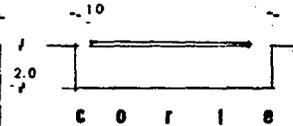
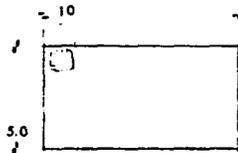
800

2.2 Cuarto de máquinas



800

2.3 Cisterna



50

100 000 LTS

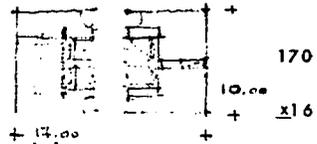
SUBTOTAL

4 050

3, EDIFICO DE OFICINAS ADMINISTRATIVAS

A R E A

Núcleo central de elevadores y servicios

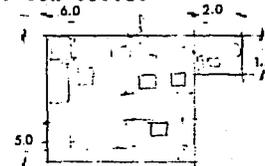


170 2 720

3.1 Oficinas administrativas del centro

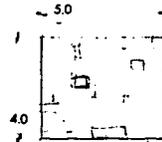
DIRECCION

3.1.1 Privado Director General con toilet



3 3

3.1.2 Privado Director Administrativo



2 0

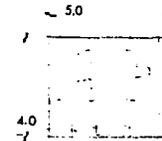
A R E A

3.1.3 Privado Director de Promoción



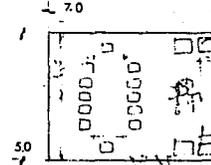
20

3.1.4 Privado Director Operativo



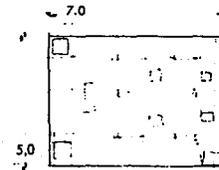
20

4.1.5 Sala de juntas para 12 personas



35

3.1.6 Recepción y área para 4 secretarias



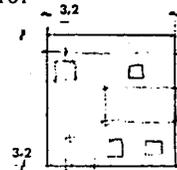
35

SUBTOTAL

AREA ADMINISTRATIVA

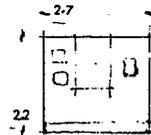
A R E A

3.1.7 Cúbiculo para contralor



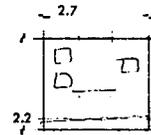
10

3.1.8 Subcontralor



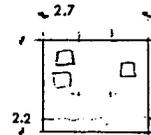
6

3.1.9 Contador



6

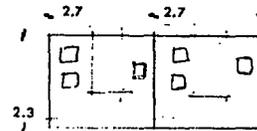
3.1.10 Cúbiculo para jefe de pagos y cobranzas



6

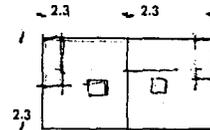
A R E A

3.1.11 2 cubículos para auxiliar administrativo



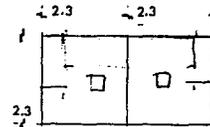
12

3.1.12 2 auxiliares



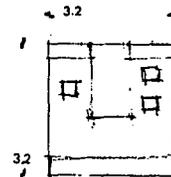
10

3.1.13 2 cobradores



10

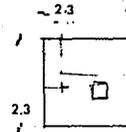
3.1.14 Cubículo para jefe de tesorería



10

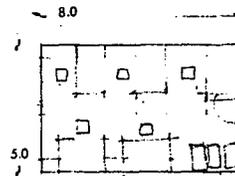
A R E A

3.1.15 Asistente de tesorería



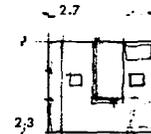
5

3.1.16 Area 5 secretarias



40

3.1.17 Caja



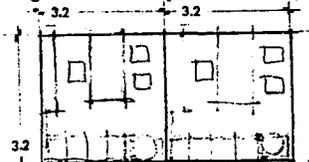
6

SUBTOTAL

AREA DE PROMOCION

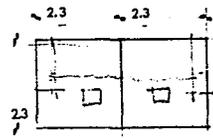
A R E A

3.1.18 Cubículos para gerente de promoción (2)



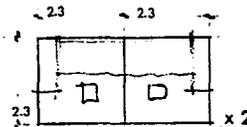
20

3.1.19 2 coordinadores



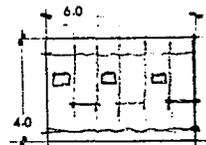
10

3.1.20 4 auxiliares



20

3.1.21 Area para tres secretarias



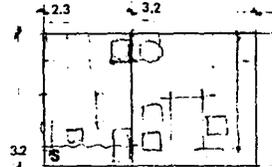
24

SUBTOTAL

AREA OPERATIVA

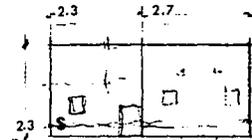
AREA

3.1.22 Cubículo para gerente de personal



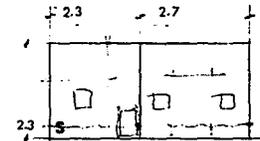
18

3.1.23 Cubículo coordinador de mantenimiento



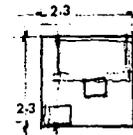
11

3.1.24 Cubículo coordinador de servicios generales



11

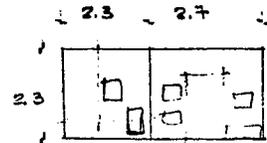
3.1.25 Jefe de mantenimiento y conservación



5

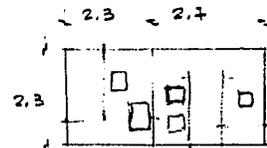
A R E A

3.1.26 Intendencia



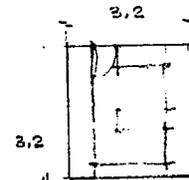
11

3.1.27 Oficialía de partes



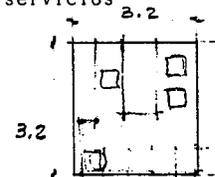
11

3.1.28 Archivo



10

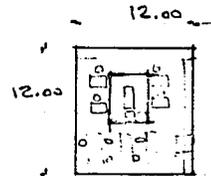
3.1.29 Cubículo para gerente de servicios



10

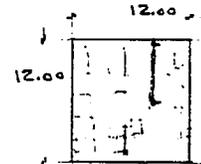
AREA

3.1.30 Centro de cómputo



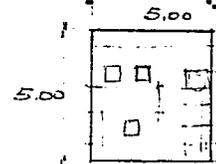
144

3.1.31 Centro de copiado y telex



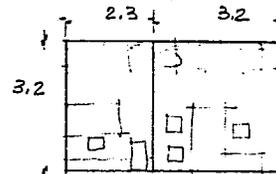
144

3.1.32 Subgerencia de sonido y video



25

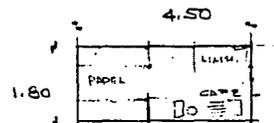
3.1.33 Subgerencia de servicios alimentación y bebidas



18

A R E A

3.1.34 Estación de servicio (limpieza, papelería
y café)



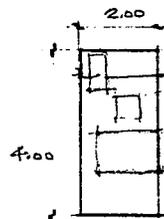
8

SUBTOTAL

RECEPCION GENERAL

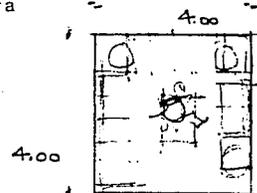
A R E A

3.1.35 Recepcionista



8

3.1.36 Area de espera



16

SUBTOTAL

808

c i r c u l a c i o n e s

+ 12%

97

905

OFICINA TIPO DE LA INFRAESTRUCTURA**A R E A**

3.2.1 Privado director zona de archivo personal, toilet, área de trabajo y recepción secretarial	40
3.2.2 Privado Sub-Director zona de reunión, área de trabajo y secretaira	30
3.2.3 Sala de jutna para 12 personas con pequeño estrado para descanso	30
3.2.4 Estación de servicio papeleria, archivo, café y limpieza	8
3.2.5 Oficina de auxiliares con secretarias	30
3.2.6 Privado de contabilidad archivo y caja	15
3.2.7 Oficina general de contabilidad y desarrollo, archivo y copiado	30
3.2.8 Atención y recepción de público	17
TOTAL	200

A R E A

3.3 CANACINTRA		200 Mts ²
3.4 Banco Nacional de Comercio Exterior		200 Mts ²
3.5 ANIERM		200 Mts ²
3.6 FEMAC		200 Mts ²
3.7 CONCAMIN		200 Mts ²
3.8 CONCANACO		200 Mts ²
3.9 AFEM		200 Mts ²
3.10 AFIMEXO		200 Mts ²
3.11 COPARMEX		200 Mts ²
3.12 CEMAI		200 Mts ²
3.13 ABM (seguros)		200 Mts ²
3.14 AMIS (seguros)		200 Mts ²
3.15 SECOFI		200 Mts ²
3.16 HACIENDA		200 Mts ²
3.17 ADUANAS		200 Mts ²
3.18 4 Compañías de exportación	x 200Mts ²	800 Mts ²
3.19 2 Agencias aduanales	x 200Mts ²	400 Mts ²
3.20 6 Consorcios	x 200Mts ²	1,200 Mts ²

TOTAL 5,400 Mts²

CIRC.. +12% 646

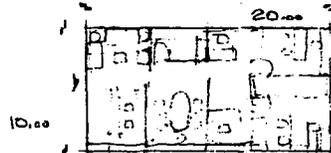
SUBTOTAL 6 046

TOTAL 9 671

4. EDIFICIO DE SALAS DE EXHIBICION

A R E A

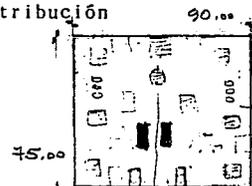
4.1 Consejerías comerciales x 40



200

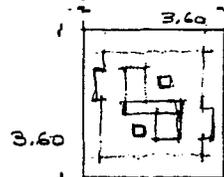
8 000

4.2 Gran hall de distribución



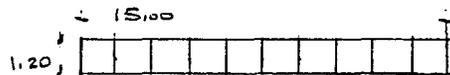
6 750

4.3 Módulo de información al público



13

4.4 Teléfonos públicos



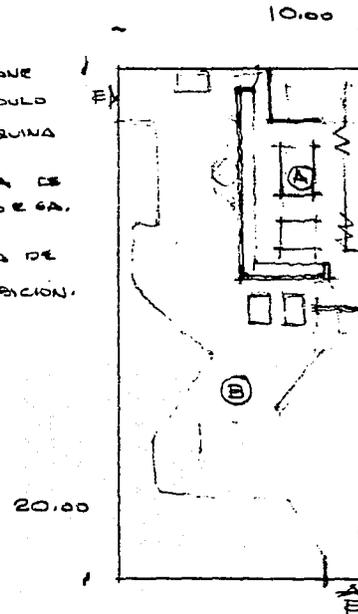
18

AREA

4.5 Salas de exhibición permanente

El módulo de cada sala tomando como unidad el .9105 cm. es de $20.031 \times 10.01 = 200.51\text{Mts}^2$

- SE SUPONE UN MÓDULO EN ESQUINA
- A- AREA DE BODEGA.
- B- AREA DE EXHIBICION.

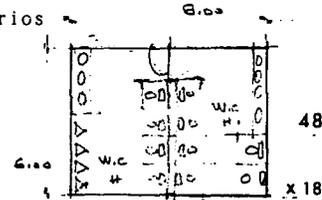


	UNIDAD/SALAS	AREA PARCIAL
4.5.1 Alimentos y bebidas	27	5,413 Mts ²
4.5.2 Textiles, artículos de vestir e industria del cuero	15	3,007
4.5.3 Papel, imprenta e industria editorial	3	601.5
4.5.4 Petroquímica	9	1,805
4.5.5 Productos químicos y farmacéuticos	27	5,413
4.5.6 Productos plásticos y de caucho	6	1,203
4.5.7 Productos minerales no metálicos (industria de la construcción)	21	4,210
4.5.8 Productos siderúrgicos	30	6,015
4.5.9 Productos minerometalúrgicos	12	2,406

	UNIDAD/SALAS	AREA PARCIAL
4.5.10 Productos metálicos, maquinaria y equipo	81	16,240 Mts ²
4.5.11 Maquinaria y equipo especial para industrias diversas	12	2,406
4.5.12 Equipo profesional y científico	3	601
4.5.13 Aparatos eléctricos y electrónicos	12	2,406
4.5.14 Fotografía, cinematografía, óptica y relojería	3	601
4.5.15 Juguetes, juegos y artículos para deporte	3	601
4.5.16 Alhajas y obras de metal fino y fantasía, piedras preciosas o semipreciosas	6	1,203
4.5.17 Productos para decoración	9	1,805

	UNIDAD/SALAS	AREA PARCIAL
4.5.18 Artesanias en general	12	2,406 Mts ²
4.5.19 Industria de la madera	9	1,805
TOTAL	300	60,150 Mts ²

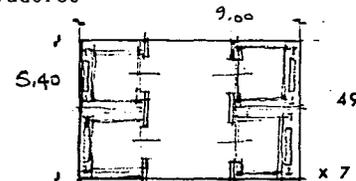
4.5.20 Servicios sanitarios



A R-E A

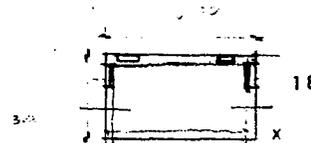
864

4.5.21 Núcleo de elevadores



343

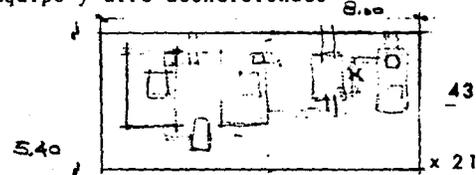
4.5.22 Montacargas



126

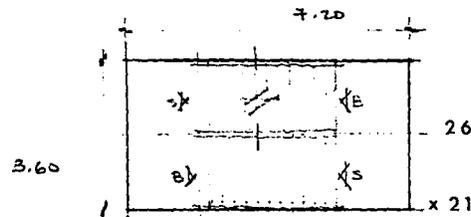
AREA

4.5.23 Equipo y aire acondicionado



903

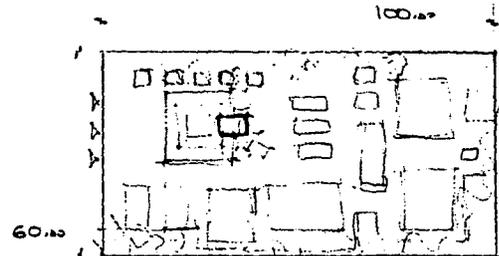
4.5.24 Escaleras de servicio



SUBTOTAL

546

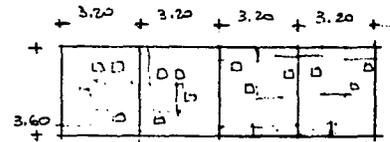
4.6 SALON DE EXPOSICIONES TEMPORALES



6 000

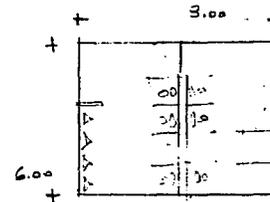
AREA

4.6.1 Area para contrataciones



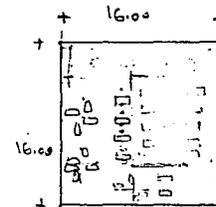
46

4.6.2 Servicios sanitarios



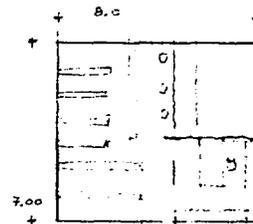
48

4.7 Biblioteca



256

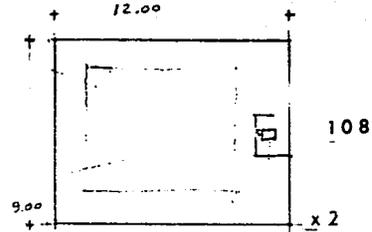
4.8 Filmoteca



56

AREA

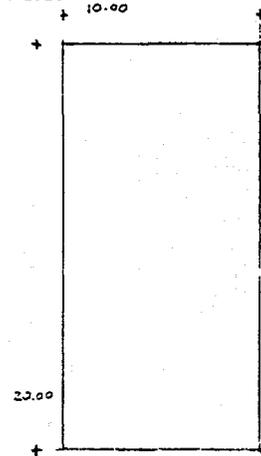
4.9 2 salas de proyecciones



216

4.10 CAFETERIA Y SNACK BAR

4.10.1 Cocina

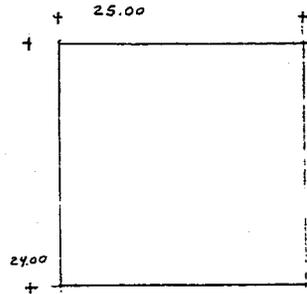


4.10.2 Pantry

200

A R E A

4.10.3 Area de mesas



4.10.4 Caja

600

4.10.5 Servicios sanitarios

48

CIRCULACIONES

SUBTOTAL	85 183
+12%	10 202
TOTAL	95 405

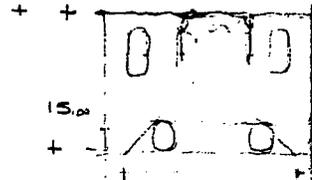
5. EDIFICIO DEL AUDITORIO

1.80 M² x ESPECTADORES.
(INCLuye SERVICIOS)

A R E A

5.1 Foyer

+ 10.00 +



5.2 Asientos públicos

600 ESPECTADORES.

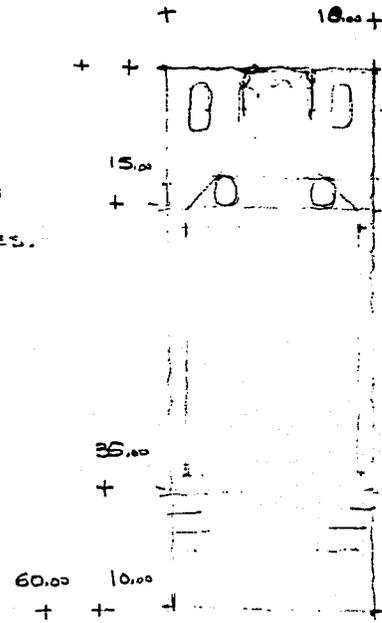
15.00

35.00

60.00

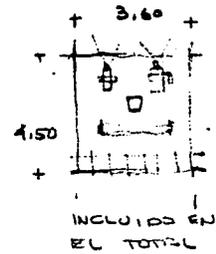
10.00

5.3 Foro

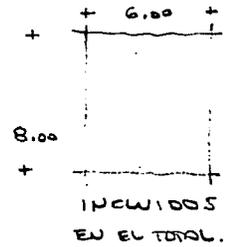


A R E A

5.4 Cuarto de proyecciones



5.5 Servicios sanitarios



SUBTOTAL 1080

TOTAL AREAS DEL CECOPEX

MEMORIA DESCRIPTIVA ESTRUCTURAL

Se trata de una estructura destinada a locales comerciales cuya superestructura en la zona de exhibición está formada por diez niveles de lozas macizas, que se apoyan en traveses de concreto - y éstas a su vez se apoyan en muros de concreto que a su vez se apoyan en una cimentación formada por zapatas corridas de concreto en las dos direcciones principales de la estructura.

Hay que indicar que los cuerpos de las consejerías comerciales y salas de exhibición se ligan entre ellos en cada nivel por -- puentes de concreto post-tensado apoyados sobre muros de concreto que a su vez se apoyan en zapatas aisladas.

El gran patio que se forma en el corazón del edificio será techado con traveses en forma de U de concreto post-tensado que a su vez éstas se apoyan en muros de concreto, los cuales estarán apoyados en zapatas de concreto.

La zona de el Gran Hall está techada por una estructura tridimensional cuya base son unos cartagones de concreto con zapatas corridas.

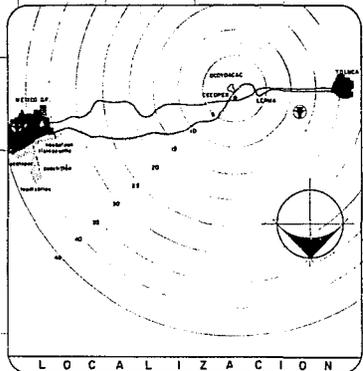
Cimentación: Debido a la magnitud de el proyecto, se tendría - que recurrir a un estudio de mecánica de suelos, pero dado que el terreno se encuentra en una zona que aparenta ser de baja -- compresibilidad y con una capacidad de carga de diseño no será menor de treinta toneladas por metro cuadrado.

CIMENTACION:

ACERO FLE = 4,200 KG./CM²
CONCRETO F'C = 250 KG./CM²

SUPERESTRUCTURA:

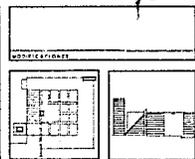
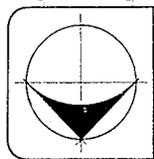
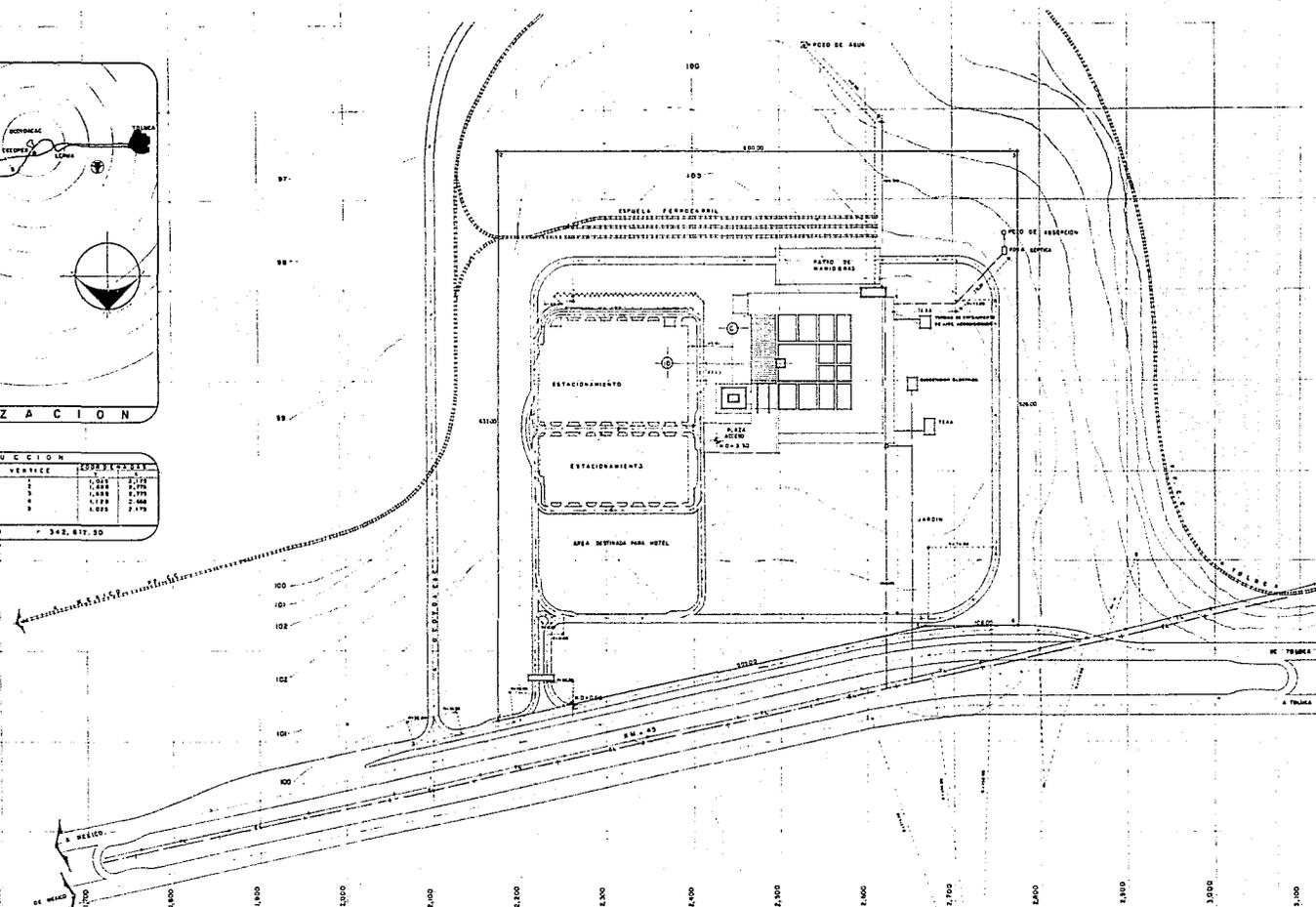
ACERO FLE = 4,200 KG./CM²
CONCRETO F'C = 250 KG./CM²



LOCALIZACIÓN

CUADRO DE CONSTRUCCION					
NO.	PL.	EXTENSION	VERTICE	ALTO	ANCHO
1	2	451.00	1	1.00	2.70
2	3	200.00	2	1.00	2.70
3	4	370.00	3	1.00	2.70
4	5	100.00	4	1.00	2.70
5	6	100.00	5	1.00	2.70
6	7	100.00	6	1.00	2.70

SUPERFICIE TOTAL DEL POLIGONO = 342, 617.20



LEYENDA

LINEA DE ELECTRICIDAD
 LINEA DE TELEFONIA
 LINEA DE AGUA POTABLE
 LINEA DE AGUA
 POZO DE AGUA
 POZO DE ASOCIACION

EL
 EF
 EA
 EA
 EA
 EA

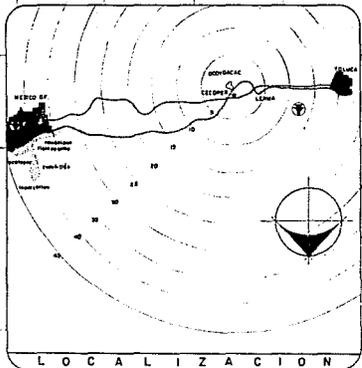
TRAZO
 INTERSECCION DE EJES
 COORDENADAS
 LEY 2,400

REFERENCIAS

CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM.45
MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD ANAHUAC
 ARQUITECTURA
 A. L. V. A. H. O.
 Y. E. S. T. I. A.
 E. S. C. A. N. D. O. N.

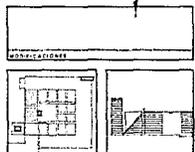
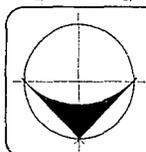
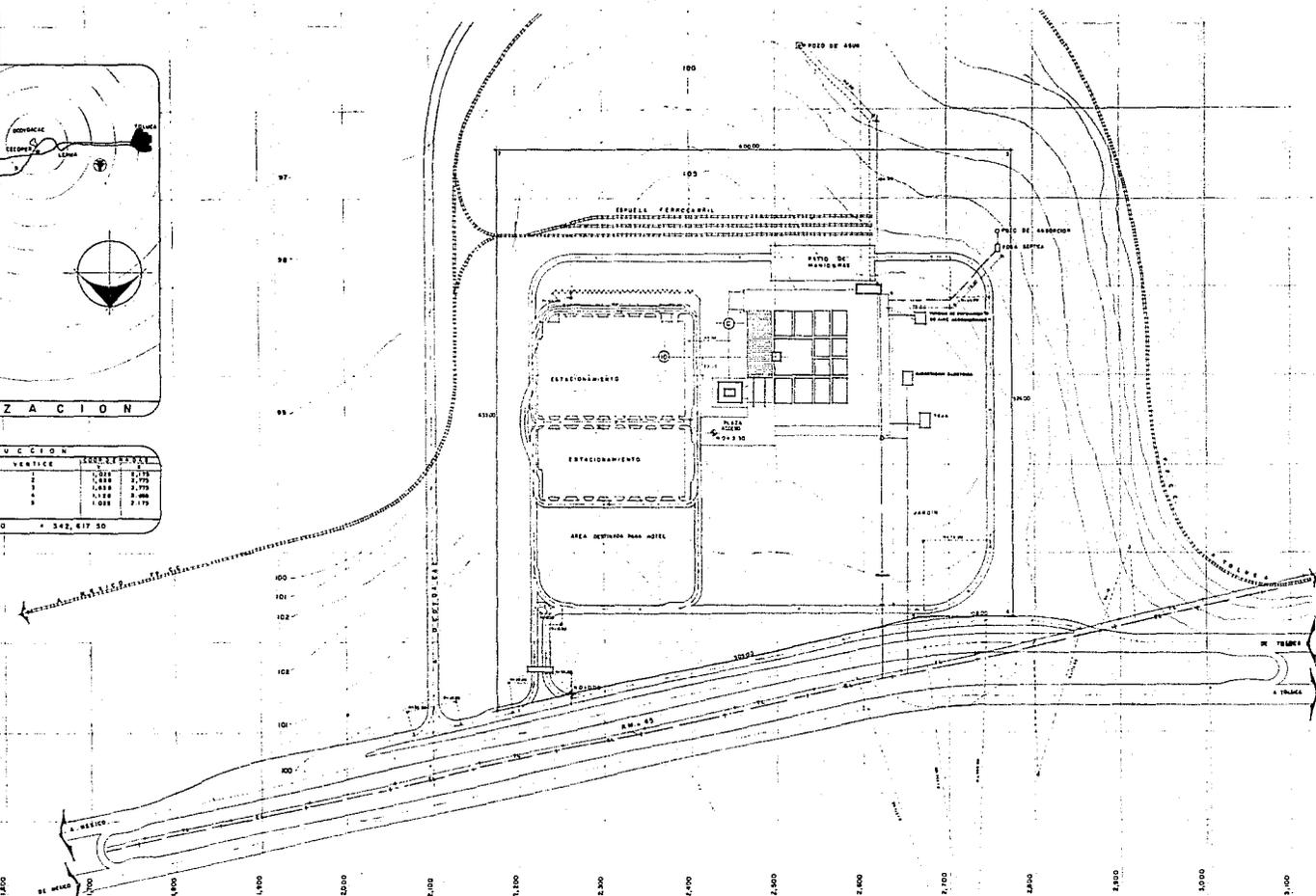
PLANTA DE CONJUNTO
 ESCALA: 1:2500
 FECHA: 1958



CUADRO DE CONSTRUCCION

ITEM	NO.	DESCRIPCION	VENTAJA	VALOR	VALOR TOTAL
1	1	10000	2	1,400	2,775
2	2	10000	3	1,400	2,775
3	3	10000	4	1,100	2,000
4	4	80000	5	1,000	2,175

SUPERFICIE TOTAL DEL POLIGONO = 342,617.50



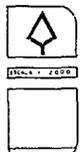
SIMBROLOGIA
 LINEA ELECTRICA A T
 LINEA TELEFONICA
 LINEA DE AGUA POTABLE
 PISO DE AGUA
 POZO DE SERVICIO
 POZO DE ABSORCION
 P.E.C.

ESCALA: 1:1000
 FECHA: 1968

CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
 UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM.45
 MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD ANAHUAC
 ARQUITECTURA
 A L V A R O
 V E S T E R O
 E S C A N D O N

PLANTA DE CONJUNTO



1,500

1,400

1,300

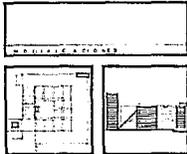
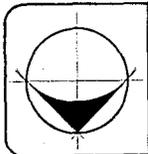
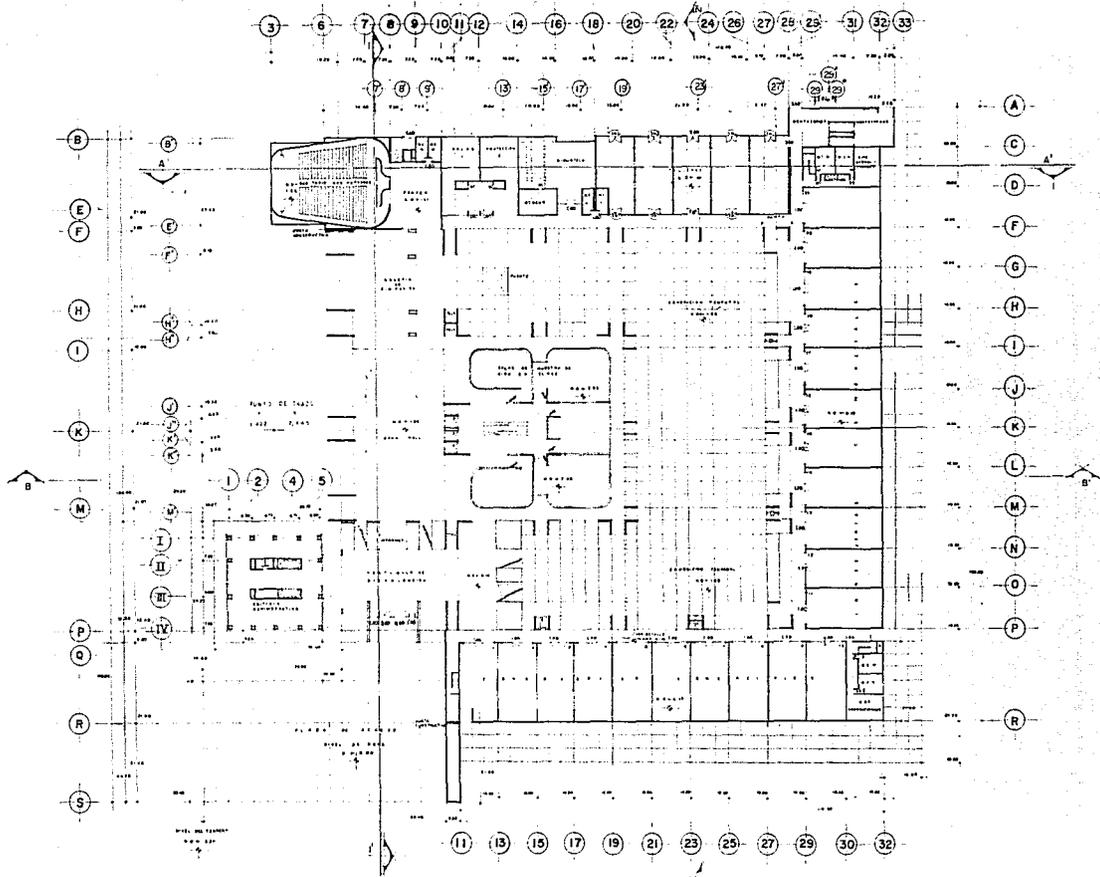
2,300

2,400

2,500

2,600

2,700



NOTA
ESTE PLANO SOF AMPLIADO POR OFICINAS MEXIEN
FOLIO PLANO: A-2, A-3, A-4, A-5, A-6, A-7
NOTA
EN DETALLES VER PLANO A-100

C E C O P E X
CENTRO DE EXHIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM.45
MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD ANHUAC
ARQUITECTURA
ALVARO
VISITAZ

PLANTA BAJA



1,500

1,400

1,300

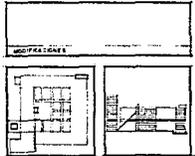
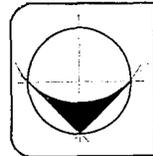
2,400

2,400

2,600

2,400

2,700



ESTE PLANO SERA AMPLIADO A MAYOR ESCALA
EN LOS PLANOS A-12, A-13, A-14, A-10, A-16

EN JUNTAS CONSTRUCTIVAS, VEP PLANO D-1

REFERENCIAS

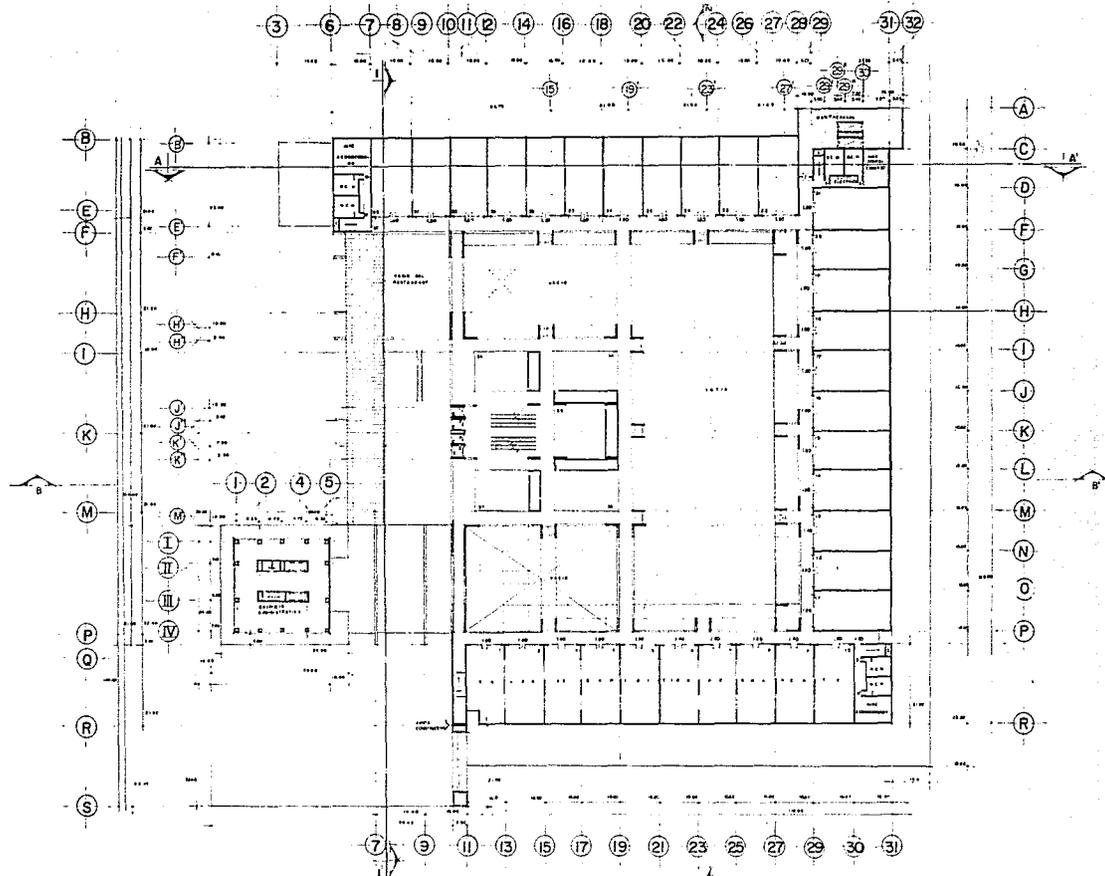
C E C O P E X
CENTRO DE EXHIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION

UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM.45
MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO

UNIVERSIDAD ANAHUAC
ARQUITECTURA
ALVARO
YSLIT
ESCAÑON

PLANO
PLANTA TIPO

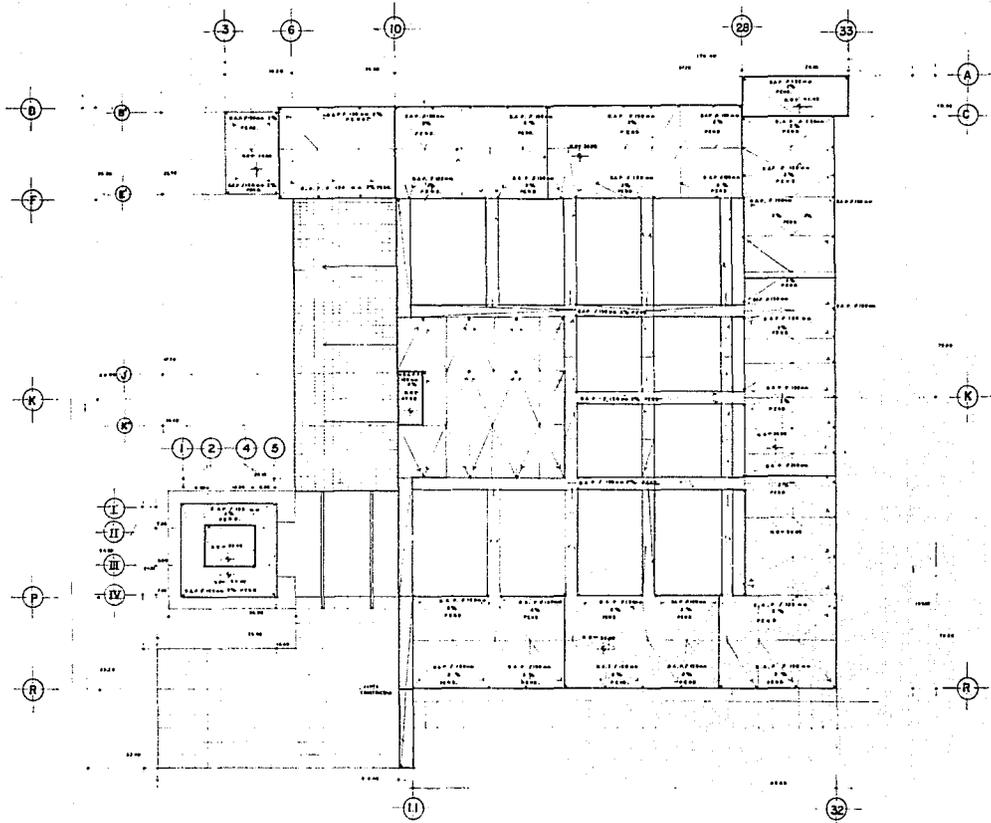
APROBADO ESTADO



1,500

1,400

1,300



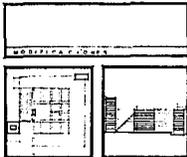
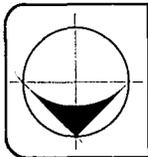
2,200

2,400

2,500

2,600

2,700



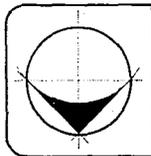
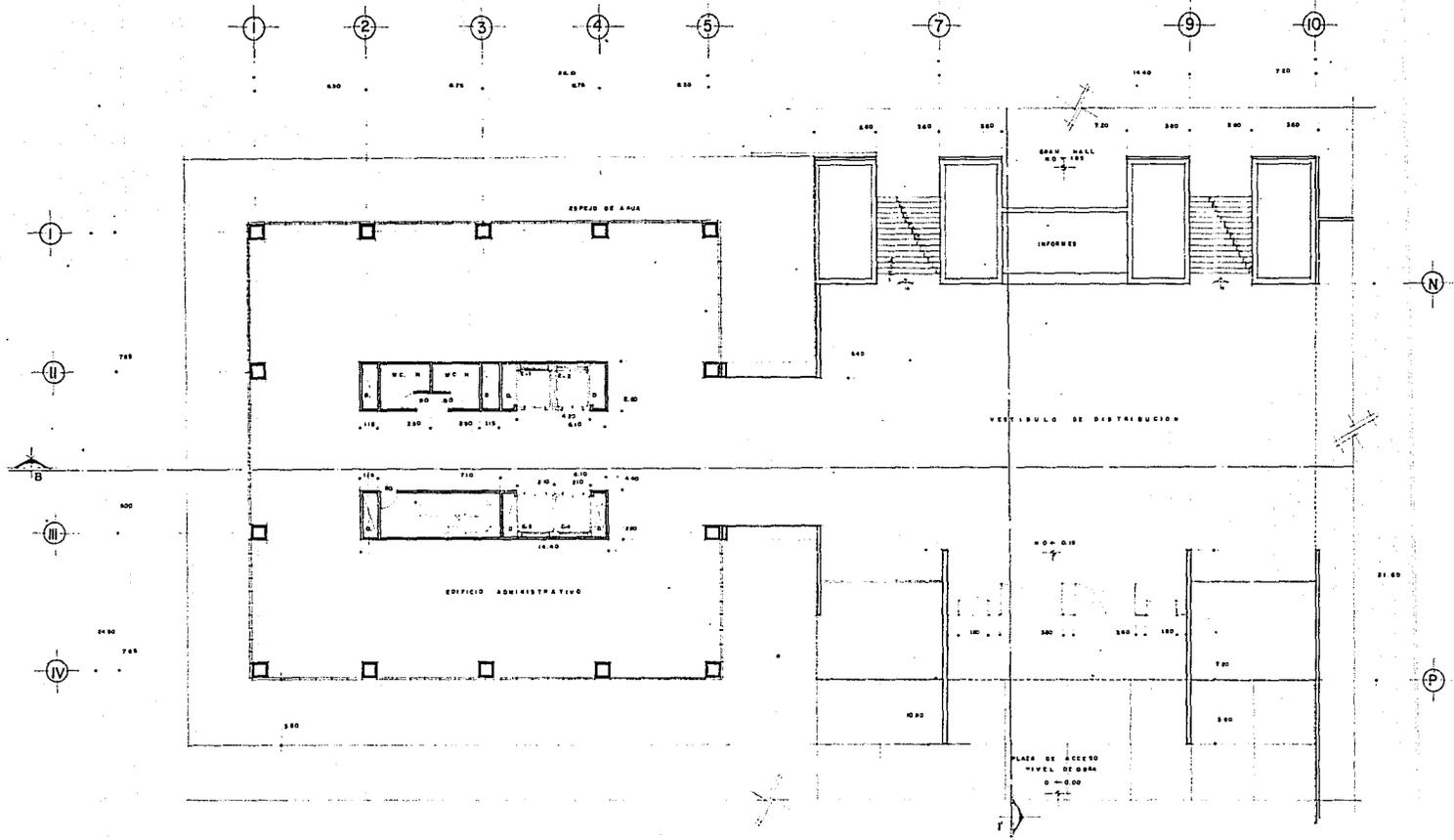
C E C O P E X
 CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
 UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM. 45
 MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD ANHUAC
 ARQUITECTURA
 Y ESCULTURA
 ESCANDON

PLANO
 PLANTA AZOTEA

ESPESOR: PERÍMETRO: CLAVE:





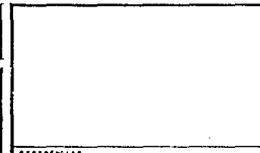
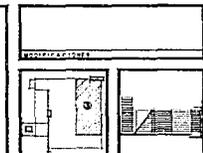
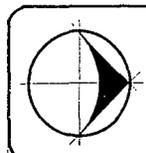
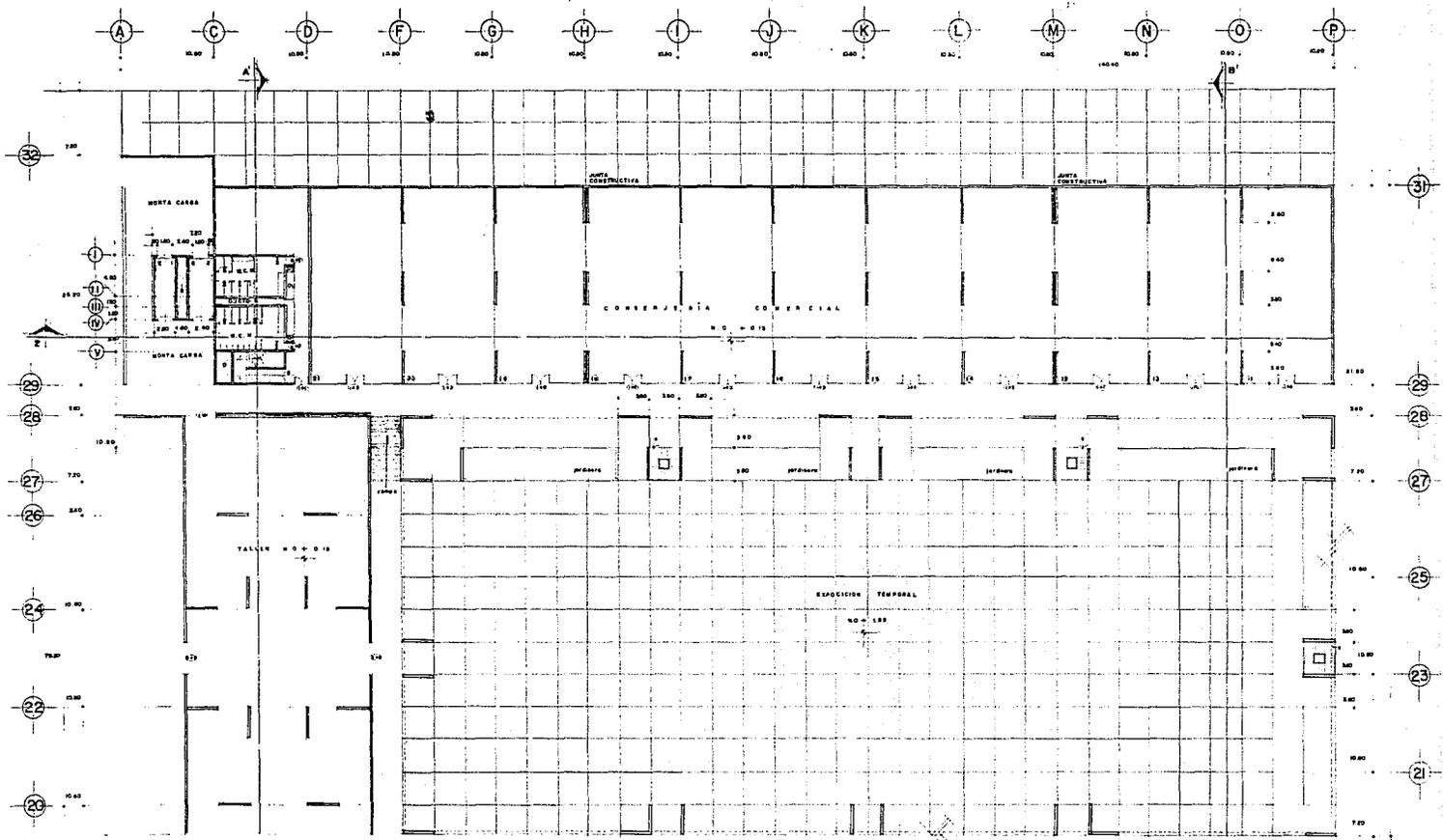
MODIFICACIONES	
1	2

REFERENCIAS

C E C O P E X
 CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
 UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM.45
 MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

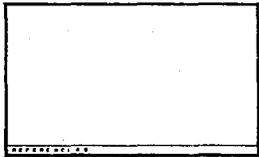
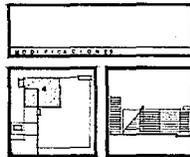
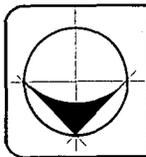
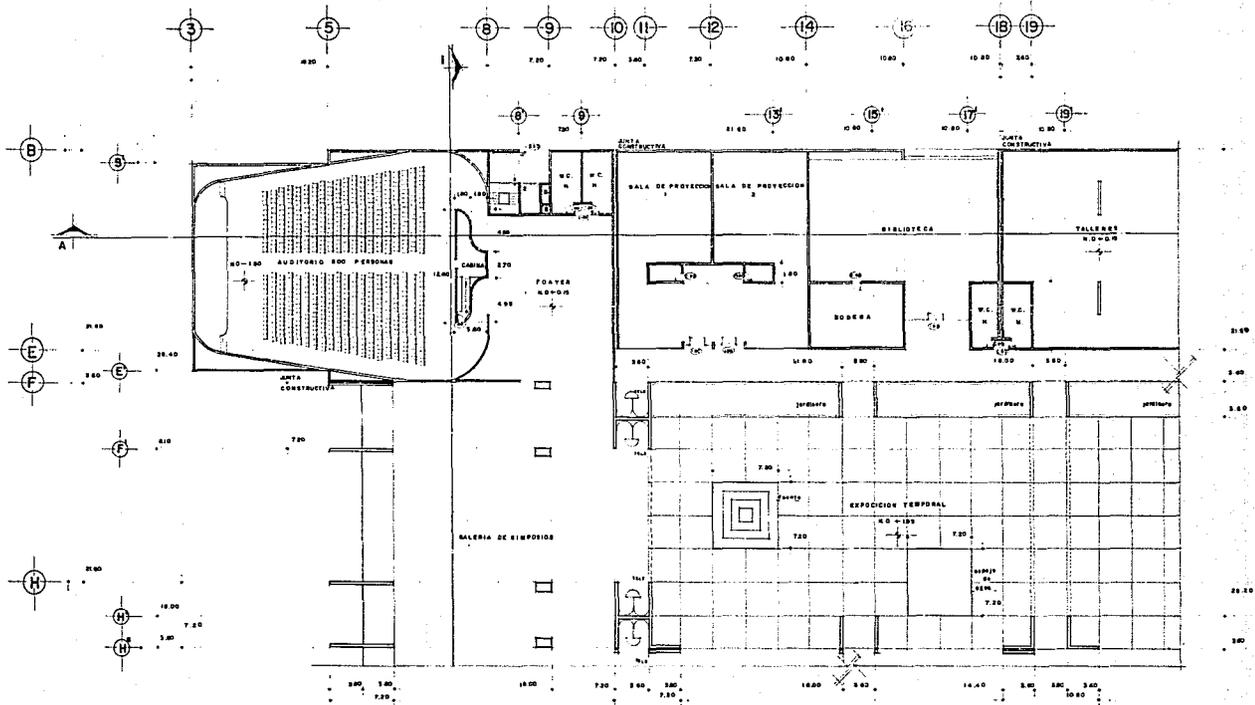
UNIVERSIDAD ANAHUAC ARCHITECTURA ALVARADO 1531 ESCALONDA
PROF. ESCALONDA
PLANTA BAJA SECCION I
ESCALA: 1:100





C E C O P E X
 CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
 UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM. 45
 MUNICIPIO DE OCOYOACAC ESTADO DE MEXICO

UNIVERSIDAD ANAHUAC AV. OBT. YECTO 4 CALLE A YSCA ADO M		
PLANTA BAJA SECCION 3		
ASCA2	CENTO	CLAVE

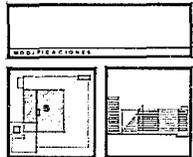
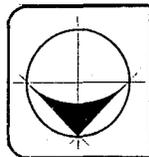
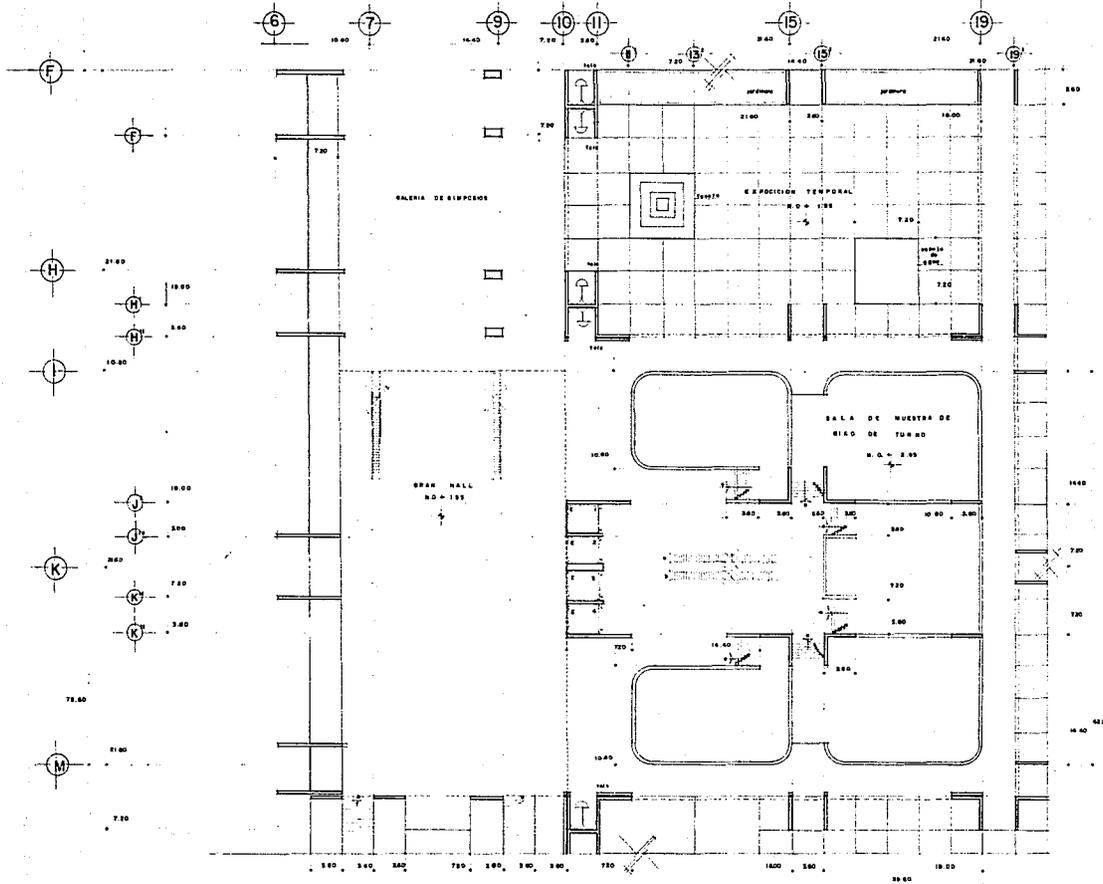


C E C E P E X
 CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
 UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM.45
 MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO

UNIVERSIDAD ANAHUAC
 ARQUITECTURA
 ALVARO
 YSITTA
 ESCAYDON

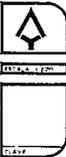


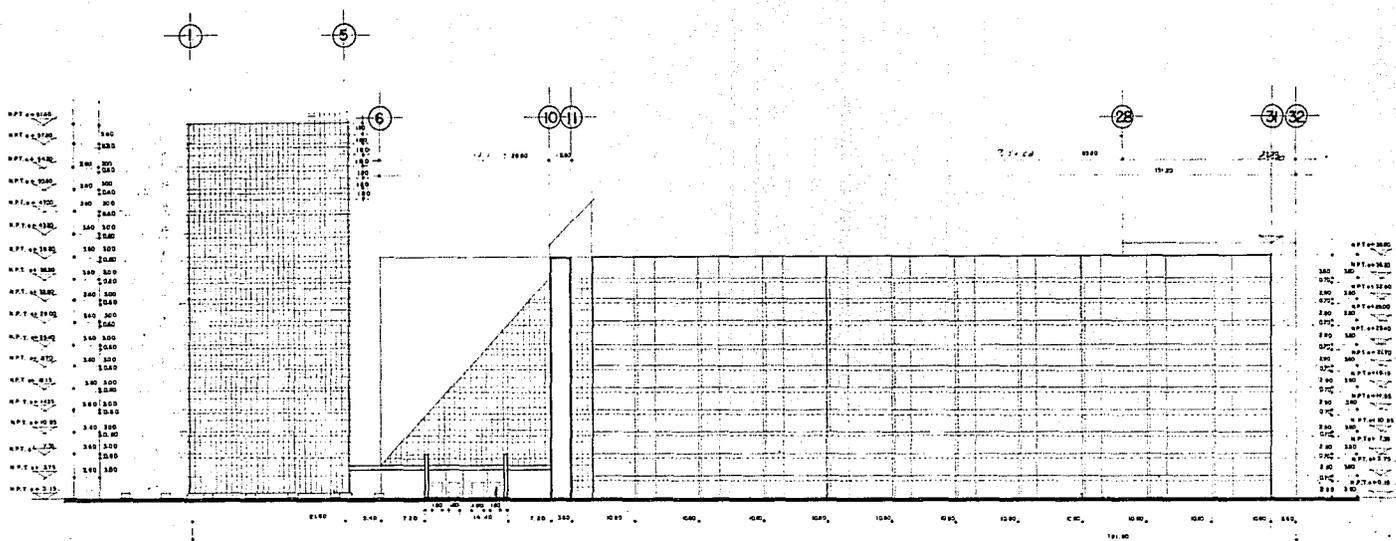
PLANTA
 PLANTA BAJA SECCION 4
 ESCALA 1:500



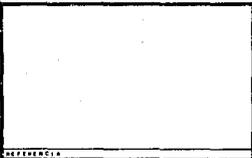
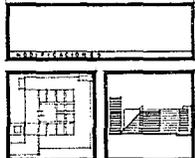
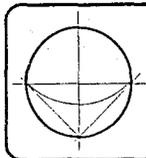
C E C O P E X
 CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
 UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM. 45
 MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD ANAHUAC
 ARQUITECTURA
 ALVARO
 FLORES
 ESCANDON
 PLANTA BAJA SECCION 5
 ESCALA 1:200





N O R T E



C E C O P E X
 CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
 UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM.45
 MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

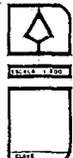
UNIVERSIDAD ANAHUAC
 ARQUITECTURA
 A L V A R O
 Y E S C A N D I D N

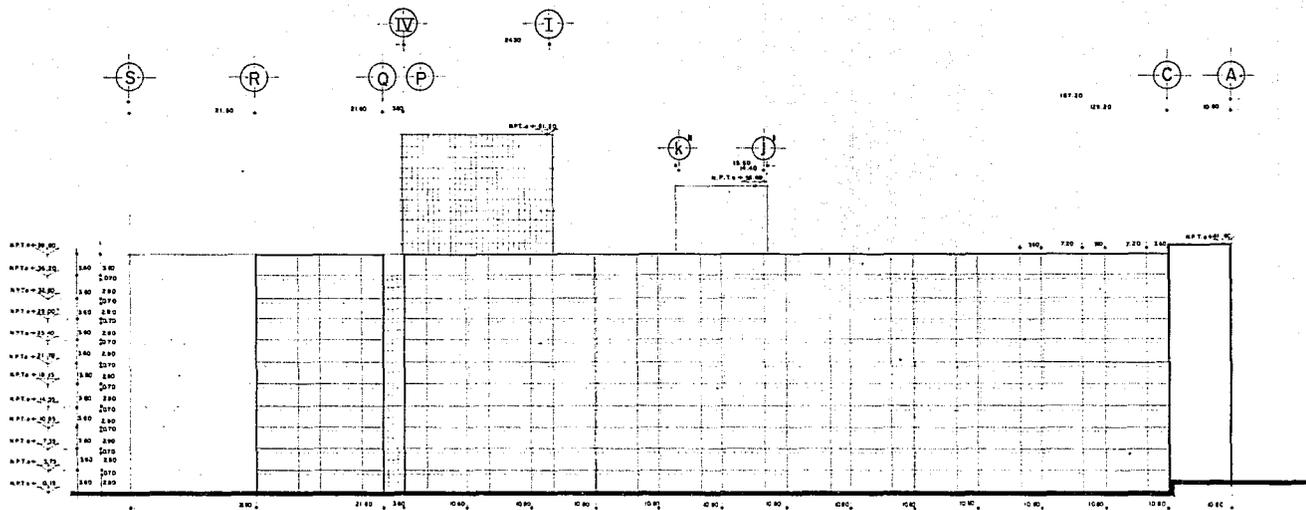
PLANO

APROBADO

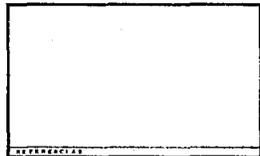
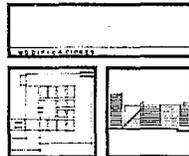
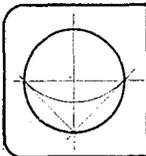
FECHA

CLAVE





O E S T E
E S C A L A 1 : 3 0 0



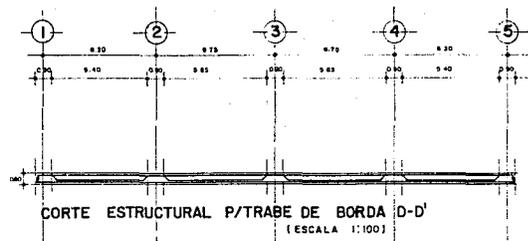
C E C O P E X
 CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
 UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM. 45
 MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD ANHUAC
 ARQUITECTURA
 ALVARO
 YSITLA
 ESCANDON

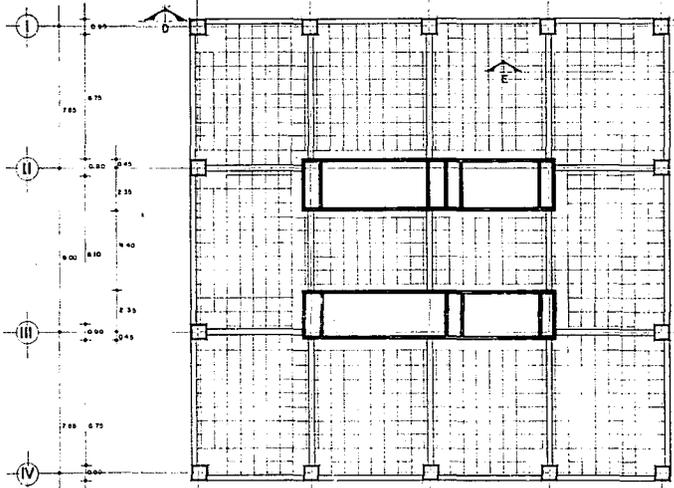


NOMBRE	
FACHADAS	
APROBADO	FECHADO

CLAVE

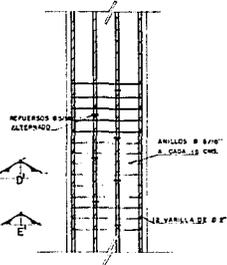


CORTE ESTRUCTURAL P/TRABE DE BORDA D-D'
(ESCALA 1:100)

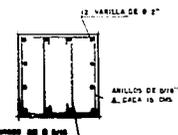


PLANTA ESTRUCTURAL ENTREPISO TIPO
(ESCALA 1:100)

LOSA PERIFERICA DE 35 CMS DE ESPESOR ALICATA CON BLOQUES DE 60x60x75
ADJAS DEL ARMADO ADOSADO EN PLANTA SE ARMARA CON 2 Ø 1/2" EN TANTO
SU LONGITUD Y EN CADA LECHO DE LAS VERRUJAS MARCADAS I, II Y E EN 20 CM
EN TODA SU LONGITUD Y EN CADA LECHO DE LAS VERRUJAS RESTANTES



ALZADO (1/5 ESC.)

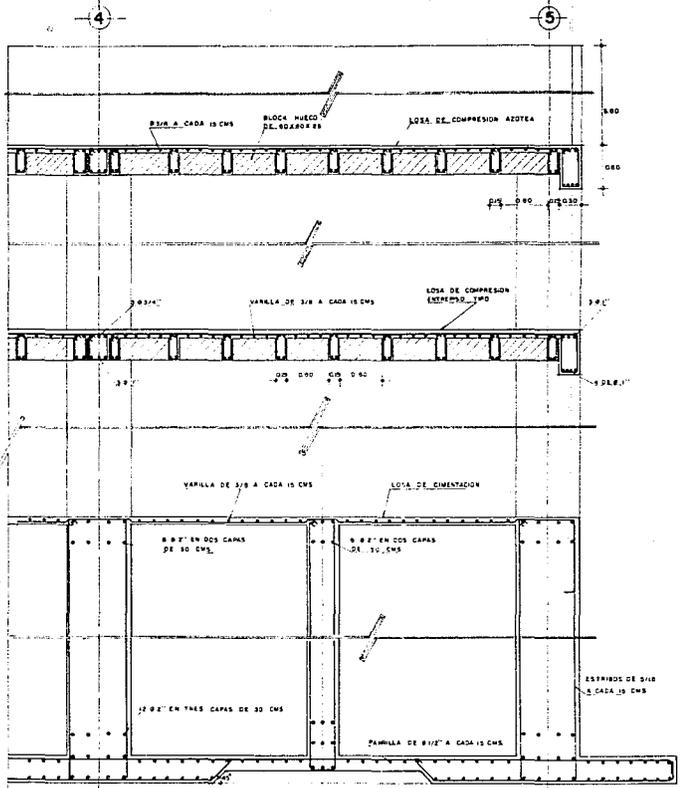


SECCION COLUMNA TIPO (1/5 ESC.)

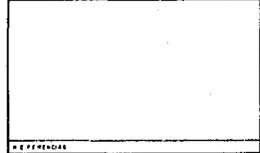
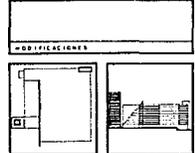
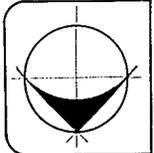
TODAS LAS VARILLAS LLEVARAN GANCHOS
SERAN CROQUIS EXCEPTO LOS BASTONES
DEL LECHO SUPERIOR, CUYOS EXTREMOS
SE DOBLARAN SEGUN SE INDICA EN LA
SIGUIENTE FIGURA



CROQUIS DE ARMADO (1/5 ESC.)



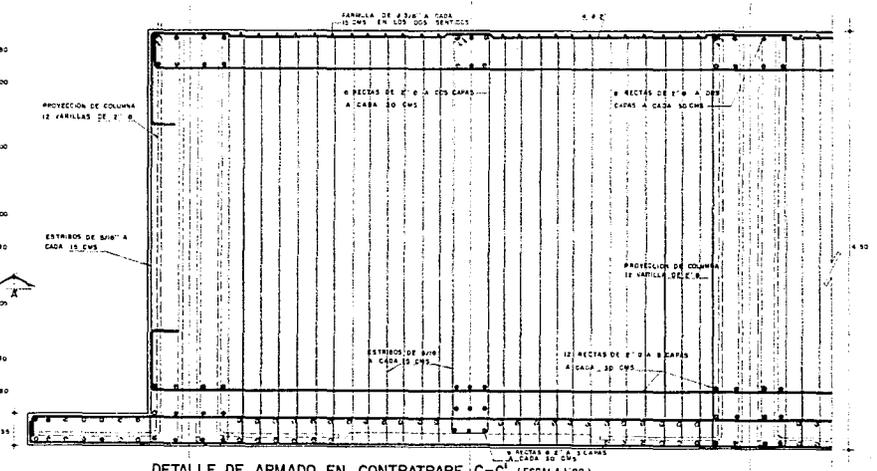
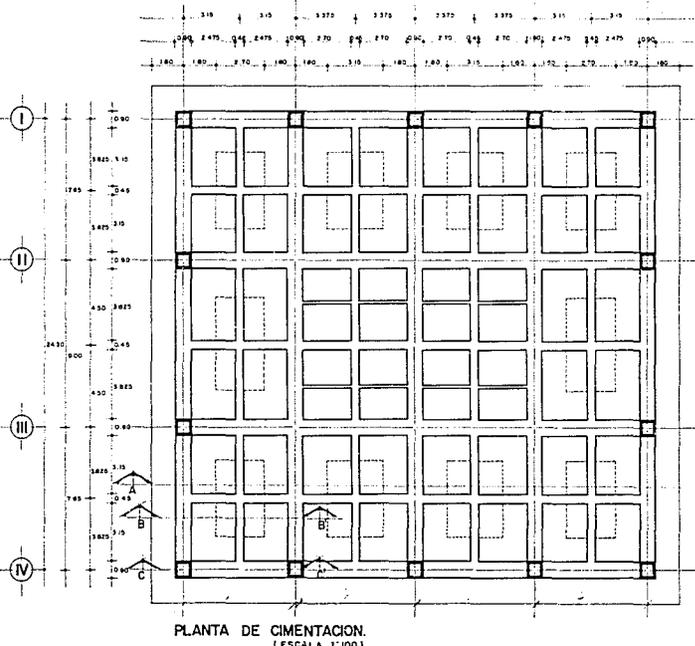
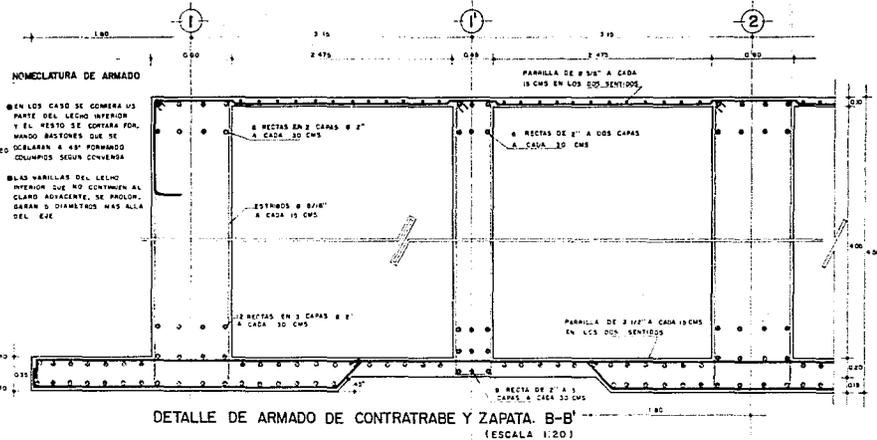
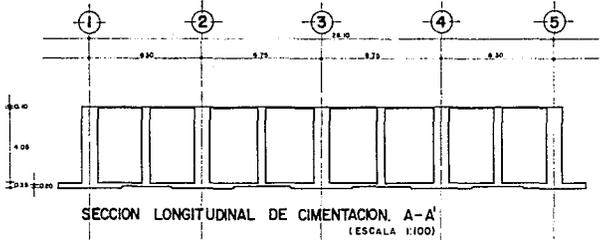
CORTE POR FACHADA E-E'
(ESCALA 1:25)



C E C O P E X
CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM.45
MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD ANAHUAC ARQUITECTURA ALVARO Y ESCALONA	
ESTILO: SIMPLA	
PLANO	
APAZCO	1/150
CLAVE	





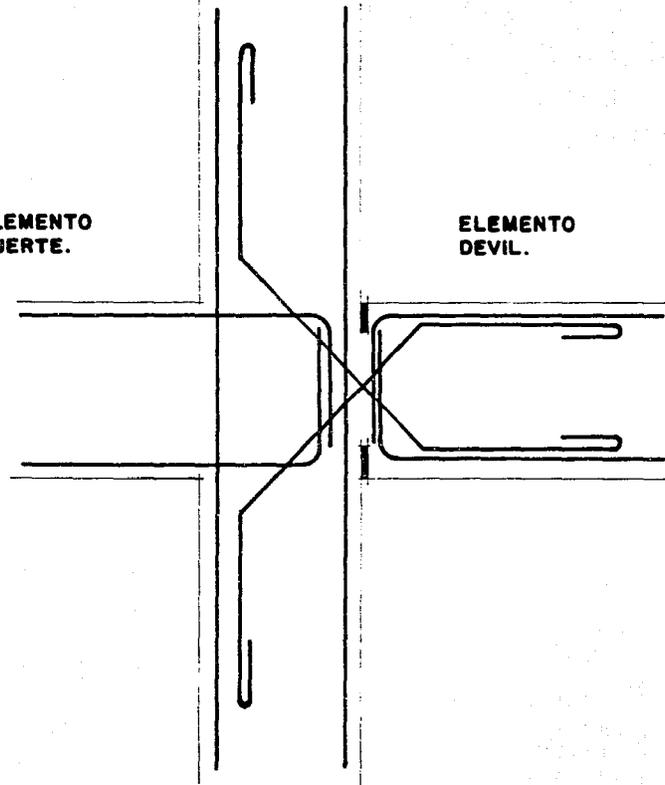
REFERENCIAS

C E C O P E X
CENTRO DE EXHIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM.45
MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD ANAHUAC
ARQUITECTURA
ALEJANDRO
Y S I T A
E S C A N D O N

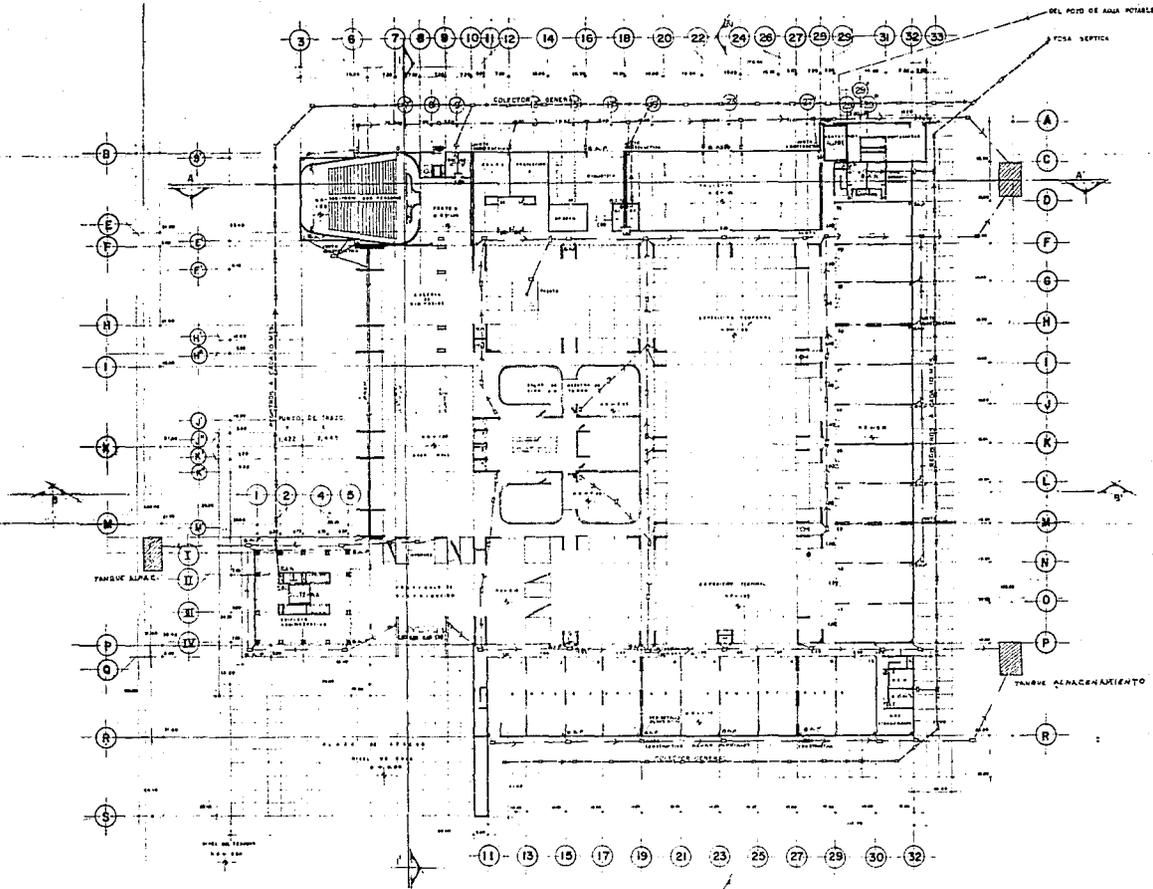
ALFABO
DISEÑO
FECHA
CLASE

**ELEMENTO
FUERTE.**



**ELEMENTO
DEBIL.**

DETALLE DE JUNTA CONSTRUCTIVA.



1,500

1,400

1,300

2,400

2,500

2,600

2,700

NOTA
ESTE PLANO SE AMPLIÓ POR DECISIONES MAYOR
ENCUENTRO PLANO A.M.A., SEP. 2. 1958.
NOTA
EN METALES VER PLANO A.M. 110

REFERENCIAS

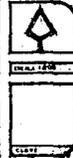
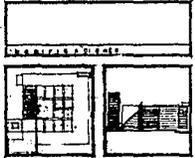
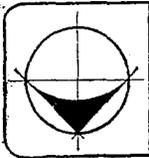
C E C O P E X
CENTRO DE EXHIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION

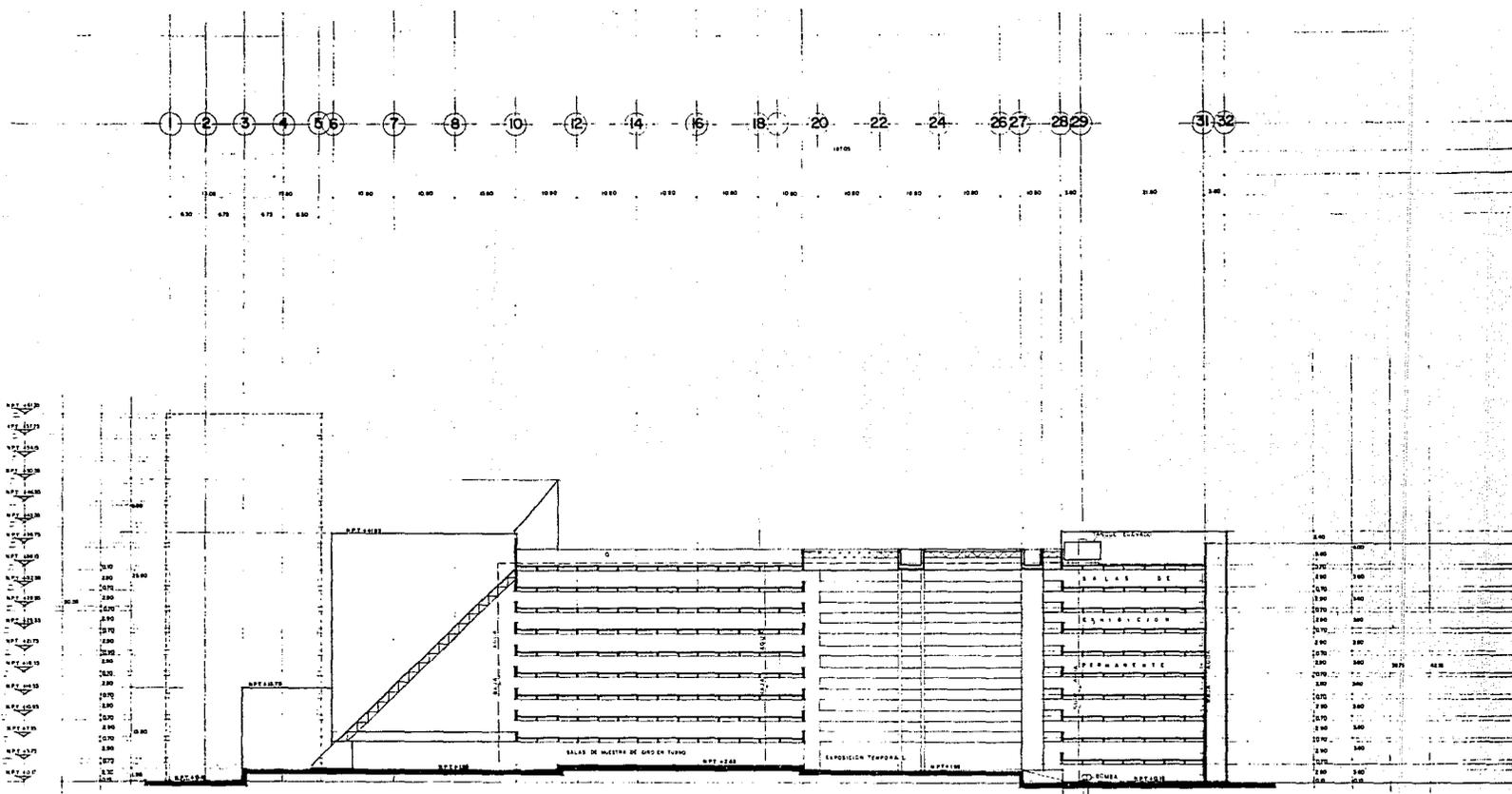
UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM. 45
MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD ANAHUAC
ARQUITECTURA
ALVARO
YSITTA

PLANO
PLANTA BAJA
INSTALACION SANITARIA

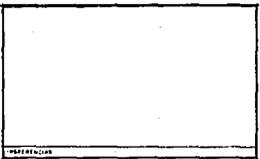
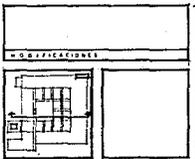
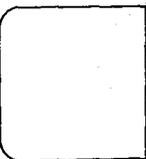
ESCALA
FECHA
LISTA





CORTE B-B

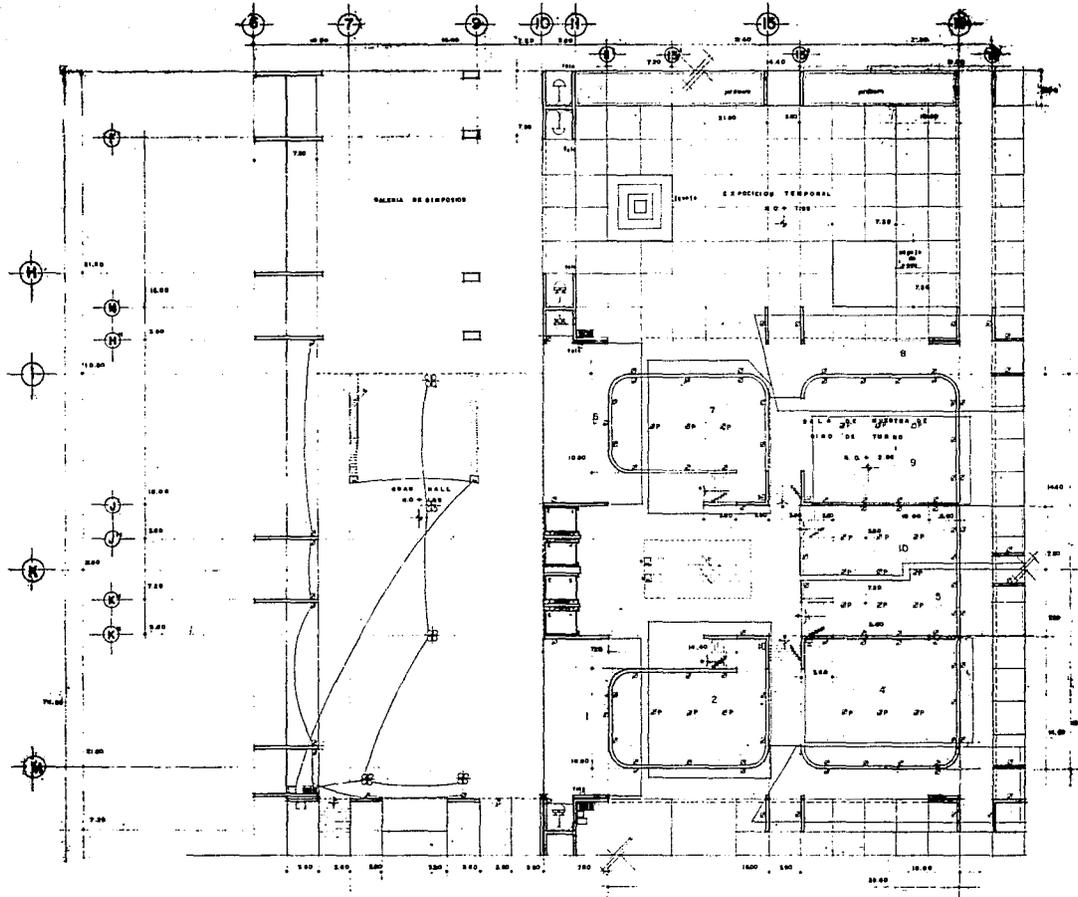
1 : 300



C E C O P E X
 CENTRO DE EXHIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
 UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM.45
 MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD ANAHUAC	
ARCHITECTURA	
ALVARO P. O.	
Y S I T A	
E S C A N D O N	
LAJE	1-300
CORTE B-B	1-300
INSTALACION HIDRAULICA	
ANEXO	PERITO

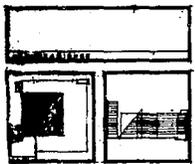
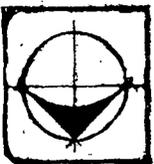




SIMBOLOGIA	
	FARO DE 4 LUCES DE 100 WATTS CADA UNO
	CONTACTO SENCILLO PARA 15 AMPS. COLOCADO A 0.20 M/P
	CONTACTO SENCILLO PARA 15 AMPS. COLOCADO EN PISO
	CENTRO DE CONTROL PARA ESTALERA MECANICA
	TELEFONO
	REGISTRO DE FUMIGUE CON TAPA DE CONCRETO
	LINEA DE CONEXION POR PISO
	MULTIBRAKER CONTROL DE 3 X 60 AMPS. DE 6 PASTILLAS C/V. TERMO-MAGNETICO

CUENTA DE CARGAS						
CIRCUITO	CONSUMO	WATTS	WATTS TOTALES	FASE-A	FASE-B	FASE-C
C-1	10	2000	2000			
C-2	10	2000	2000			
C-3	12	2400	2400			
C-4	12	2400	2400		2400	
C-5	12	2400	2400		2400	
C-6	10	2000	2000			
C-7	10	2000	2000			2000
C-8	12	2400	2400			2400
C-9	12	2400	2400			2400
C-10	11	2200	2200			
C-11	9	1800	1800			
C-12	20	2000	2000			2000
SUMAS	20	120	24,000	8600	8600	8600

ESPECIFICACIONES	
CONTACTO SENCILLO	CAT. LU-101 ARROWHART
LUMINARIA INCANDESCENTE DE 4X100 WATTS	CAT. 581 DONALUX
DUCTO P.V.C.	CONDUIT PESADO ASBESTOS DE MEXICO
CONDUCTOR	TIPO THW CONELEC
CENTROS DE CARRERA	DD-414 SOBREC
TABLEROS DE 6 CIRCUITOS 3 X 60 AMPS	MULTIBRAKER TERMO-MAGNETICO
EL DIAMETRO DE LA TUBERIA NO ESPECIFICADO SERA DE 1 1/2 IN.	



REFERENCIAL

C E C O P E X
 CENTRO DE EXIBICION COMERCIAL PARA LA EXPORTACION
 UBICADO EN LA CARRETERA MEXICO-TOLUCA KM. 45
 MUNICIPIO DE OCOYOACAC, ESTADO DE MEXICO.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE TOLUCA
 A L V A R O
 Y S I T A
 S E V A R E D O N

PLANTA BAJA SECCION 5
 CONTACTOS

LEYES REVISADO CLASE

