



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

ACATLÁN

**LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LOS PAÍSES
EN DESARROLLO. EL CASO DE LA CERÁMICA DE BARRO
COCIDO CON ACABADOS PREHISPÁNICOS EN EL
MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS (1992-2002).**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LIC. EN RELACIONES INTERNACIONALES

P R E S E N T A:
Norma Araceli Martínez Torres



ASESOR: LIC. ALBERTO CASTILLO ALMANZA

Noviembre 2004

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



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 esta 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.

Dios

Por ser el motivo y el ejemplo más grande en mi vida para seguir adelante, siempre de frente, tomando lo mejor de cada momento vivido para compartirlo con las personas que amo, gracias por darme la oportunidad de seguir aquí mostrándome el camino correcto para encontrar la estabilidad que todo humano necesita para ser feliz.

Te Amo.

A mi asesor

Lic. Alberto Castillo Almanza

Gracias por el valioso apoyo para la elaboración de este proyecto

Max:

Por enseñarme lo maravilloso que es estar juntos.

A mis hermanas

Martha, Paty, Irma y Claudia

Gracias por el cariño que me han demostrado en los momentos más difíciles.

A mis sobrinos

**Karen, Diego, Christian,
Erick y Andrés**

Por ser un aliciente mas para seguir adelante.

A ti Mamá

Sra. Ma. Del Socorro Torres Vargas

Te dedico con todo cariño y respeto esta Tesis, porque has sido un importante aliciente a lo largo de mi carrera y de mi vida.

A ti Roger

Sr. Roger Martínez Cisneros

Gracias por el constante apoyo y confianza que depositaste en mí.

A ti Papá

Sr. Luis Martínez Uribe

Gracias por el cariño que me has brindado

LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LOS PAÍSES EN DESARROLLO. EL CASO DE LA CERÁMICA DE BARRO COCIDO CON ACABADOS PREHISPÁNICOS EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS (1992-2002).

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I “Desarrollo Comercial en México”	6
1.1-Breve Historia del Comercio Internacional	6
1.2-Antecedentes del Desarrollo Comercial en México (hasta 1982)	15
1.3-Apertura Comercial	20
1.3.1-Relaciones Comerciales con Estados Unidos de América	31
Capítulo II “Artesanías, Balanza Comercial y Cerámica de Barro Cocido Elaborada a mano en Tula Hidalgo (Cultura Tolteca)”	37
2.1- La Artesanía y su evolución Histórica	37
2.2- El Artesano y su Situación en México	41
2.3- Fomento a la Producción de Manufacturas y su importancia en México	44
2.4- Balanza Comercial y las Artesanías como Fuente de Ingresos y las Divisas generadas para México	48
2.5- La Cultura Tolteca y la Cerámica de Tula	53
2.6- Características y Técnicas utilizadas para la Elaboración de las piezas Ornamentales con acabados Prehispánicos y sus ventajas competitivas	57
Capítulo III “Programas y Fomentos para la comercialización y exportación de artesanías”	61
3.1-Antecedentes en México de Programas y Fomentos para la Comercialización de Artesanías	61
3.1.1-Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías (FONART)	63
3.1.2-Instituto Nacional Indigenista (INI)	66
3.1.3-Secretaría de Economía (SE)	67
3.1.4-Banco Mexicano de Comercio Exterior (BANCOMEXT)	73
3.2-Marco Operativo México-Estados Unidos	80
Capítulo IV “Proyecto de Exportación”	89
4.1-“Hispania el Arte Tolteca”	89
4.2- Producto Físico y Precios de Producción	90
4.3- Oportunidades de Negocios	97
4.4-Proyección al Mercado de Estados Unidos	99
4.5-Canales de Distribución	104
4.5.1-Promoción como estrategia de Comercialización	109
4.5.2-COMPEX (Comisión Mixta para la Promoción de Exportaciones)	110
4.5.3-SIMPEX (Sistema Mexicano de Promoción Externa)	112
4.6-Esquema Financiero para el pequeño Exportador (BANCOMEXT)	114
CONCLUSIONES	120
BIBLIOGRAFIA	125

INTRODUCCIÓN

En el mundo moderno se plantea al modelo globalizador como camino al progreso, es por este sentido y dado al estancamiento que se inició en nuestro país, se comenzaron a plantear cambios a las antiguas estructuras que motivaran a la economía al desarrollo, dentro del modelo del neo-liberalismo o de apertura comercial, que supone el adelgazamiento del Estado-Nación como requisito para incentivar las áreas de desarrollo, se comienza a dar la ventaja competitiva, que ocasiona que los países busquen nuevos mercados, alianzas, bloques, uniones, etc, para poder comercializar sus productos y desarrollar sus economías basándose en las exportaciones de los mismos, esto originó que México comenzará una apertura comercial gradual a partir de 1983.

La apertura y el crecimiento a los mercados intercambiarios así como la libre competencia y concurrencia hoy en día, por parte de nuestro país, han permitido en los últimos años la inserción de México en el ámbito internacional, (con el incremento de exportaciones se comenzaron a firmar Acuerdos y Tratados que en la actualidad permiten a México negociaciones preferenciales con 32 países del mundo) dando a nuestros productos y servicios nacionales un mayor desarrollo y posible crecimiento en las demandas de los consumidores tanto nacionales como internacionales.

El comienzo de negociaciones comerciales provocan una competitividad positiva para la economía mexicana. En 1994 inicia el TLCAN con Canadá y Estados Unidos, en 1995 inicia el Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres (TLC-G3) con Venezuela y Colombia, el Tratado de Libre Comercio México-Costa Rica, el Tratado de Libre Comercio México Bolivia, en 1998 entra el Tratado de Libre Comercio México-Nicaragua, en 1999 inicia el Tratado de Libre Comercio México-Chile, en el 2000 entra el Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea, en el 2001 entra el Acuerdo de Complementación Económica

México Uruguay, en el mismo año entra el Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras).

Uno de los aspectos fundamentales de la política comercial de los países en vías de desarrollo, es que los gobiernos se preocupan de forma más constante por el fomento a las manufacturas frente a otros sectores de la economía. Siguiendo esta modalidad, es precisamente en el ramo de las manufacturas donde se demuestra el impulso que se generó a partir de la apertura comercial, este sector significó el 88.% en 2002 (indicado en la balanza comercial) del total de las exportaciones que se hacen de México al exterior.

Las diferentes importaciones y exportaciones de diferentes productos, servicios, mercancías en general, materias primas o productos básicos y manufacturas cuentan en su haber con una serie de gravámenes. La explotación y exportación de los recursos y servicios nacionales consumidos en el extranjero es uno de los principales puntos de la política económica decrecimiento y desarrollo que permitirán en un futuro no muy lejano, el progreso en nuestro país.

A partir de la entrada en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), éste se convirtió en un instrumento clave que ha incrementado los flujos de inversión y comercio entre México, Canadá y Estados Unidos. El comercio bilateral de México con Estados Unidos desde 1994 se ha triplicado, México es el segundo mercado más grande para los productos estadounidenses, uno de los socios más dinámicos de Estados Unidos. México seguirá hasta ahora, especializándose y concentrándose en el mercado natural de Estados Unidos de América no solo de nuestros productos, servicios e inversión, sino también de reglas del juego para el comercio internacional. La especialización y la profundización continuarán en el futuro, para aumentar la competitividad de toda la región de Norteamérica.

Dado la importancia de las exportaciones, desde 1987 el gobierno mexicano comenzó a crear programas de fomento a la exportación para el incremento de las mismas. Actualmente existen diferentes programas para esta finalidad, algunos de ellos son: Consolidación de Promoción de la Oferta Exportable, Sistema de Inteligencia Comercial (SIC), Sistema Nacional de Orientación al Exportador (SNOE), Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX), Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), Empresas de Comercio Exterior (ECEX), Devolución de impuestos (DRAW BACK), Programa de Incubadoras de Exportación, todos bajo la responsabilidad de la Secretaría de Economía y, Comercio exterior bajo la responsabilidad de Nacional Financiera. Dichos programas están orientados a promover la productividad y la calidad de los procesos que elevan la competitividad de empresas y permiten su incorporación adecuada al mercado mundial.

El ramo de mayor auge en las exportaciones no petroleras del país es el sector manufacturero en el cual encontramos el ramo de las artesanías. El sector artesanal es generador de más de 5 millones de empleos en toda la República Mexicana y se caracteriza por tener una amplia gama de productos y artículos de diferentes materiales, calidades, tamaños y precios. El 98% de las empresas son micro y pequeñas y en su mayoría cuentan con una infraestructura de tipo familiar. Las características de estas empresas permiten que sean flexibles para adaptarse a requerimientos del mercado, cuentan con disponibilidad de mano de obra competitiva con habilidades artesanales y contribuyen de manera importante en el desarrollo regional de diversas entidades del país.

El Estado con sus programas y proyectos de desarrollo proporcionan ayuda al campesino-artesano en sus problemas de distribución y promoción, a través del Fomento y exportación de sus productos. Encontramos antecedentes de esta actividad desde 1936, éstos han ido cambiando conforme se encontraban nuevas problemáticas, actualmente los instituciones más importantes en la ayuda de ésta

causa son: La Secretaría de Economía, el Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías FONART, y el Banco Mexicano de Comercio Exterior BANCOMEXT. Estas instituciones brindan apoyo en diferentes formas como por ejemplo, de apoyo administrativo (Primer Contacto y Guías Empresariales en la SE, Exportanet en Bancomext), financiero (Fondo de Apoyo para el Acceso Financiero de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la SE, Esquema Financiero del pequeño Exportador, Cartas de Crédito de Bancomext, Otorgamiento de Crédito de Fonart), de promoción (Expo-México, Calendario de Ferias y Exposiciones de la SE y Servicios de Promoción Internacional, Eventos Internacionales, Ferias Internacionales de Bancomext), técnico (Capacitación a Artesanos de Fonart, Programa de Apoyo al Diseño Artesanal de la SE), comercialización (Adquisición de Artesanías, Investigación de Mercados de Artesanías, Comercio Exterior de Fonart).

Con el apoyo de las instituciones antes señaladas, el sector artesanal se encuentra en crecimiento constante y su contribución a las exportaciones mexicanas es significativa, ya que realiza exportaciones superiores a los mil millones de dólares (en el año 2000) y gradualmente, un mayor número de empresas se integran a la exportación. El principal mercado es el de los Estados Unidos, al que se destina el 91% de las exportaciones de éste sector.

El gobierno mexicano apoya la creación de nuevas empresas mexicanas para la exportación de sus productos, de igual manera orienta cuales son los medios necesarios para lograr un exitoso posicionamiento comercial internacional. Uno de éstos medios son las ferias y exposiciones, por la oportunidad del contacto directo con el consumidor, también existe la Comisión Mixta para la Promoción de Exportaciones que promueve las exportaciones a través de la concentración de acciones para simplificar los trámites administrativos y reducir los obstáculos técnicos al comercio exterior y fomentar la cultura exportadora. Así mismo, el Sistema Mexicano de Promoción Externa que es una

base de datos, permite localizar los mercados y empresas específicos, aclarando los sectores y productos que son requeridos del exterior.

Conociendo las oportunidades que el gobierno mexicano ofrece a los productores que buscan comercializar sus productos en el exterior, se pretende llevar a cabo la creación de una empresa dedicada a la exportación de Cerámica de Barro Cocido con acabados prehispánicos al mercado de Estados Unidos ya que es el principal comprador de este tipo de productos.

CAPÍTULO I

Desarrollo Comercial en México

1.1. Breve Historia del Comercio Internacional

Definición de Comercio Internacional: El Comercio Internacional es el intercambio recíproco de bienes y servicios de todos los países del mundo ó entre grupo de países, esta regulado por el Derecho Comercial Internacional, convenciones internacionales, acuerdos bilaterales y multilaterales , así como de cooperación organizada bajo el patrocinio de la Organización de las Naciones Unidas ONU, en el marco de organizaciones internacionales y extra gubernamentales. ¹

El comercio nace de la necesidad de obtener mercancías que el hombre no puede producir ya sea por falta de conocimientos o por las características del medio ambiente en que se desarrolla. Sin embargo el hombre produce artículos que no consume en su totalidad y éstos son puestos a disposición de los que los necesitan. El papel de traer mercancías de lugares muy lejanos y comercializarlos con otros pueblos, fue tan significativo que empezaron las migraciones y ocupaciones militares. Esto permitió la iniciación de las teorías y políticas económicas.

El comercio Internacional tiene sus inicios en el siglo XVI ya que en esta época data el nacimiento de las nacionalidades, o sea de los estados políticamente independientes con unidad orgánica y con una política económica propia. A partir de esa época hubo la necesidad de explicar los fenómenos especiales surgidos de las relaciones económicas internacionales (como el tipo de cambio, el efecto de los aranceles y otras restricciones), necesidad acentuada en un mundo de nacionalismos. ²

¹ Osmañczyk, Edmundo Jan, (1976) *Enciclopedia Mundial de Relaciones Internacionales y Naciones Unidas*, Madrid, España, Fondo de Cultura Económica, p.244

² Torres Gaytan, Ricardo, (1990) *Teoría del Comercio Internacional*. Mexicali, B.C. Ed, Siglo XXI, p.18

Desde el siglo XVI se han creado varias teorías del Comercio Internacional. Es en la Europa Occidental donde se expusieron los planteamientos teóricos, y por consiguiente, han sido llevados a la práctica, además de que han influenciado, casi en su totalidad, al resto del mundo. A continuación se detallan algunas.

Teoría Mercantilista

Esta teoría se desarrolla en el siglo XVI, el objetivo básico de los mercantilistas era el de construir un estado económicamente rico y políticamente poderoso.³

En esta etapa se creía que el alejamiento con el exterior era la medida para lograr el progreso, se pensaba que si dedicaban a incrementar su comercio interior se lograría obtener el crecimiento de las riquezas del reino. Esta riqueza estaba basada a través de los metales preciosos tales como el oro y la plata que eran el principal indicador de prosperidad para los estados. Los estados solo se preocupaban por crear una base sólida y permanente para sus mercados internos permitiendo desligarse del exterior.

En la etapa del mercantilista se destaca:

- La teoría cuantitativa del dinero, en la cual la cantidad de dinero influye en forma directamente proporcional sobre los precios.
- La fijación del tipo de cambio entre las monedas de 2 países, la paridad surge por la relación de contenido de oro fino entre ambas.
- La desigual distribución de los factores productivos a nivel internacional era la fuente generadora del comercio mundial.

Los mercantilistas no alcanzaban a comprender la relación existente entre los precios de las mercaderías y el intercambio, sosteniendo que si los precios de

³ Ledesma, Carlos Alberto, (1990) *Principios del Comercio Internacional*, Buenos Aires, Argentina, Ed. Machi, p. 31

un país eran bajos, estarían obligados a vender barato y comprar caro perdiendo así, metales preciosos y ganancia.⁴

En los tres siglos de mercantilismo, Europa pasa de tener una economía artesanal a dotarse de una incipiente economía industrial. En el siglo XVIII van arraigando las ideas liberales; la anterior aceptación del Estado todopoderoso va siendo sustituida por la defensa de los derechos del individuo y la valoración de la libertad. Es en esta etapa que surge un cambio importante.

Teoría Clásica

Los pensadores de esta época se vieron obligados a crear una nueva teoría ya que el mercantilismo estaba siendo rebasado por la tecnología que empieza a ser tomada como un progreso económico mas importante, esto se debió a que el desarrollo industrial empezó a generar capitales privados. Las industrias proporcionaban nuevas riquezas.

Es aquí donde el Comercio Internacional da un nuevo giro, ya que la riqueza que posee cada país, es fuente de producción. Así se entiende que un país es más rico cuando produce mas e incrementa mas su producción cuando se tiene la posibilidad de intercambiarlos en los lugares que son solicitados. "La producción no se convierte en riqueza hasta que puede ser distribuida libremente".

Dado a la diversidad de riquezas de cada estado, la producción se fue especializando en cada región creando una división de estados industrializados y estados agrícolas.

⁴ Ibid., p. 31

Las principales características en este período son:

- La moneda de oro (ó plata) era la unidad monetaria común, libre y transferible de nación a nación y el nivel de los precios monetarios se determinaba por la cantidad de dinero en circulación. Esto motivaba un flujo de dinero en una nación generando un aumento de los precios monetarios y viceversa, una salida de dinero determinaba una disminución del nivel de precios monetarios.
- La diferencia entre los costes-trabajo comparados, hizo surgir la conveniencia de llevar a cabo la división internacional de la producción, y por consiguiente, el cambio internacional, ya que una nación podía obtener mayor cantidad de una determinada mercancía con un determinado coste de trabajo, ó la misma cantidad de esa mercancía con un coste trabajo menor.
- El comercio se daba con pocas trabas (aranceles bajos y sin restricciones a la importación) permitía la exportación masiva de manufacturas

La escuela clásica logra sentar los fundamentos del liberalismo en economía internacional. Lo hace desde la vertiente real y la monetaria, vinculadas en un modelo global construido sobre la teoría del valor-trabajo/incorporado. En el terreno real (neutralidad del dinero), la teoría de la división internacional del trabajo se hace más precisa y logra extender el campo de aplicación de la especialización -y del librecambio- con la sustitución del principio de la ventaja absoluta por el de la ventaja comparativa. Para los clásicos, el único concepto de valor que tiene interés en sentido económico es el valor de cambio

Los clásicos habían conformado un cuerpo teórico en economía internacional que ligaba estrechamente los aspectos reales y monetarios. Sin embargo, la teoría del comercio internacional se configuraba como una teoría real en la que los precios relativos (reales: en términos de otros bienes) tenían un papel determinante.

El periodo clásico se cierra en los primeros años de la década de 1870, cuando irrumpe en la escena una nueva escuela que, denominada neoclásica, dominará la ciencia económica hasta la década de 1930.

Teoría Neoclásica

La escuela neoclásica aporta una nueva teoría del valor (basada en la utilidad de los bienes y no en el trabajo que incorporan) y un modelo, el de equilibrio económico general, en el que todas las variables económicas consideradas relevantes (oferta, demanda y precios de los bienes y servicios productivos) aparecen interrelacionadas en un sistema de ecuaciones, cuya solución arroja unos valores que se denominan de equilibrio.

En el siglo XIX la organización económica empezó a sufrir modificaciones ya que los productores independientes comenzaban a desaparecer y eran sustituidos por empresarios que empleaban trabajadores a cambio de un salario.

Se admite la propiedad privada, pero con la condición de que el Estado tomara medidas positivas par resguardar la competencia y garantizar la igualdad de oportunidades.

El precio ocupó el centro de la escena como guía de decisiones de los empresarios, de los asalariados y de los consumidores. La utilidad aparece como un determinante de valor.

La agricultura fue considerada como copartícipe en el proceso productivo a la tierra, el capital y el trabajo, sus ingresos eran los precios, determinados, como los de las demás mercancías, por la oferta y la demanda, estos precios representaban su participación en el producto cooperativo.

Se consideró como productivas todas las actividades que creaban utilidades evidenciadas por su capacidad para tener un precio en el mercado.

Este período se vio afectado durante la Primera Guerra Mundial ya que se perdieron muchos contactos comerciales ya establecidos, las economías se concretaron en elaborar mercancías para la guerra y no para la exportación. Los mercados mundiales cambiaron de condición y de ubicación, se crearon nuevas fronteras por lo tanto nuevas restricciones aduaneras y arancelarias.

Teoría Neoliberal

La teoría neoliberal surge en el siglo XX debido a múltiples causas y fundamentalmente al efecto de 2 guerras mundiales y a una grave crisis económica, en este período el sistema de relaciones comerciales sufrió cambios considerables. Para coordinar los movimientos mercantiles y de divisas durante la Primera Guerra Mundial, muchos países beligerantes y neutrales iniciaron un control de cambios y se detuvo la circulación internacional de los capitales.

La gran crisis económica de 1929 en Estados Unidos (originada por sobreproducción y especulación que generaron una caída en la bolsa de valores de Nueva York afectando a todo el mundo) estimuló nuevamente políticas restrictivas y la intervención de los estados en los asuntos económicos, así que se empiezan a manifestar discrepancias en los tipos de cambio, en pagos internacionales y en las relaciones comerciales bilaterales.⁵

Entre 1930 y 1938, el viejo sistema de relaciones económicas internacionales basado en la organización bilaterales, fue decayendo, pero con la Segunda Guerra Mundial fue inevitable el derrumbamiento mundial económico donde se creó una anulación completa de los movimientos internacionales de mercancías, capitales y personas.

⁵Friedman Milton y Rosa de Friedman, (1983) *la Libertad de Elegir*, España, Ed, Grijalvo p.p.48-65

Al finalizar la segunda Guerra Mundial, en la economía internacional la producción, la distribución, el consumo, la capitalización y la circulación resultaron inadecuadas al igual que la balanza de cuentas internacionales. Dadas las consecuencias antes mencionadas surgió la idea de promover el desarrollo internacional a través de ayuda económica proporcionando incentivos para lograr un aumento de la tasa de ahorro nacional de los países y así estimular el crecimiento económico. Debido a esto, Estados Unidos inició una serie de programas para ayuda económica internacional.

Algunos de éstos programas llevo a cabo en el plano monetario la creación de El Fondo Monetario Internacional en 1944, tenía como objetivo resurgir a través de la colaboración internacional, un sistema mundial en el cuál las distintas monedas, volvieran a desempeñar el papel de instrumento para facilitar el intercambio; el Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo 1944 tenía como objetivo, el de favorecer la financiación del desarrollo y la reconstrucción de la economía de los países que lo integran. En el plano comercial y aduanero, a la firma del G.A.T.T. (General Agreement on Tariffs and Trades) en 1947, donde se prohibían la adopción de aranceles especiales de tránsito, precisó los criterios de determinación de los valores aduaneros y las formalidades inherentes a las operaciones de importación y exportación, marcas de origen, publicó los reglamentos para el comercio con el extranjero.

En 1948 América Latina creó el Consejo Económico para América Latina (CEPAL) dedicado a estudiar los problemas económicos de cada región. Los países socialistas encabezados por la URSS crearon el Consejo de Asistencia Mutua Económica COMECON en 1949. En 1957 se creo la Comunidad Económica Europea con el objetivo de crear un mercado común, reflejando la unión económica que reiniciara la producción económica de los países miembros. En 1959 se estableció el Convenio de Estocolmo EFTA creándose una zona de libre comercio de sus países miembros.

Dado a este tipo de acuerdos en la economía mundial, los estados han venido conduciendo sus políticas nacionales lo cual ha dado nuevas pautas de conductas dentro del ámbito comercial, ya sea por cooperación colectiva, o por cuestiones individuales.

En la actualidad el Comercio Internacional es un factor estratégico en el desarrollo económico de un país, por lo que contribuye al crecimiento y bienestar de la economías. Generalmente todos los países tienen contacto entre sí mediante intercambios económicos, culturales y políticos, pero en lo que se refiere a materia económica todo país tiende a obtener ventajas de su comercio internacional y busca implantar normas económicas que ayuden a proteger y a promover su comercio.

La firma de tratados económicos ha beneficiado al comercio haciéndolo más activo entre regiones y bloques económicos dando facilidades a los intercambios entre los países miembros, por medio de la reducción de aranceles y otros mecanismos.

México no ha quedado fuera de las negociaciones comerciales internacionales ya que son fundamentales para la promoción de las exportaciones y constituyen un instrumento importante en la estrategia de crecimiento y modernización del país. Los tratados son una pieza clave en el desarrollo de México, que requiere una política económica y comercial dirigida a encarar y aprovechar los cambios y oportunidades de la globalización.

En este sentido, México ha llevado a cabo, en los últimos años, un profundo proceso de transformación a fin de incorporarse al dinamismo de la economía internacional. Nuestra política exterior se ha caracterizado por una amplia apertura a fin de lograr mayores espacios comerciales y elevar su competitividad. Actualmente se tienen firmados 11 tratados con 32 países en 3 tres continentes.

México: Negociaciones Comerciales Internacionales

Tratado	Países	Publicación D.O.F.	Entrada en vigor
TLCAN	Estados Unidos y Canadá	20-Dic-1993	1-Ene-1994
TLC-G3	Colombia y Venezuela	9-Ene-1995	1-Ene-1995
TLC México - Costa Rica	Costa Rica	10-Ene-1995	1-Ene-1995
TLC México - Bolivia	Bolivia	11-Ene-1995	1-Ene-1995
TLC México - Nicaragua	Nicaragua	1-Jul-1998	1-Jul-1998
TLC México - Chile	Chile	28-Jul-1999	1-Ago-1999
TLCUEM	Unión Europea	26-Jun- 2000	1-Jul- 2000
TLC México - Israel	Israel	28-Jun- 2000	1-Jul- 2000
TLC México - TN	El Salvador, Guatemala y Honduras	14-Mar-2001	15-Mar-2001 con El Salvador y Guatemala y 1-Jun-2001 con Honduras.
TLC México - AELC	Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza	29-Jun- 2001	1-Jul-2001
TLC México - Uruguay	Uruguay	Pendiente	Pendiente

Fuente: Secretaría de Economía, 2002⁶

Los pactos comerciales que México ha firmado con otros países nos han traído múltiples beneficios: los tratados simplifican los trámites de exportación e importación, permiten aumentar la disponibilidad de insumos, materias primas de mayor calidad, mejores precios e incremento de competitividad de los productos hechos en México.

1.2.- Antecedentes del Desarrollo Comercial en México (Hasta 1982)

Durante más de 40 años, la industria instalada en México no tuvo necesidad de competir, nuestro país contó de 1940 a 1952, con una significativa demanda de productos para satisfacer las necesidades de los países en guerra, esto le permitió montar un aparato de exportación de productos mineros, agropecuarios y

⁶ <http://www.economia-snci.gob.mx/sic%5Fphp/l/s23al.php?s=20&p=1&l=1#>

materias primas tropicales, que empujaron la importación de bienes de capital para la industrialización.

México contó de 1958 a 1970, con una demanda suficiente de productos primarios y de manufacturas de consumo; con un apoyo moderado de crédito de los organismos internacionales, que fueron la base de su desarrollo y de su sorprendente crecimiento industrial. Sin embargo, las condiciones internas e internacionales de esta etapa, obligaron que México basara su estrategia de desarrollo en la sustitución de importaciones, proceso que consistió en establecer elevados aranceles, cuotas reducidas o incluso prohibición a las importaciones de una amplia gama de bienes, con el objeto de propiciar su producción interna.

Para fomentar la sustitución de importaciones, la inversión pública se orientó al sector industrial, a costa de los recursos canalizados a la agricultura y los precios de los bienes producidos por el Estado y utilizados para la industria. Este período se conoce como "Desarrollo Estabilizador" (1958-1971).

La estrategia económica en este período provocó un alto crecimiento de la economía nacional (6.56% promedio anual) y una baja inflación del (3.6% anual)⁷. También se generó un incremento en el empleo. A pesar de esto, el Desarrollo Estabilizador no pudo absorber la oferta de mano de obra, ni mejorar la distribución del ingreso.

A finales de la década de los sesenta, México se encontró con que las actividades que le generaban divisas le comenzaron a costar. La salida, se encontró en la deuda externa. La crisis comercial mundial que en 1971 empujó la devaluación del dólar, provocó un exceso de liquidez mundial que llevó a la banca comercial de los países industrializados a un proceso de reestructuración y comenzó a canalizar sus excedentes a los países del tercer mundo

⁷ Blanco Mendoza, Herminio (1994), *Las Negociaciones comerciales de México con el Mundo*, México, Fondo de Cultura Económica, p.23

La importancia que durante el Desarrollo Estabilizador se dio al crecimiento de la industria provocó que se canalizara a éste sector recursos provenientes del resto de la economía, en especial de la agricultura. Esto propició el costoso y exagerado crecimiento de algunas ciudades, y agudizó la tendencia a la concentración de la población urbana en perjuicio de la rural. Con esto termino la tendencia al crecimiento.

Entre 1973-1977, en la etapa conocida como "Desarrollo Compartido" se intentó mantener el crecimiento, generar más empleos y distribuir mejor el ingreso, aumentando el gasto público. Pero, como los ingresos públicos no crecieron, el instrumento básico para financiar la nueva estrategia económica fue la deuda externa.

En 1976, México suscribió el Convenio de Facilidad Ampliada con el Fondo Monetario Internacional, que tuvo vigencia de 1977 a 1979, conduciendo a la instalación de políticas de ajuste al desequilibrio externo. Con este Convenio se estableció la liberación del mercado interno mediante la eliminación de subsidios y controles a los precios; la liberación del comercio internacional, disminuyendo aranceles a las importaciones y subsidios a las exportaciones, y la reducción de la participación del Estado como agente económico.

En este período se le dio prioridad a la exportación del petróleo, los enormes ingresos que comenzó a recibir el país por éstas permitieron posponer los ajustes del déficit fiscal, el desequilibrio monetario y el endeudamiento externo entre otros. A cambio de comprometer una parte de los ingresos presentes y futuros, mediante la contratación de deuda externa, se logró mantener una política de gasto público expansiva que generaba crecimiento económico y empleos. La política comercial en general, siguió siendo proteccionista.

En 1978 la crisis del petróleo provocó que la deuda de los países subdesarrollados creciera de una manera sin precedente, además de que se privatizó de tal forma que, para la mayoría de los países que se endeudaron, perdió credibilidad el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, ó el Banco Interamericano de Desarrollo, mientras que los bancos comerciales incrementaron su número de adeptos.

Uno de los hechos más sobresalientes durante el periodo de 1979-1981 fue que el producto global del país tuvo un crecimiento real superior el 8% anual.⁸

PIB, inversión, exportaciones e importaciones 1976-1981

(Tasa de Crecimiento)

	1976	1977	1978	1979	1980	1981
PIB	4.2	3.4	8.2	9.2	8.3	7.9
Inversión fija bruta	0.4	6.7	15.2	20.2	14.9	14.7
Pública	7.6	6.7	31.6	17.1	16.7	15.8
Privada	6.1	6.7	5.1	22.7	13.7	13.9
Exp. Totales	19.4	27.2	30.4	45.4	71.6	28.3
Petroleras	21.1	84.2	79.6	113.3	162.7	39.6
No Petroleras	16.4	16.8	16.3	14.8	-2.7	3.3
Imp. Totales	-6.0	-9.5	38.8	51.3	57.2	27.1

Fuente: Elaborado con base en datos del Banco de México

El hecho de que México haya dependido en buena medida de los ingresos petroleros para reactivar la economía lo condujo a una nueva etapa de dependencia externa, al sustituir un proceso de política de industrialización y comercio exterior eficiente por una política subordinada al petróleo.

En 1979, se empezó a manifestar un proceso de no restricción de importaciones en todo tipo de bienes, lo más importante en esta etapa, es que ni los recursos de la deuda ni los del petróleo fueron empleados para la reestructuración de las actividades que en el pasado le proporcionaban divisas al

⁸ Villarreal, René, (1998), *Industrialización, Deuda y Desequilibrio Exterior en México "Un Enfoque Estructuralista"*, México, Fondo de Cultura Económica, p.403

país. La crisis agropecuaria, que se explica por la expansión demográfica, por la pérdida de productividad en el campo y por la falta de inversión modernizadora en el sector; y la crisis minera, que se explica por el avance tecnológico y el rezago de México para incorporarse a la industria pesada básica, seguían siendo actividades que no aportaban recursos suficientes para que el país continuara su modernización industrial. Por otro lado, los ingresos del petróleo prácticamente se consumían en el servicio de la deuda y el turismo prácticamente no existía, así que se necesitaba una fuente de divisas que sustituyera a las anteriores.

En el periodo de 1976-1982 se presentaron los siguientes elementos determinantes del desequilibrio externo y sus principales causas:

- El déficit en la balanza comercial de manufacturas, producto de la estrategia de industrialización sustitutiva (caracterizada por excesiva protección y sesgo antiexportador), y el problema estructural de la desarticulación intraindustrial e intersectorial.
- El déficit en la balanza de servicios financieros (servicio de la deuda externa).
- La salida de divisas o fuga de capitales, producto de diversos factores: incertidumbre, desconfianza en la evolución de la economía, expectativas devaluatorias y un régimen de libre movimiento de capitales.⁹

Esto es, se agudizaron y ampliaron los déficit en las cuentas con el exterior, que se financiaron con más deuda externa, exportaciones de petróleo y pérdidas de reserva, así como con inversión extranjera directa.

⁹ Ibid, p.414

Balanzas Parciales de pagos 1976-1981
(Millones de Dólares)

Concepto	Acumulado 1976-1981
Balanza en Cta . Corriente	
Ingresos	95791
Egresos	135427
Saldo	-39636
Balanza Comercial	
Exportaciones	58797
Importaciones	74743
Saldo	-15946
Balanza de Cta. petrolera	
Exportaciones	32452
Importaciones	3858
Saldo	28594
Balanza Cta no petrolera	
Exportaciones	25267
Importaciones	70812
Saldo	-45542
Balanza Cta manufacturera	
Exportaciones	16175
Importaciones	64875
Saldo	-18700
Balanza de Servicios Financieros	
Ingresos	3910
Egresos	30304
Saldo	-26394
Balanza de Servicios no Financieros	
Ingresos	33081
Egresos	30376
Saldo	2705
Servicio de la Deuda	
Intereses	25611
Amortizaciones	20508
Total	46119
Fuga de Capitales	20188

Fuente: Banco de México

Las causas fundamentales de la crisis de 1982, se manifestaron en 1981, y el desequilibrio externo en su carácter tridimensional (manufacturero, servicio de la deuda externa y fuga de capitales) se expresó en ese año con el más elevado déficit en cuenta corriente de la Historia de México (16,052 mdd), equivalente al déficit acumulado en el periodo de 1978-1980, y el endeudamiento externo mas elevado que en un año aumentó al equivalente a toda la deuda externa acumulada

hasta finales del gobierno de Luis Echeverría. Esto originó una devaluación del 500% y un índice inflacionario del 100%.¹⁰

1.3.-Apertura Comercial (1983-2002)

La primera etapa de la apertura de la Economía Mexicana llevada a cabo entre 1983 y 1993, se da fundamentalmente por:

- El agotamiento del desarrollo por sustitución de importaciones.
- La necesidad de enfrentar los compromisos internacionales.
- La urgencia de recuperar el crecimiento económico y,
- Generar más y mejores empleos

Con la apertura desaparece el sesgo antiexportador de la economía mexicana impuesto por el Modelo de Desarrollo por Sustitución de Importaciones al elevar artificialmente la rentabilidad de la producción para el mercado interno.

La apertura fue gradual y comenzó en 1983, con la reducción de aranceles. Sin embargo, se mantuvieron los permisos para las importaciones para todas las categorías de productos.

A continuación se muestran los calendarios de liberalización Arancelaria en México los cuales abarcan tres etapas.

¹⁰ Ibid p.406

Calendario de Liberalización Arancelaria en México, 1983-1989
(principales medidas y características)

Primera Etapa		
Concepto	Crisis financiera: restricciones a la importación (Situación 1982)	Apertura Gradual 1983-1985
Requisito de licencia para la importación RLI	100% de las importaciones bajo requisito de licencias	Comienza liberalización gradual, se extiende a 16.4 % de las importaciones para 1984a
Aranceles	1982 media 27%, disp 24.8%, media p. 16.4%, nivel 16, rango 0-100%	Simplificación del calendario arancelario (1985): media 21.8%, disp 18.8%, media p. 8.2%, nivel 10, rango 0-10% Precios Oficiales de Referencia de Importación (POR) para 4.7% de las importaciones b
Restricciones a la exportación		En 1983, 381 fracciones sujetas a permisos de exportación, equivalentes a 10.1% de las exportaciones
Programas de promoción para la exportación		1985 El programa de Empresas de Ingeniería y Tecnología es reinstaurado. Programa PITEX Programa DIMEX (derecho a la importación de mercancías para la exportación)

Fuente: Dirección General de Política de Comercio Exterior SECOFI

a: Este proceso de liberalización gradual continuó a lo largo de la primera mitad de 1985 (711 fracciones más liberalizadas). El objetivo fue extender la liberalización de requisitos de licencia de 35-45% del total de las importaciones a más tardar en diciembre de 1985. Sin embargo, el Decreto del 25 de julio de 1985 cambió de tendencia liberalizando 3064 fracciones (de un total de 9068 fracciones arancelarias)

b: Información para el 31 de Diciembre 1984. No hubo cambios en los POR a partir de esta fecha y hasta abril de 1995.

Calendario de Liberalización Arancelaria en México, 1983-1989
(principales medidas y características)

Segunda Etapa		
Reforma 1985	Profundización de reformas y entrada al GATT 1986-1987	Pacto de Solidaridad económica 1987-1988
Decreto 1985: se extiende la liberalización a 64.1% de las importaciones	La liberalización se extiende a 73.2% de las importaciones c	Liberalización gradual hasta 78.2% de las importaciones e
Decreto 1985: el arancel se incrementa para compensar la reducción en los requisitos de licencia. 1985: media 25.5% disp 18.8% media p 13.3%, nivel 10, rango 0-100% POR se extiende a 9.1% de las importaciones	Decreto 1986. Decreto 1987. Reducciones arancelarias GATT 1987: media 19%, disp 13%, media p. 10.6%, nivel 7, rango 0-40%. POR virtualmente eliminado. se reduce a 0.5% de las importaciones d	1987. Decreto: Reducciones arancelarias del Pacto de Solidaridad Económica. 1988: media 10.4%, disp 7.1%, media p. 6.1%, nivel 5, rango 0-10%. 1988 POR eliminados
En 1985, 249 fracciones sujetas a permisos de exportación equivalentes a 14.8% de las exportaciones	En 1987, 204 fracciones sujetas a permisos de exportación, equivalentes a 14.6% de las exportaciones	En 1988, 415 fracciones sujetas a permisos de exportación, equivalentes 13.1% de las exportaciones.
	1986, Programa ALTEX, Programa ECEX	

Fuente: Dirección General de Política de Comercio Exterior SECOFI

POR: Precios Oficiales de Referencia de Importación.

c: Información para el 31 de Dic de 1987. El dato es representativo para el 15 de dic de 1987, debido a que no hubo cambios en los requisitos de licencias en esas fechas.

d: Información para el 31 de dic de 1987. El dato es representativo para el 15 de dic de 1987, debido a que no hubo cambios en el POR en esas fechas.

e: para los cálculos hechos con información de importación y exportación en el período de julio-noviembre de 1988.

Calendario de Liberalización Arancelaria en México, 1983-1989
(principales medidas y características)

Tercera Etapa		
Renovaciones del pacto (1989-1990)	Renovaciones del Pacto (1991)	Renovaciones del pacto (1992)
En 1989, 18.9% de las importaciones, sujetas a permisos de importación.	En 1991, 9.11% de las importaciones sujetas a permisos de importación	En 1992, 10.7% de las importaciones sujetas a permisos de importación
En 1990, 13.1% de las importaciones, sujetas a permisos de importación. Decretos 1989: los aranceles aumentan para disminuir la dispersión. 1989: media 13.1%, disp 4.3%, media p 9.8% nivel 5, rango 0.20%. 1990: media, 13.1% disp 4.5%, media p 10.5%, nivel 5, rango 0.20%	1991: media 13.1%, disp 4.5%, media p 11.2% nivel 5, rango 0.20%	1992: media 13.1%, disp 4.5%, media p. 11.4%, nivel 5, rango 0.20%
En 1989, 386 fracciones sujetas a permisos de exportación, equivalentes a 7.5% de las exportaciones. En 1990, 362 fracciones sujetas a permisos de exportación, equivalentes a 7.8% de las exportaciones. Programas, PITEX, ALTEX, ECEX, DRAWBACK	En 1991, 343 fracciones sujetas a permisos de exportación, equivalentes a 6.6% de las exportaciones. Programas PITEX, ALTEX, ECEX, Y DRAWBACK	En 1992, 101 fracciones sujetas a permisos de exportación, equivalentes a 3.0% de las exportaciones. Programas PITEX, ALTEX, ECEX, Y DRAWBACK

Fuente: Dirección General de Política de Comercio Exterior SECOFI¹¹

En 1985, en el contexto de un menor dinamismo de las exportaciones manufactureras y de una disminución en la demanda de hidrocarburos, y con el fin de recuperar el crecimiento económico, el gobierno decide promover las exportaciones no petroleras.

El sector más abierto para las exportaciones fue el de la industria maquiladora, y mostró en el periodo de 1986 a 1992 un incremento en el empleo del 10.5% anual en promedio. En este mismo periodo las exportaciones maquiladoras aumentaron 270.3%¹², equivalente a una tasa anual promedio de 20.6%. por su parte, el valor de la exportación de manufacturas excluyendo

¹¹ Blanco Mendoza, Herminio (1994), *Las Negociaciones comerciales de México con el Mundo*, México, Fondo de Cultura Económica, p. 40-42

¹² *Ibid*, p.52

maquiladoras, se incrementó en 236%, o sea una tasa anual promedio de 18.9%. este comportamiento muestra el potencial exportador del sector manufacturero en un contexto de apertura económica.

Dado el avance del programa de liberalización de importaciones en el país, a mediados de los años ochenta, fue un paso lógico para México adherirse al GATT para gozar de las preferencias arancelarias ofrecidas por los países miembros del organismo. Los términos del Acuerdo para el ingreso de México al organismo eran continuar con la eliminación de los permisos de importación, así como con la reducción arancelaria. El costo de ingresar al organismo fue mínimo, representaba beneficios en términos de acceso a mercados, de credibilidad y de certidumbre en al política comercial.

Como consecuencia de las circunstancias internacionales adversas que enfrentó la economía mexicana en 1985 y 1986, se registró un crecimiento negativo y una inflación creciente. Como respuesta, el gobierno aplica un programa de ajuste y estabilización en Diciembre de 1987 denominado Pacto de Solidaridad Económica. Como parte del Pacto, el proceso de liberalización tuvo un papel adicional en el marco de la estabilización: debilitó el poder de los oligopolios en la fijación de precios al permitir la entrada de productos importados con aranceles muy bajos.

En diciembre de 1988, la administración del Presidente Carlos Salinas de Gortari aplica un programa de ajuste propio (Pacto para la Estabilidad y Crecimiento Económico), que acelera la aplicación de medidas para la recuperación del crecimiento económico.

En 1989 se inició un programa para eliminar la regulación excesiva que reducía la eficiencia y la competitividad de nuestra economía. Entre julio de ese año y diciembre de 1992 se adoptaron más de 50 modificaciones legislativas o

regulatorias; lo mismo disposiciones dirigidas a mercados específicos, que cambios fundamentales a las normas de funcionamiento de la economía mexicana. Respecto al comercio exterior, se simplificó el proceso para obtener patente de agente aduanal y se suprimieron limitaciones de movilidad entre aduanas, con lo cual se amplió la oferta de servicios. También se eliminó el control de cambios.

Con la apertura y las reformas, se deja de premiar con la protección a los productores de bienes para consumo nacional, con lo que las exportaciones empezaron a jugar un papel más importante en el crecimiento económico y la generación de empleos. La participación de las exportaciones en la economía de nuestro país aumentó en los últimos años. La participación de las exportaciones de bienes y servicios en el PIB se elevó de 13.5% en 1982 a 18.2% en 1992. Así mismo, el comportamiento y estructura de las exportaciones no petroleras cambió radicalmente. De 1983 a 1992, crecieron en valor a una tasa promedio de 15.2%, como consecuencia de ello su participación en las exportaciones totales pasó de 22% en 1982 a 70% en 1992.¹³

BALANZA DE PAGOS **mdd (imp/exp totales)**

Concepto	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Exportaciones	18,031	26,757	40,710	79,541	95,999	110,431	117,459	136,391	166,454
Importaciones	21,089	18,359	41,593	72,453	89,468	109,807	125,373	141,974	174,457

Fuente: INEGI

Dado al incremento de exportaciones se empezaron a firmar Acuerdos y Tratados que en la actualidad permite a México negociaciones preferenciales con 32 países en del mundo. A continuación se detallan:

¹³ Ibid, p. 63

Acuerdo de Complementación Económica con Chile

En 1991 se firmó el Acuerdo de Complementación Económica con Chile (TLC). Así México se ha convertido en uno de los socios más importantes y dinámicos de Chile. Después de nueve años de este acuerdo de complementación, las exportaciones mexicanas a Chile crecieron 346%, superando los 615 millones de dólares. El desempeño comercial entre estos 2 países propició la negociación para ampliar y profundizar la cobertura del TLC, ya que éste sólo consideraba la liberalización del comercio de bienes. Entre los temas que se incluyeron en el nuevo acuerdo se encuentran: servicios, inversión, compras gubernamentales y propiedad intelectual.¹⁴

Tratado de Libre Comercio de América del Norte

En 1994 entra en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) siendo un instrumento clave que ha incrementado los flujos de comercio e inversión entre México, Estados Unidos y Canadá. Norteamérica es una de las regiones comerciales más dinámicas e integradas del continente; aproximadamente una tercera parte del comercio total de éste se realiza entre los socios del TLCAN.

En un período de siete años desde del inicio del TLCAN, el crecimiento promedio anual del comercio total entre Estados Unidos y Canadá fue de 10.1%, por arriba del crecimiento en el comercio mundial de bienes (7.9%). Desde la entrada en vigor del TLCAN el comercio aumentó 115.7%. Con este tratado, Canadá se convirtió en el cuarto mercado par los productos mexicanos y México se ha convertido en el tercer socio comercial de Canadá. En el mismo período, el intercambio de estos 2 países creció 200%. En 2001, las ventas de productos de México a Canadá sumaron 7.8 mdd, 170.2% mas que antes de la entrada del

¹⁴ Secretaría de Economía, *Negociaciones Comerciales Internacionales*, México, 2001, p.p. 12-13

TLCAN. Como resultado de este crecimiento México ha incrementado su participación en el total de las importaciones canadienses de 2.1% en 1993 a 3.5% en 2001.¹⁵

El comercio bilateral de México con Estados Unidos desde 1994 se ha triplicado, creciendo a una tasa promedio anual de 14.1%. como resultado, México es el segundo mercado más grande para los productos estadounidenses, uno de los socios más dinámicos de Estados Unidos. Durante el 2001, el comercio bilateral excedió los 245 mil mdd, un incremento del 187% desde 1993. En el 2001, las ventas de productos mexicanos a Estados Unidos, sumaron casi 131 mil mdd y superaron a la suma de exportaciones procedentes del resto del mundo.¹⁶

La certidumbre en el acceso a los mercados de Estados Unidos y Canadá que brinda el TLC ha incrementado el comercio y las oportunidades de inversión para las empresas mexicanas y las extranjeras en México. Estados Unidos es la principal fuente de Inversión Extranjera Directa para México. Entre 1994 y 2001, las 13949 empresas con capital estadounidense invirtieron 64.7 mil mdd de la siguiente manera:

- 45.5% en el sector manufacturero
- 36.5% en el sector servicios
- 10.9% en el sector comercio
- 5.8% en el sector comunicaciones y transportes, y
- 1.3% en otros sectores¹⁷

A pesar de la desaceleración de la economía mundial en 2001 y los eventos del 11 de septiembre, el TLC continúa brindando beneficios a los consumidores, agricultores, trabajadores y empresarios de los 3 países socios.

¹⁵ Ibid p.p. 8-11

¹⁶ Ibid p.p. 8-11

¹⁷ Secretaría de Economía, *Negociaciones Comerciales Internacionales*, México, Diciembre 2002.

Estos han redoblado esfuerzos conjuntos para continuar con la liberalización comercial en América del Norte.

Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres

En 1995 se firma el Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres (TLC-G3), México, Colombia y Venezuela sumaron en los últimos 6 años 4 mil mdd en su comercio trilateral, 51% más que el registrado en 1994. El comercio entre México-Venezuela en el 2000 alcanzó 1,049mdd, 119% más que en el mismo período de 1994. El comercio México-Colombia superó lo 728 mdd, 57% superior a lo registrado en 1994.¹⁸

Tratado de Libre Comercio con Costa Rica y Bolivia

En 1995 también se firman Tratados de Libre Comercio con Costa Rica y Bolivia. Con Costa Rica el comercio bilateral sumó 566 mdd, 243% más que el registrado en 1994. Con Bolivia el comercio bilateral se ha incrementado en 51.7%, en el 2000 el intercambio comercial superó los 54 mdd.¹⁹

Tratado de Libre Comercio México-Nicaragua

En diciembre de 1997, se firmó el Tratado de Libre Comercio México-Nicaragua. Este tratado entró en vigor el primero de julio de 1998 y fue el segundo tratado de Libre Comercio de México con un país de Centroamérica. A partir de esa fecha, el 45% de las exportaciones de México a Nicaragua quedaron libres de aranceles y el 77% de las exportaciones Nicaragüenses a México fueron liberadas de inmediato.²⁰

¹⁸ Ibid p. 13

¹⁹ Ibid p. 14

²⁰ Ibid p.p. 14-15

Acuerdo de Complementación Económica Número 5 México-Uruguay

El 29 de diciembre de 1999 se firmó la ampliación del Acuerdo de Complementación Económica Número 5 México-Uruguay, mediante la profundización de las preferencias arancelarias, así como el establecimiento de normas y disciplinas en materia de accesos de mercados, reglas de origen y procedimientos aduaneros. Este acuerdo estará vigente hasta que sea sustituido por el que llegase a suscribirse entre México y Mercosur y permite otorgar a los exportadores, importadores e inversionistas de ambos países, mayor certidumbre, con reglas claras y transparentes, lo que favorecerá un incremento de las relaciones económicas entre éstos 2 países. En 1998, se registró un comercio de 74.2 mdd y en 2000 se incrementó al llegar a los 121.6mdd.²¹

Tratado de Libre Comercio con Guatemala, Honduras y el Salvador

El Tratado de Libre Comercio con Guatemala Honduras y El Salvador (TRIANGULO DEL NORTE) entró en vigor el 15 de marzo del 2001. El Tratado contempla compromisos en materia de desgravación arancelaria, reglas de origen, disciplinas en materias de normas técnicas, fito y zoonosanitarias, servicios, propiedad intelectual, solución de controversias, prácticas desleales de comercio, inversión, mismas que permitirán desarrollar mayores corrientes de comercio y flujos de inversión entre las partes.

Tratado de Libre Comercio con al Unión Europea

El Tratado de Libre Comercio con La Unión Europea (UE) que esta formada por 15 Estados Miembros, entró en vigor el primero de julio del 2000. Este grupo es nuestro segundo socio comercial y nuestra segunda fuente de inversión extranjera directa. En 2001, el comercio total con la UE ascendió a 21.5 mdd, 6% más que en el mismo período de 2000. En este mismo período, el 79%

²¹ Ibid, p. 15

del intercambio comercial fue con: Alemania (7.6 mdd), España (3.1mdd), Francia (1.9mdd), Italia (2.3mdd) y Reino Unido (2.0 mdd).²²

En años previos a 1995, México representó el principal mercado para la UE en el continente americano. Sin embargo, en años recientes, México ha ido perdiendo su posición como primer comprador de la Región de productos comunitarios, a pesar del significativo crecimiento de las importaciones mexicanas. Así mismo, el dinamismo del intercambio comercial entre México y la UE se ha debilitado en relación con otros socios comerciales: la contribución de la UE en el comercio total de México se redujo considerablemente de 11.4% en 1990, a sólo 6.6% en 2001.²³ La causa más importante de este comportamiento se debe a que tanto México como la UE han negociado tratados de libre comercio u otros acuerdos preferenciales que ponen en desventaja a los exportadores mexicanos en el mercado comunitario y viceversa.

COMERCIO DE MEXICO (MMDD)												
PAIS	CONCEPTO	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
CHILE	EXP	138.2	178.3	209.6	263.7	600.6	927.2	1076	849.9	578.8	615.7	532.7
	IMP	49.8	95.5	130.1	230.1	154.3	170.8	372.4	552	683.5	893.7	975
	COMERCIO											
	TOTAL	188	273.8	339.7	493.8	754.9	1098	1448.6	1401.9	1262.3	1509	1507
COLOMBIA	COM TOTAL				463	603	611	718	771	625	728	
VENEZUELA	COM TOTAL				479	566	591	950	914	754	1049.8	
COSTA RICA	EXP				137	177	252	280	328	345	393	382
	IMP				28	16	58	77	87	191	180	184
	COM TOTAL				165	193	310	357	415	536	573	566
BOLIVIA	EXP				16.7	19.5	25.6	36.3	37.9	34.6	40.9	
	IMP				19.1	5.1	8	10.3	7	7.8	13.4	
	COM TOTAL				35.8	24.6	33.6	46.6	44.9	42.4	54.4	
NICARAGUA	EXP							83	70	77.2	86.5	136.7
	IMP							11.5	13.6	14.8	26.9	31
	COM TOTAL							94.5	83.6	92	113.4	167.7
UNION EUROPEA	EXP			2.7	2.8	3.3	3.5	3.9	3.9	5.2	5.6	5.3
	IMP			7.8	9	6.7	7.7	9.9	11.7	12.7	14.7	16.2
	COM TOTAL			10.6	11.9	10.1	11.2	13.9	15.6	17.9	20.3	21.5

Fuente: Secretaría de Economía

²² Ibid, p.p. 18-20

²³ Ibid, p. 18

1.3.1.-Relaciones Comerciales con Estados Unidos de América

"Nuestras naciones están unidos por lazos de historia, familia, valores, comercio y cultura. Hoy estos lazos nos dan una oportunidad sin precedentes. Tenemos la posibilidad de forjar una coalición que mejorará las vidas de los ciudadanos de ambas naciones".²⁴

Nuestro comercio con Estados Unidos ha sido de trascendental importancia durante más de un siglo, pero principalmente desde la Segunda Guerra Mundial ya que desde 1943 se firmó el Acuerdo de la Nación más Favorecida, así que en el período de la posguerra se dio un crecimiento en el comercio bilateral. En 1965 se estableció el Programa de maquiladoras en el norte de México donde se logró promover una integración muy importante entre los 2 países, pese a la negativa de México de ingresar a GATT. La existencia de este Acuerdo facilitó el intercambio comercial, en la medida en que cada gobierno concedió a los productos del otro el mismo trato arancelario que daba a los productos similares introducidos a su mercado por terceros países miembros del GATT. En 1980 México y Estados Unidos buscaron mejores posibilidades de consulta, negociaciones y resolución de disputas comerciales y cuestiones relacionadas.

Un primer resultado de este proceso de búsqueda de nuevos mecanismos del comercio bilateral fue la propuesta del gobierno de Estados Unidos, en 1980, de negociar un Acuerdo Bilateral de Consulta y Notificación en cuestiones Comerciales. Conforme a esta propuesta, este Acuerdo obligaría a cada gobierno a notificar al otro previamente su intención de adoptar acciones o políticas en el ámbito comercial. México rechazó la propuesta. De aquí siguieron otros esfuerzos por parte del gobierno de Estados Unidos por hacer negociaciones comerciales con México.

²⁴ Presidente de los Estados Unidos de América, George W. Bush, 15 de Febrero de 2001.

A finales de 1985 otro importante evento en la relación bilateral que sirvió para mejorar el clima de las relaciones y estabilizar el comercio fue, el anuncio del gobierno de México de que planeaba iniciar nuevas negociaciones para ingresar al GATT. La nueva negociación tenía lugar en un momento en que los Estados Unidos ganaba adeptos ante la noción de que el GATT había perdido gran parte de su funcionalidad, por varias razones, entre las que se destacaba la debilidad del mecanismo de resolución de disputas. México se comprometió con este acuerdo a eliminar los precios oficiales como método de valoración aduanera, además de incluir el beneficio de la prueba de daño en disposiciones de la Ley Comercial Mexicana de 1986 que regula las prácticas desleales en el comercio.²⁵

Durante el período de 1972 a 1989, el comercio bilateral México-Estados Unidos, experimentó varias transformaciones. En estos años que la relación tradicional de un país industrializado y otro en vías de desarrollo en la que México abastece bienes primarios y manufacturas sencillas a cambio de recibir bienes de capital, bienes intermedios, insumos para la producción y artículos suntuarios, se sobrepone otra en que México se convierte en un importante abastecedor de productos manufacturados a Estados Unidos.

En el mismo período la industria maquiladora aumentó de 350 empresas en 1972 a 1,700 en agosto de 1989.²⁶ En términos cuantitativos, la enorme expansión del comercio bilateral se vio incrementada en 1986, ya que México se convirtió en el cuarto socio comercial de Estados Unidos, detrás solamente de Canadá, Japón y Alemania occidental. Durante el boom petrolero, México llegó a ocupar el tercer lugar, pero la caída de los precios del petróleo provocó que descendiera al quinto lugar en términos del valor de las importaciones que abasteció a Estados Unidos.

Con anterioridad al inicio de la crisis financiera mexicana de 1982, Estados Unidos mantuvo un superávit comercial con México. A partir de 1982 esta situación se revirtió, con un superávit a favor de México que en 1983 alcanzó la

²⁵ Vega Canovas, Gustavo, (1991) *México ante el Libre Comercio con América el Norte*, México, Ed Colegio de México y Universidad Tecnológica de México, p.191

cifra pico de 8,000 mdd,²⁷ hasta que en 1989 la balanza comercial mexicana volvió a regresar a una situación de déficit. La explicación de este déficit no se vincula a una pérdida de dinamismo de las exportaciones, si no que las dificultades se dieron ya que los precios internacionales del petróleo bajaron considerablemente y la inflación interna de México provocaron un efecto negativo de las exportaciones manufactureras.

En 1989, México importó el 68.3% de sus compras de los Estados Unidos, país al que le exportó el 64.3% de sus ventas al exterior.²⁸

En 1990, los gobiernos de México y de Estados Unidos deciden iniciar la negociación de un acuerdo comprensivo de libre comercio. El 11 de junio de 1990 el Presidente Carlos Salinas de Gortari y el Presidente George Bush, acordaron las negociaciones sobre el tratado de libre comercio entre los dos países. Más tarde, Canadá se incorporó a las negociaciones, iniciándose de esta forma los tratados trilaterales con el objetivo de crear una zona de libre comercio en América del Norte. Las negociaciones concluyeron el 11 de agosto de 1992. El Tratado se firmó el 17 de diciembre de 1992 y entró en vigor el Primero de Enero de 1994. Los principales objetivos del TLCAN son:

- Promover las condiciones para una competencia justa.
- Incrementar las oportunidades de inversión.
- Establecer procedimientos eficaces para la aplicación del TLC y la solución de controversias.
- Eliminar las barreras al comercio, estimulando el desarrollo económico para cada país signatario.

²⁶ Ibid. p. 176

²⁷ Ibid p. 177

²⁸ Mercado H, Salvador, (1999), *Comercio Internacional II*, México, D.F., Noriega Editores, p.376

Una de las partes centrales para la regulación del comercio de bienes es el Programa de Desgravación Arancelaria, mediante el cual se plantea la eliminación progresiva de los aranceles sobre bienes originarios.

Desde la entrada en vigor del TLCAN se han visto los resultados de los esfuerzos de México: al reducir las barreras al intercambio de bienes y servicios, el Acuerdo ha expandido el comercio bilateral entre México y Estados Unidos. Esto ha contribuido a generar más empleos, a incrementar la oferta de productos para los consumidores a precios competitivos. Desde 1993 el comercio bilateral creció 187.7%.²⁹ Así gracias al TLCAN Norteamérica es una región económicamente competitiva e integrada.

La inversión extranjera directa ha contribuido de manera importante en la relación bilateral y cataliza el crecimiento de la inversión local y la competitividad de las empresas. La inversión extranjera directa se acompaña de diversas ventajas adicionales, que son fundamentales para el crecimiento económico y el desarrollo, tales como la transferencia de nuevos conocimientos, de tecnología y la experiencia en la administración de negocios, así como de un mayor acceso a los mercados.

Las relaciones comerciales han florecido bajo el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, bajo el cual México se ha convertido en el segundo mayor asociado comercial de los Estados Unidos, tras Canadá. El intercambio comercial total con Estados Unidos representó en el 2001 245,063 mmdd (exportaciones 140,297 mmdd, importaciones 127,534 mmdd INEGI, 2001). El crecimiento de las exportaciones mexicanas ha contribuido con más de la mitad del incremento del producto interno bruto.

²⁹ Secretaría de Economía, *México: Negociaciones Comerciales Internacionales*, (2001) , p-p 8

Actualmente en México, el sector exportador es el principal generador de fuentes de trabajo, al haber creado más de la mitad de los empleos en el sector manufacturero entre 1994 y 2001.

México: Comercio Exterior con Estados Unidos de América, 1990-2001

Exp	1990	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
mmdd	18417.7	37419.7	42,851	51,645	66,273	80,574	94,185	102,924	120,393	147,686	140,297
Imp	1990	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
mmdd	20521.4	44281	45,295	54,791	53,829	67,536	82,002	93,258	105,267	127,534	113,767
Com	1990	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Total	38939.1	81700.7	88,146	106,436	120,101	148,110	176,187	196,182	225,660	275,220	254,063

Fuente: INEGI 2001

Durante el período de 1995 al 2000 se dio un crecimiento considerable a las exportaciones de artesanías al mundo, siendo el más representativo el mercado de los Estados Unidos principal socio comercial de nuestro país. El incremento de las exportaciones se conformó de la siguiente manera:

- De 1995 las exportaciones de artesanías a nivel mundial pasaron de 15.966 mdd a 43.992 mdd en el 2002, representando un incremento del 275.53%.
- Las exportaciones de artesanías al mercado de Estados Unidos pasaron en el mismo período de 11.592 mdd a 33.750 mdd, representando un incremento de 291.14%
- Las exportaciones al mercado de Estados Unidos representó en el 2002 el 76.71% del 100% de las exportaciones de artesanías a nivel mundial.³⁰

México seguirá, como hasta ahora especializándose y concentrándose en el mercado natural de los Estados Unidos de América no sólo de nuestros productos, servicios e inversión, sino también de reglas del juego para el comercio internacional. La especialización y la profundización continuarán en el futuro, para aumentar la competitividad de la región de Norteamericana.

³⁰ Bancomext, World Trade Atlas con datos de la Secretaría de Economía, 2003

Una actividad importante de la economía Mexicana es el área artesanal, en la cual para muchas familias es la única fuente de ingresos, por lo cual es esencial impulsar esta actividad que se desarrolla en todo el territorio nacional, en el siguiente capítulo se mencionan los antecedentes de esta área y cual ha sido el desarrollo económico de la misma.

C A P Í T U L O I I

Artesanías, Balanza Comercial y Cerámica de Barro Cocido

2.1- La Artesanía y su evolución Histórica.

Desde sus remotos orígenes, el ser humano creó las condiciones para el desarrollo de la artesanía y su comercio. Entre las primeras artesanías que aparecen está la alfarería y los textiles de fibras blandas. El procesamiento y mezcla de barro, la construcción y alijamiento de vasijas con variadas técnicas e instrumentos, y su endurecimiento con fuego, fueron cadenas tecnológicas desarrolladas dentro de la unidad doméstica. Igualmente la torsión de fibras y su tejido en bastidores y telares, así como la confección de prendas, encontraron un desarrollo.

La fabricación de objetos rituales y ceremoniales se relacionó antiguamente con la especialización de los shamanes, los teócratas y jerarcas espirituales, quienes regulaban a los productores y consumidores.

Este sentido de producción y especialización da pie a agregar el elemento económico a lo cultural. Es aquí donde nace la economía natural, en donde se producen objetos para el consumo familiar con materiales y herramientas que obtiene directamente la unidad doméstica. Tiene el sentido de la economía porque el tiempo y el esfuerzo de fabricación se cuantifica, no como mercancía sino como satisfactores de necesidades propias.

Una vez cubiertas las necesidades de la unidad doméstica y del caserío y comunidad a través del trueque, aparece la producción mercantil, misma que daría impulso al comercio de múltiples y diferentes objetos y productos que se valorarían en función de un equivalente, como el oro, la plata, las monedas y finalmente el dinero. El pequeño productor de mercancías no sólo produciría sino que comercializaría sus objetos directamente.

La etapa histórica más importante en el desarrollo y florecimiento de la artesanía, fue la medieval. Así, durante este periodo, encontramos al artesano trabajando para un grupo de clientes relativamente pequeño y conocido, con precios que le permitían vivir en forma más ó menos adecuada y con un sistema de distribución y cambio, caracterizado generalmente por el trueque de artículos y servicios, que efectuaba directamente con el comprador. Todavía era dueño de su taller, de los instrumentos y de las materias primas con que trabajaba y contaba con la ayuda de sus familiares y aprendices, todavía no perdía las cualidades esenciales de su trabajo.

Durante la Edad Media en Europa se dio la especialización artesanal e industrial, los dueños de los talleres implantaron rigurosas condiciones de aprendizaje para controlar la competencia y evitar la proliferación de más talleres. A pesar de las leyes, reglamentos y demás, el artesano pudo desarrollar nuevas formas, introducir diseños más complejos y experimentar nuevas técnicas, pues su tendencia fue hacia la producción de objetos de lujo. La excepción fueron los oficios que surgieron cubriendo los servicios generales de la sociedad.¹

La importancia de esta etapa, radica también en la aparición de ciertos fenómenos económicos que surgieron en la Edad Media e influyeron en forma determinante en el futuro desarrollo del trabajo artesanal. Algunos de estos elementos fueron:

- La gran diversificación de oficios ocasionada por su propia subdivisión,
- La creación de los mercados como centros de compra y venta de bienes de consumo y producción,
- La multiplicación de las empresas,
- La disociación de las artesanías actividades agrícolas y comerciales, y

¹ Turok, Martha, (1988), *Como Acercarse a la Artesanía*, México, D.F, Ed. Plaza y Valdés, México p.25

- La aparición del comerciante como clase social independiente. Que actúa como intermediario y basa su propia subsistencia en tomar un producto y ponerlo a la disposición del consumidor.

Con esta nueva modalidad de la venta, el artesano pierde una parte del valor monetario su trabajo y empieza su carrera descendente, hasta convertirse finalmente en un trabajador asalariado por la tecnología que se derivó de la revolución industrial.²

El artesano del siglo XVIII, usaba en la mayor parte de los casos, las mismas herramientas que había utilizado desde antes del Renacimiento, sin tener acceso a las máquinas, durante el siglo XIX, el desarrollo del vapor propició la invención de todo tipo de máquinas que aceleraron el desplazamiento definitivo de la artesanía como la forma única y dominante de producción de bienes y productos mercantiles.

Se inició un proceso de revalorización, y de esta manera, el sello de lo “Hecho a Mano” se contrapuso a la producción en serie y se le agregó un valor cultural que antes no tenía. Más que nunca los sectores burgueses consumían las artesanías y preveían a los sectores populares de bienes de capital.

El desarrollo industrial desigual, en todo el mundo, es un factor que ha incidido en la extinción de las formas de producción artesanal que guardan en la mayoría de los casos un legado cultural e histórico. En tanto no existan las condiciones para que los productos manufacturados desplacen completamente a los de la economía de autoconsumo, éstos seguirán resolviendo las necesidades inmediatas de las sociedades campesinas. Mientras las artesanías conserven un precio inferior ó igual a las fabriles podrán competir con ellas.

² Palma, Vilma, (1977), *Boletín No. 4 del Depto de Investigaciones de las Tradiciones Populares*, México, D.F. Ed. SEP, p.127

La característica del mercado actual, es la gran demanda de productos; por consecuencia, la forma de producción es necesariamente a gran escala. El consumidor de nuestro tiempo, adquiere no por el placer o la necesidad del uso, sino por la posesión y acumulación en sí y como si sólo en éstos radicara el hecho de comprar, de esta manera consumir se convierte en un acto en que no intervienen casi el gusto estético o la necesidad; comprar es ya un hecho independiente.

Esta forma irracional de la demanda, lleva al artesano que tiempo atrás creaba un objeto necesario directamente para un cliente conocido, a fabricar grandes volúmenes para un amplísimo número de compradores desconocidos, sacrificando la técnica y la estética, a favor del volumen de producción. El artesano tiene que producir dentro de las pautas que marcan el comercio competitivo, tanto nacional como internacional, en donde han ingresado indirectamente al ampliarse sus canales de distribución.

Actualmente existen organismos oficiales, tanto nacionales como internacionales, de asistencia técnica para la formación y perfeccionamiento del artesanado. Por ejemplo, la OIT (Organización Internacional del Trabajo, que depende de la ONU), mantiene una aportación de dinero, becas y equipo. En México, actualmente existen organismos cuya finalidad es investigar, fomentar y comercializar las artesanías; a través de algunos de éstos, el Gobierno Federal aporta dinero para compra y créditos en beneficio de los artesanos.

La artesanía, como arte de la cultura y del conocimiento del hombre, no se extingue, sino se enriquece o cambia de acuerdo con las necesidades, condiciones y características del pueblo que las produce y del momento histórico que vive.

La riqueza artesanal que tiene México es muy diversa y tiene antecedentes desde la época prehispánica donde se trabajaban todos los materiales que se

tenían a la mano para producir un gran número de utensilios de uso cotidiano, para las celebraciones rituales o para sus fiestas y danzas. De aquella época quedan muchos vestigios indígenas. Algunas artesanías prehispánicas sobrevivieron a la conquista y se enriquecieron con las técnicas aportadas por los europeos.

2.2.-El Artesano y su situación en México

Se le llama Artesano a la persona que se dedica a la profesión de realizar Artes Mecánicas. Éste no es un Obrero, ni un Jornalero; el Artesano es un trabajador muy bueno que a base de su gran experiencia en la industria o el taller de obraje, realiza a destajo su producción, y si lo hace bien, es siguiendo normas y lineamientos siempre fijos que no puede rebasar; puesto que la demanda de tales productos ha fijado sus características de invariabilidad. Existe una cierta condición de automatismo en su producción, cosa que distingue fundamentalmente la inspiración que necesita para hacer de sus obras algo especial, llamativo, casi único en el mundo de las creaciones. Estos artistas además de ser ejecutores de obras bellas en el campo de la producción manual de objetos, tienen el control de sus herramientas y de su producción, por lo que su trabajo es puro valor de uso y nadie ajeno a él gana dentro del proceso de producción. Esta característica de trabajo, expresa una de las diferencias más importantes ya que le permite que sus ganancias, al llegar su producto al mercado, no se vean limitadas por un pago preestablecido.

Desde el origen de la actividad artesanal las personas dedicadas a ello, están inmersos, en un mundo de producción cualitativamente diferente al del trabajador industrial. En la Edad Media las leyes de las corporaciones impedían metódicamente la transformación del maestro en capitalista, limitando el número máximo de oficiales que tenían derecho de emplear y se les prohibía también contratar oficiales de un oficio distinto al suyo.

El Artesano varía constantemente; casi nunca produce dos objetos que sean semejantes o iguales, ellos serán semejantes en su uso; pero tendrán diferencias fundamentales en su ornamentación, en sus detalles de acabado y hasta cierto refinamiento en su disposición general. A un artesano, no se le puede pedir que fabrique objetos gemelos, él crea arte (implica un conjunto de procedimientos, un método para obtener resultados determinados, "la manera de hacer algo según cierto método") y no obraje que son cosas diferentes en el campo de la producción.³ La finalidad es producir más o ganar más para obtener mayores ingresos y mejorar su economía familiar. Para ello introduce cambios en las materias primas, en el diseño, en la forma y en el uso original de los productos, esto es, se adaptan a las condiciones que impone el mercado actual y a las necesidades que el artesano tiene y que pretende satisfacer con la comercialización de sus productos.

La producción artesanal para el autoconsumo o de poca comercialización se enfrenta a otras condiciones, ya sea por lo que poseen los propios productores o por el apoyo que reciben de instituciones y asociaciones civiles, preocupadas por el rescate y desarrollo artesanal. En estas circunstancias el artesano desarrolla los conocimientos y técnicas heredadas de generación en generación y experimenta a partir de su creatividad e interés, adaptándose a las condiciones y necesidades de la sociedad de donde el artesano se nutre y convive.

La tecnología moderna, que con la tendencia globalizadora ha cambiado el patrimonio del mundo, ofrece la posibilidad de integrar la fuerza social plena de creatividad del artesanado con aquella en una nueva unión productiva que sintetice lo antiguo y lo moderno.

Las labores de artesanía características del pueblo mexicano forman parte de la vida cotidiana del país. Estas tienen sus orígenes en la turbulenta historia de México, que culminó con la fusión de las culturas europea e indígena. Las

³ Luna Cárdenas, Juan, (1964), *Las Artesanías Prehispánicas*, México, D.F., Ed. Enigma, p.13

sociedades tan evolucionadas del México Prehispánico, que poseían grandes conocimientos en áreas como matemáticas, astronomía, artes y ciencias, se sucedieron entre sí durante más de 3000 años antes de la llegada de los españoles en el siglo XVI. Las civilizaciones Olmeca, Maya y Tolteca, predecesoras del imperio azteca conquistado por los españoles, dejaron un rico legado de restos arquitectónicos.

Aunque el régimen español desplazó poco a poco al prehispánico, la cultura del México antiguo jamás desapareció, lo cual es evidente en todo el país, especialmente en las numerosas obras artísticas y de artesanía que los mexicanos elaboran. Existen pocas naciones con tradiciones, creencias y folklore tan ricos como los de México. Estos elementos forman un lazo de unión entre el presente y el pasado.

Las condiciones de producción de artesanías en México deben situarse en primer lugar dentro del proceso económico general donde las relaciones capitalistas son las predominantes aunque existan formas de producción de bienes que no son las fábricas. La particular historia económica y social de México ha generado una coexistencia de maneras de producir bienes que van desde, los más rudimentarios tejidos que se elaboran manualmente con trabajo familiar hasta la más moderna fábrica de telas sintéticas donde miles de obreros trabajan vigilando máquinas automáticas. Aunque en México la producción industrial es la que domina, siguen existiendo productores que hacen a mano objetos utilitarios o de adorno, y ello en parte porque no todo lo pueden hacer las máquinas, en parte porque existe un campesino al que el trabajo agrícola no le permite sobrevivir, y en parte porque tenemos una estructura económica que no puede absorber más trabajadores en la industria. Así, la producción artesanal es, en primera instancia, una actividad económica para una población que se calcula en un millón de familias,⁴ sobre todo en las áreas rurales más pobres del país.

⁴ Palma, Vilma, (1977), *Boletín No. 4 del Departamento de Investigaciones de las Tradiciones Populares*, México, D.F., SEP, p.171

El desconocimiento de la problemática artesanal, ha impedido la previsión de soluciones de mayor alcance hasta hoy. Por ejemplo, se ignora el número real de mexicanos que realizan labores artesanales, se carece de una perspectiva igualmente real de la cual se pueda partir objetivamente. Especialistas estiman que existen 7.8 millones de artesanos en el país.⁵

En nuestro país, la cerámica, es el más claro exponente de la síntesis cultural que se ha elaborado durante tres siglos y que floreció a partir de nuestra independencia, es por esto que la cerámica es, la actividad artesanal más difundida en nuestro territorio. Desde antes de la Conquista Española, la cerámica fue para los pueblos una forma de expresión común, que se inició con las vasijas más primitivas, funcionales y de absoluta sencillez, hasta llegar a las hermosas e inigualables piezas en las que la habilidad artística era ya un elemento primordial del arte de estos pueblos antiguos. A la fecha, quedan incontables muestras del adelanto técnico y artístico de los alfareros indígenas. La cerámica actual de México conserva destellos de la herencia hispánica no solo en cuanto a la técnica que ha permanecido casi intacta hasta nuestros días, sino también por lo que toca a algunos tipos y formas.

2.3.-Fomento a la Producción de Manufacturas y su importancia en México

Uno de los aspectos fundamentales de la política comercial de los países en vías de desarrollo, es que los gobiernos se preocupan de forma más constante por el fomento a las manufacturas frente a otros sectores de la economía. Esta preocupación es el resultado de la importancia simbólica de las manufacturas como signo de desarrollo nacional.⁶

México ha incursionado satisfactoriamente en el mercado internacional, gracias a su cada vez mayor nivel de competitividad en el ramo de las manufacturas, de ser en décadas anteriores, un exportador exclusivamente de

⁵ Ibid, p. 174

⁶ Gomes, Leonard, (1981), *Economía Internacional*, Buenos Aires, Argentina, Ed. Ateneo, p.274

petróleo, ahora el país se caracteriza por tener industrias que elaboran una gran diversidad de productos de exportación. El gobierno mexicano ha puesto especial interés en desarrollar una industria más competitiva y dinámica, para fortalecer los vínculos entre el mercado interno y el externo, permitiendo el desarrollo de cadenas productivas.

En el período del Presidente Miguel de la Madrid Hurtado, se basó toda la política de gobierno (tributaria, cambiaria y de crédito) al fomento de las exportaciones como medio para salir de la crisis. Esta política fue asignada ya que el 75.2% de las exportaciones mexicanas se componían exclusivamente del petróleo.⁷

En 1985 se dio a conocer el Programa de Fomento a las Exportaciones (PROAFE) con el cual se buscó incrementar en un 24% las exportaciones no petroleras, de igual manera se reforzó la actividad promotora de manufacturas mediante la concentración de 15 nuevos programas de exportación.⁸

En el mismo año sólo el 5% de las industrias realizaban exportaciones al comenzar el PROAFE. El 95% restante no participaba porque el proteccionismo le impedía tener competitividad mundial. Para el primer trimestre de 1987 la exportación de productos manufacturados representaba el 48.5% del total de los ingresos por exportaciones de mercancías. En este mismo año, la política estatal de apoyo a la tendencia exportadora se incrementó.⁹

En 1987, Bancomext elaboró 4 programas:

- Créditos en actividades de preexportación,
- Financiamiento a las empresas preexportadoras,
- Financiamiento a las que realicen sustitución de importaciones,

⁷ Moreno, Prudencio, (1990), México Exportación de Manufacturas y Capitales 1970-1988, México, D.F., Ed. UNAM, p.61

⁸ Ibid, p. 61

⁹ Ibid, P. 62

- Financiamiento a las que importen maquinaria y equipo con miras a producir para exportar.

Con estos programas en 1987 las exportaciones totales alcanzaron 28% más que en 1986, superando la meta establecida para ése mismo año y el siguiente. Las exportaciones no petroleras representaron un 58.5% del total y de esta proporción el 80% correspondió a las manufacturas.¹⁰

Actualmente los programas de fomento a las exportaciones están orientados a promover la productividad y la calidad de los procesos que elevan la competitividad de las empresas y permiten su incorporación adecuada al mercado mundial. Lo anterior, con base en la reducción de cargas arancelarias para los insumos, partes y componentes que se incorporarán en el producto de exportación y la simplificación de trámites administrativos por parte del gobierno federal.

Los siguientes programas, están enfocados a fomentar la exportación de productos no petroleros para empresas Micro, Pequeñas y Medianas:

Programas de Fomento a la Exportación

Nombre del Programa	Institución Responsable	Descripción del Programa
Consolidación y Promoción de la Oferta Exportable Competitividad Exportadora	Secretaría de Economía	Apoya MIPYMES que tengan interés en iniciarse en las exportaciones y/o diversificar exportaciones a mercados no tradicionales o alternativos, mediante un servicio integral de capacitación, consultoría especializada y promoción de mercados internacionales que permitan concretar el ciclo exportador
Sistema de Inteligencia Comercial (SIC)	Secretaría de Economía	La Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales, a través del Portal de Inteligencia Comercial ofrece información con el objeto de aprovechar las oportunidades de los Tratados de Libre Comercio (socios comerciales de México, acceso a mercados, reglas de origen, comercio de bienes y servicios, compras de gobierno, etc.) ofrecen herramientas de búsqueda de oportunidades de exportación e inversión a nivel producto, en base a preferencias arancelarias. El SIC presenta información estadística que permite consultar al Sistema de

¹⁰ Ibid, p. 63

		<p>Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI): ofrece estadísticas de comercio por producto, exp. e imp. de México, empresas que exp. e imp. estos productos, aranceles a la imp. y a la exp. con principales socios comerciales y NOM'S. Búsquedas de oportunidades de exp. a los principales países con los cuales México ha suscrito TLC's. Búsquedas de oportunidades de inversión de cualquier país en México para exp. a otros mercados con los cuales gozamos de preferencias arancelarias.</p>
<p>Sistema Nacional de Orientación al Exportador (SNOE). Competitividad Exportadora</p>	<p>Secretaría de Economía</p>	<p>Opera a través de una red de Módulos de Orientación al Exportador (MOE'S) , proporciona un servicio y gratuito de orientación, información y asesoría para la elección de un producto susceptible de exportar, determinar el potencial exp, detecta la etapa del proceso de exportación en la que se encuentra el empresario y canalizarlo a organismos e instituciones para asesoría especializada.</p>
<p>Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores (DRAWBACK).</p>	<p>Secretaría de Economía</p>	<p>El programa DRAWBACK, brinda a los beneficiarios la posibilidad de obtener la devolución del impuesto general de importación pagado por los bienes que se incorporan a mercancías de exportación, o por las mercancías que se retornan en el mismo estado o que hayan sido sometidas a procesos de reparación o alteración.</p>
<p>Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX).</p>	<p>Secretaría de Economía</p>	<p>La SE proporciona el registro al programa, por medio del cual las empresas ALTEX obtienen la devolución de saldos a favor del IVA de manera expedita, acceso al Sistema de Información Comercial administrado por SE, así como simplificación administrativa en las aduanas. El programa tiene su fundamento jurídico en el Decreto para el Fomento y Operación de las Empresas Altamente Exportadoras y sus reformas, en el DOF 3-05-90, 17-05-91 y 11-05-95, respectivamente.</p>
<p>Empresas de Comercio Exterior (ECEX).</p>	<p>Secretaría de Economía</p>	<p>La SE otorga el registro ECEX, que da titulares: Expedición automática de la constancia de Empresa Altamente Exportadora ALTEX. Asistencia y apoyo financiero por parte de NAFIN para consecución de proyectos, así como servicios especializados de capacitación y asistencia técnica. Este beneficio se otorgará tanto a empresas ECEX como a sus proveedores. Descuento del 50% en los apoyos no financieros que proporciona BANCOMEXT. La obtención del registro ECEX puede ser como promotora y/o consolidadora. El programa tiene su fundamento jurídico en el Decreto para el Establecimiento de Empresas de Comercio Exterior, publicado en el DOF del 11-04-97. Los beneficiarios se comprometen a llevar un control de inventarios conforme a la Ley Aduanera, conservar un capital social suscrito y pagado no menor al acreditado en el momento del registro, realizar exportaciones por cuenta propia a más tardar en el primer año fiscal regular siguiente a la fecha de registro.</p>

Nombre del Programa	Institución Responsable	Descripción del Programa
Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX).	Secretaría de Economía	Brinda la posibilidad de importar temporalmente bienes a utilizar en la elaboración de productos de exportación, sin pago de IVA, cuotas compensatorias a importaciones definitivas. El impuesto general de importación se pagará de acuerdo con los Tratados de que México sea parte, art. 63-A Ley Aduanera y como establezca la SHCP mediante Reglas de Carácter General en Comercio Exterior. Los beneficiarios del PITEX se comprometen a : Realizar ventas anuales al exterior por 500,000 dólares EUA, o su equivalente en otras divisas. Los plazos de permanencia para los bienes importados al amparo de PITEX estarán determinados conforme a lo dispuesto en la Ley Aduanera.
Programa de Incubadoras de Exportación Competitividad Exportadora	Secretaría de Economía	El objetivo es incrementar la presencia de la MPYMES mexicana en los mercados internacionales, así como participar en los montos totales de exportación. El programa ofrece: infraestructura de espacios en el extranjero para la consultoría y asistencia técnica en comercio exterior, promoción, estudios de mercado, comercialización y distribución de productos de las MPYMES mexicanas con capacidad exportadora.
Comercio Exterior	NAFIN	Ofrece financiamiento en moneda extranjera a empresas mexicanas, en condiciones competitivas con respecto a las tasas de interés y plazos que prevalecen en el mercado, para sus operaciones en el extranjero. Modalidades: A corto plazo para comercio exterior, para operaciones de pre-exportación, exportación, e importación de materias primas, insumos, refacciones productos agropecuarios, bienes de consumo, maquinaria y equipo. Para proyectos de mejoramiento ambiental.

Fuente: Programas de Apoyo Empresarial, Secretaría de Economía ¹¹

2.4.-Balanza Comercial y las Artesanías como Fuente de Ingresos y las Divisas Generadas para México.

La Balanza Comercial en México, mide el saldo neto positivo ó negativo de las exportaciones de bienes al resto del mundo menos sus importaciones de bienes en un período determinado.

¹¹ Secretaría de Economía, <http://www.cipi.gob.mx/html/consfed.asp>

Hasta octubre del 2002 se exportaron mercancías por 160,763 mdd, cifra que significó un crecimiento del 1.4 % a tasa anual. El valor acumulado por las exportaciones de mercancías en los primeros 10 meses del 2002 resultó de 134,142 mdd, lo que implicó un incremento anual del 0.2%. Las exportaciones manufactureras registraron un ligero crecimiento anual del 0.4% en el 2002.¹²

La estructura de las exportaciones de mercancías durante el año 2002 fue la siguiente: bienes manufacturado, 88.4%; productos petroleros, 9.0%, bienes agropecuarios, 2.4%, y productos extractivos no petroleros, 0.2%.¹³

Balanza Comercial/ Exportaciones 2001-2002 mdd

PERIODO	TOTAL	PETROLERAS	NO PETROLERAS			
			TOTAL	AGROPE- CUARIAS	EXTRAC- TIVAS	MANUFAC- TURAS
2001	158,442.9	12,798.7	145,644.1	3,902.7	388.5	141,353.0
2002	160,763	14,468.1	146,263.0	3,827	321.5	142,114.5

Fuente: Grupo de trabajo: SHCP, Banco de México, Secretaría de Economía, INEGI.

Dentro del sector de la manufactura tenemos el ramo de artesanías, donde encontramos que la población económicamente activa dedicada a esta ramo es de más de 7 millones de personas, cifras estimadas (información proporcionada por INEGI, censo de población y vivienda 2000, personal obrero y artesanal se consideran como uno sólo, no existen datos estadísticos precisos en el ramo artesanal).

¹² Secretaría de Economía, Información Revisada de Comercio Exterior, (2002)

¹³ Ibid

Población ocupada por sexo y su distribución según situación en el trabajo

Entidad Federativa/ sexo y ocupación	Población ocupada totales	Empleados y obreros	Jornaleros y peatones	Patrones	Trabajadores por su cuenta	Trabajadores familias sin pago	No especificado
Estados Unidos Mexicanos /total	33,730,210	20,425,018	2,654,289	854,166	7,370,245	1,368,018	1,060,374
Artesanos y obreros/ total	5,425,480	3,132,168	348,500	144,350	1,582,513	92,451	115,484
Hombres	4,538,081	2,552,611	337,347	130,204	1,271,030	48,913	87,976
Mujeres	887,399	479,557	11,158	14,146	311,483	43,538	27,508

Fuente: INEGI; censo de población y vivienda 2000.

Los ingresos que genera el ramo artesanal están divididos dependiendo el número de salarios mínimos que el personal ocupado percibe, datos proporcionados por INEGI.

Población ocupada por sexo y distribución según ingreso por trabajo en Salario Mínimo

Sexo y Ocupación	Población Ocupada	No recibe Ingresos	Hasta el 50% de 1 sm	Mas de 50% hasta menos de 1 sm	Un sm	Mas de 1 hasta 2 sm	Mas de 2 hasta 3 sm	De 3 hasta 5 sm	Mas de 5 hasta 10 sm	Mas de 10 sm	No especificado
Artesanos y Obreros	5,425,480	194,562	221,358	386,476	184	1,903,943	1,298,894	856,357	239,538	79,585	345,158
Hombres	4,538,081	120,260	106,578	256,259	142	1,561,931	1,208,319	817,257	225,387	73,878	176,588
Mujeres	887,399	74,302	114,960	112,217	42	342,012	90,575	39,100	11,151	5,707	168,570

Fuente: INEGI; censo de población y vivienda 2000

Dentro de la estructura de las manufacturas encontramos al sector de artesanías, éstas son catalogadas dentro del sector de regalos por Bancomext, encontramos que en la rama de alfarería y cerámica se exportó en 1994, 82 mdd, para el 2000 la exportación se incrementó a 120 mdd, un crecimiento de más del 30%.¹⁴

¹⁴ Bancomext, 2002.

<http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=8&category=403&document=2773>

La Alfarería y la Cerámica ha mostrado una tasa de crecimiento anual importante en sus exportaciones en 12.29% en el mismo período. Los mercados más importantes para los productos cerámicos son Estados Unidos, seguido de Canadá, Chile, Países Bajos, El Salvador y Puerto Rico.¹⁵

Principales Exportaciones del Sector Regalos por Grupo de Productos MDD

Producto/año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	%
Joyería y orfebrería	80	113	170	229	267	292	328	31
Alfarería y cerámica	82	88	68	90	88	128	120	12
Productos de madera	64	79	86	112	131	114	113	11
Industria artesanal de vidrio	67	68	88	111	78	83	83	8
Artículos de plástico	30	49	54	64	77	77	93	9
Lámparas ornamentales	38	43	58	74	69	75	113	11
Velas, pinturas y grabados	20	15	29	44	55	73	82	8
Productos de otras fracciones	57	60	77	117	95	98	104	10
Total	438	515	630	841	860	940	1036	100

Fuente: WORLD TRADE ATLAS Bancomext

El Gobierno del Estado de Hidalgo, preocupado por la situación de los artesanos del lugar ha elaborado un catálogo mediante el cual se ha posibilitado ofrecer alternativas de venta al sector artesanal de la entidad, con la finalidad de promover los eventos de mayor importancia. Para estimular la creatividad en el diseño, así como la innovación en los productos, se promovió la participación de 92 artesanos en los distintos concursos nacionales y locales obteniendo 23 premios, siendo los principales, el de Concursos de Pueblos Indígenas, Reminiscencias Prehispánicas del arte Popular Contemporáneo, Premio Nacional de la Cerámica y Gran Premio del Arte Popular, entre otros.

También se ha promovido la participación hidalguense en la Expo Nacional de Tenerife, celebrada en las Islas Canarias, España. Así mismo se patrocinó la exportación de Artesanías con objeto que los artesanos participaran en la décima

¹⁵ Ibid.

Muestra Iberoamericana de las Artesanías. La promoción se llevó a cabo mediante eventos en el que el productor exhibe y comercializa directamente sus productos.

Con la finalidad de facilitar el ingreso de los productores artesanales hidalgenses a nichos de mercado de mayor importancia comercial, tanto en el país como en el extranjero, se implementaron cursos de capacitación dentro del Programa de apoyo y Diseño Artesanal (PROADA), este programa se detallará más adelante en el punto 3.1.3

En el período del 2000, a través de la compra de artesanía original y de calidad para su venta se beneficiaron artesanos organizados en 771 talleres de producción. La comercialización local de sus productos permitió captar ingresos por 1.7 millones de pesos.¹⁶

El Gobierno del Estado, atendiendo a la necesidad del sector empresarial de apoyos financieros de mayor alcance, concluyó gestiones con nacional financiera para crear instrumentos financieros y de asesoría técnica, para lograr un mayor crecimiento y consolidación de las micro y pequeñas empresas de la entidad, se creó conjuntamente el Fondo Hidalgo de Fomento Económico (FOHIFE), el cual tiene como meta principal promover y apoyar un desarrollo integral de la micro y pequeña empresa en el Estado de Hidalgo.

Bancomext otorgó financiamiento a 14 empresas exportadoras por más de 29.3 millones de dólares. En ese mismo sentido, se consolidaron varios proyectos de exportación, diversificando mercados en Francia, Alemania y Estados Unidos, los cuales representaron ventas por un total de 15.4 mdd, favoreciendo empresas de la rama de artículos de regalos donde se incluye el sector artesanal.¹⁷

¹⁶ CONACULTA y el Gobierno del Estado de Hidalgo, 2000
<http://www.hidalgo.gob.mx/gobierno/entidades/entidad.asp?entidadID=6>

¹⁷ Ibid.

2.5.- La Cultura Tolteca y la Cerámica de Tula.

La Cultura Tolteca abarcó de los años 900 y 1200 d.C. Con sede en la legendaria ciudad de Tula, los Toltecas desarrollaron una vigorosa cultura, cuya presencia alcanzó lugares tan lejanos como Yucatán y El Salvador, estableció el modelo preferido por las sociedades de los siglos venideros. El vocablo *toltécal*, con el que se nombraba a los habitantes de Tula, se convirtió en una palabra que se utilizaba para designar a los pueblos civilizados y educados, así como a aquellas personas con habilidad para las artes y los oficios. De hecho el nombre de Tollan, vocablo náhuatl del que deriva Tula, significaba simbólicamente "lugar de grandes multitudes y era aplicado a varias de las grandes ciudades prehispánicas como Cholula y la propia Tenochtitlán. Los Toltecas fueron un claro ejemplo de las sociedades militarizadas que, a partir de entonces, dominaron el escenario cultural mesoamericano."¹⁸

Tula fue fundada por Ce Ācatl Topiltzin Quetzalcóatl rey-sacerdote. Tula es el primer pueblo prehispánico del cual se tienen datos coherentes de su historia y cultura: listas dinásticas, nombres de reyes y gobernantes, relatos de migraciones, la fundación de la ciudad, su desarrollo, sus conquistas y su decadencia.

En Tula se levantaron edificios adornados con columnas en forma de guerreros llamados "Atlantes". También esculpieron figuras de jaguares, coyotes y águilas devorando corazones. Hacia el año de 1050 d.C., los Toltecas habían convertido a Tula en una gran ciudad, (se encuentra en el sur del estado de Hidalgo) capital de un imperio que dominaba el centro de México y extendía su influencia a regiones muy alejadas.

La influencia cultural de Tula se extendió en un área que sobrepasaba las fronteras de su imperio (ya que controlaba gran parte del centro de México, importantes zonas del Bajío, la Costa del Golfo, Yucatán, las vertientes del Pacífico de Oaxaca, Chiapas y Centroamérica). Muchos aspectos de la civilización

¹⁸ Tula, Guía Oficial, (1979), Ed INHA, México, D.F., p.11

Nahua, que alcanzaron su máxima expresión con el imperio Mexica, nacieron del mundo Tolteca. Este fue el primer pueblo, posterior a la decadencia de Teotihuacan, que unificó extensas áreas de Mesoamérica en un gran sistema cultural.

La variedad del mundo Tolteca se refleja en los productos foráneos que llegaron a Tula desde lugares del antiplano central. Durante la exploración de los recintos de Tula, se encontraron vasijas de cerámica nicoya de Costa Rica y Nicaragua, fragmentos de vasos policromados Mayas de Campeche, vasijas y fragmentos de vasos de loza plumbete del Soconusco, junto con cantidades importantes de cerámica procedente de la Huasteca, el Centro de Veracruz y el norte de Mesoamérica (probablemente de Zacatecas y Jalisco), así como fragmentos de serpentina y jade de Guerrero, tecali (onix), procedente de Puebla, pequeños fragmentos de turquesa de Nuevo México y Arizona; conchas marinas de las costas del pacífico y del Golfo. El hecho de que casas habitadas por gente común de la ciudad se encontraran materiales exóticos procedentes de tantos lugares distintos, resalta la extensión y la fuerza de la red de comercio y tributo del imperio tolteca.

La Cultura Tolteca es el producto de la asimilación de las Culturas Clásicas del centro de México por un grupo Nahua, que al mismo tiempo introdujo varias innovaciones derivadas de otras tradiciones, como la Zapoteca, Mixteco-Cholulteca y Maya. Una vez fusionada, conservó sus propios rasgos. Se trata de una sociedad teócrata dividida en rangos sociales: gobernantes, sacerdotes, administradores, guerreros, comerciantes, artesanos y agricultores, todos con distintos rangos y funciones. Los Toltecas eran politeístas, pero reconocían sobre todos sus dioses a un ser divino superior llamado Tloque Nahuaque, a quien adoraban.

La clase gobernante estaba especializada en la dirección y organización de la sociedad, en el control de la producción, la distribución, consumo; planeación de las ciudades y sus obras públicas; era poseedora del poder, el conocimiento científico y religiosos. Esta clase también era experta en el arte de la escritura, la arquitectura, la astronomía, las matemáticas; en el calendario, los sistemas de medición del tiempo, todo el complejo ritual de las ceremonias públicas y privadas que regulaban la vida de la sociedad. Junto a esta élite dirigente, existía completamente separado de la producción agrícola y artesanal un apartado administrativo y burocrático que abarcaba distintos niveles y actividades.

El final de la era Tolteca se liga a la historia del gobernante Huémac y su partida al exilio. Tula nunca se despobló en su totalidad y fue ocupada posteriormente por los Mexicas o Aztecas. A los pocos Toltecas que quedaron se les considero un pueblo superior. La disolución de Tula y su imperio creó un vacío de poder que duraría hasta el inicio de la expansión Mexica a mediados del siglo XV d.C.¹⁹

Al igual que en la mayoría de los sitios mesoamericanos, la cerámica de Tula es, en gran medida, uno de los artefactos más comunes, por lo que constituye una fuente clave de información arqueológica. El análisis cerámico proporciona numerosos datos acerca de muchos de los aspectos de la cultura de los habitantes de Tula y sobre la historia del surgimiento y caída de esta ciudad del Posclásico Temprano.

La cerámica más apreciada, por ejemplo, fue la llamada plumiza o plumbate y la anaranjada fina importada de artesanos no toltecas que vivían en la costa del Pacífico, cerca de la actual frontera entre México y Guatemala.

En la cerámica de Tula se destacan los cajetes trípodes, ollas, comales, figurillas aplanadas manufacturadas por moldes, esculturas huecas y vasijas con la efigie de Tlaloc. Los colores varían del café oscuro, café claro naranja y pintados de rojo sobre el fondo natural (Coyotlatelco).

¹⁹ <http://www.arts-history.mx/cronos/epiclas.htm#tula>

La escultura y los relieves toltecas están en íntima relación con las réplicas de cerámica que actualmente se producen en la zona arqueológica de Tula dentro de toda la variedad de objetos, con detalles asombrosos y en algunos casos con significados especiales, que se han encontrado en las ruinas deben mencionarse aquí unas curiosas figuras conocidas con el nombre de Chac-Mooles, cuya distribución es tan extensa en toda Mesoamérica como lo es la Cultura Tolteca, y así encontramos -además de los hallados en Tula- trece ejemplares en Chichén Itzá, uno de gran tamaño en Quintana Roo, otro en San Salvador y uno más en Michoacán. Esta escultura consiste en la representación de una figura humana recostada o acostada sobre la espalda, con las piernas generalmente flexionadas y sosteniendo un recipiente sobre el vientre o dejando una zona allanada en esta parte, quizá con el fin de servir de soporte para algún objeto que desconocemos. Los chac-mooles encontrados en Tula aparecen generalmente sin cabeza o con la cabeza fracturada. Únicamente se conservaron con cabeza dos ejemplares, uno cubierto por las ruinas del Palacio Quemado y otro en su lugar.

Tanto las figuras mencionadas como los atlantes, cariatídes y portaestandartes presentan características estéticas semejantes que descubren a un pueblo de meseta concentrado y silencioso. Sus formas son estáticas y hieráticas. Hay riqueza decorativa y de detalle, pero dentro de una gran medida y quietud en el conjunto. Son, por tanto, una continuación del arte escultórico Teotihuacano y un antecedente del arte Azteca, que sigue una línea común, aunque en este caso se haya perfeccionado la técnica del escultor.

Los jaguares, águilas y zopilotes, así como las figuras antes descritas en los frisos del templo de Tlahuizcalpantecuhtli, tienen vida y algo de movimiento, pero sobre todo tienen una gran riqueza ornamental y de detalle que les da un brillo especial.

La concepción de los dos frisos de guerreros o caciques encontrados en Tula -en el templo de Tlahuizcalpantecuhtli y en la sala 2 del Palacio Quemado- es semejante. Ambos se hallan situados en el muro de un banco corrido. Ambos se dividen en un friso con la representación principal y en una cornisa que corre, sobresaliendo sobre el friso, en la que se representan serpientes. En el friso primeramente descubierto se representa una procesión de señores que caminan hacia la imagen de Quetzalcoatl, acaso en funciones de Tlahuizcalpantecuhtli. El fondo general es rojo índigo; las plumas, adornos de jade, mosaicos y piedras preciosas se hallan pintados en azul cerúleo; las plumas, colgajos, signos de la palabra, etc. aparecen en amarillo; en blanco, las grecas, ojos, etc.; en ocre anaranjado, la piel humana, y el negro se utiliza para filetear los contornos y hacer más fuerte el bajorrelieve. En el friso descubierto en 1950 en el Palacio Quemado se han encontrado trece caciques en procesión, pintados con los mismos colores y siguiendo el mismo sistema de representación.

Por último, se elaboran réplicas que representan la figura de un individuo cuyo nombre calendárico, Ce acatl, lo identifica como el mítico fundador y héroe de Tula, Quetzalcoatl ('Serpiente Emplumada'). La figura de Quetzalcoatl se muestra por encima de una serpiente emplumada en forma de zig-zag.

Cada una de las piezas de cerámica cuenta con un gran significado histórico e invaluable que las convierte en objetos coleccionables.

2.6.-Características y Técnicas utilizadas para la elaboración de piezas Ornamentales con acabados Prehispánicos.

Una de las características fundamentales en la elaboración de piezas ornamentales es adornar y detallar con las manos objetos con significados específicos, en este caso con acabados prehispánicos los cuales dan un valor agregado al producto, ya que no solo son simples piezas de decoración, sino que se les que llevan implícito un legado histórico de civilizaciones antiguas que crearon importantes culturas. La mayoría de los creadores de éste tipo de

cerámica tienen una tradición artesanal familiar y sus obras dependen de la habilidad y la experiencia con la que cuentan.²⁰

El principal material utilizado para la creación de éstas piezas es el barro en dos diferentes modalidades:

- Barro natural: se le da ésa denominación, ya que no lleva ningún químico ó producto que cubra el matiz natural del barro.
- Barro bruñido: se le llama barro bruñido por que la arcilla es pulida con una piedra lisa cuando aún no esta seca la pieza. Este proceso comprime y alisa la superficie, dándole un atractivo brillo haciéndolo menos poroso, cuya característica permanece después de la cocción.

Una vez seleccionado el barro que van a utilizar se mezcla con agua y se bate hasta que queda una mezcla homogénea, una vez listo el barro se empieza a dar forma a las piezas, ya sea creando réplicas de originales ó los que cuentan con más creatividad hacen sus propios diseños con características específicas de las culturas prehispánicas.

Ya elaboradas las piezas, la cocción puede empezar, se utilizan hornos de que tienen una forma de botella, con un diámetro aproximado de dos metros en su parte inferior con 2 cámaras, una donde se quema la leña, y la otra encima de la anterior que es dónde se van colocando las piezas montadas unas en otras hasta que el horno queda lleno, o hasta que se terminan las piezas fabricadas. Cuenta con una puerta lateral que es donde se van metiendo las piezas al interior y se tapa según se va llenando el horno. El piso de la segunda cámara cuenta con agujeros distribuidos, denominados tirafuegos, por donde salen las llamas. El horno esta fabricado a base de adobe y barro, tanto en su revestimiento interior como exterior. Por lo general este tipo de hornos se encuentran semienterrados

²⁰ Cobean, Robert, (1990), *La Cerámica de Tula, Hidalgo*, Ed. INHA, México, D.F., p.30

por el peligro que supone el calentamiento del horno, con la dilatación de las piezas y del mismo horno, llegándose algunas veces a abrir las paredes del mismo por la temperatura alcanzada en su interior.

El horno se calienta poco a poco para que las piezas no sufran un cambio repentino de temperatura, esta operación suele tardar alrededor de 3 horas, se ocupan otras 3 o 4 horas incrementando la temperatura del horno, la cocción puede durar de 7 a 9 horas, dependiendo de la estación del año y de la carga del horno, la temperatura del horno puede alcanzar hasta de 900°. Las piezas no se pueden sacar de inmediato ya que un cambio brusco de temperatura puede romperlas, se tienen que esperar aproximadamente quince horas desde que termina la cocción para sacarlas.

Al término del proceso la pieza de diferentes tamaños cuenta con características y detalles de una pieza original (un poco maltratadas, cubiertas de polvo, y con pigmentos originales) los pigmentos que se utilizan son originarios de Tula, algunos de ellos son cochinilla, añil y rojo tezontle. Todos los modelos son auténticos, ya que ninguno se repite con la misma exactitud que el otro, ya que son piezas creadas por artesanos calificados que tienen la facilidad para crearlas individualmente y no a base de moldes.

Los productos son realizados manualmente al 100%. La calidad de los productos manuales es bastante notoria y garantizada. Al analizar el producto es muy obvio que su manufactura fue realizada por un experto artesano (en este caso son los descendientes de los indígenas).

Las ventajas competitivas de las artesanías de barro son muchas ya que dentro del sector artesanal, la actividad comercial, es de suma importancia dentro del sistema económico nacional, un adecuado funcionamiento de este sistema, permitiría, en última instancia, generar un valor agregado a los productos y, al mismo tiempo, canalizar los recursos económicos desde los clientes hasta los

artesanos, generando flujos financieros para los talleres, y de los artesanos al gobierno con los impuestos que se generen en la transacción de la exportación.

Dentro del sistema de producción, distribución y consumo del sector de la artesanía, un sistema comercial adecuadamente manejado, cumpliría varias funciones:

- Distribuir la producción entre los consumidores,
- Llenar el vacío de la producción y el consumo, de tal manera que el artesano pueda disponer de los recursos económicos necesarios para reinvertir en la producción,
- Un sistema comercial bien cuidado, puede tener una enorme capacidad para generar empleo dentro de este sector. Actividades como la distribución, el embalaje, el almacenamiento, la atención al cliente o la atención a pedidos, por citar algunos, son claros ejemplos de oportunidades que en el terreno de nuevos perfiles profesionales relacionadas con la artesanía podrían generar gran cantidad de empleo.

Así la artesanía representa un importante sector (que desafortunadamente no se le ha dado la importancia adecuada) en la actividad comercial que puede llevar a favorecer un acercamiento entre los productores y los consumidores impulsando a las micro y pequeñas industrias en nuestro país.

C A P Í T U L O III

Programas y Fomentos para la Comercialización y Exportación de Artesanías.

3.1.-Antecedentes en México de Programas y Fomentos para la Comercialización de Artesanías

El Estado con sus programas y proyectos de desarrollo proporciona ayuda al campesino-artesano en sus problemas de distribución y promoción, a través del "fomento" y exportación de sus productos. A continuación se mencionan los antecedentes de los programas de fomento.

- En 1936 el Departamento Autónomo de Asuntos Indígenas, empezó a realizar la tarea de estudio y fomento de la actividad de los artesanos. Cuando desapareció dicha dependencia, el Instituto Nacional Indigenista, de manera coordinada con el Instituto de Antropología e Historia, creó el Patronato de las Artes e Industrias Populares.
- El Banco de Comercio Exterior, inició sus actividades dentro del área artesanal a partir de 1955.
- En 1960 el Licenciado Adolfo López Mateos creó el Fondo para el Fomento a las artesanías.
- En 1968 se celebró en México el primer Congreso Nacional de Artesanías, bajo el patrocinio de la Industria y Comercio. Como resultado de dicho congreso se creó el Consejo Nacional de Artesanías.
- En 1970 la Secretaría de Educación Pública, creó la Dirección de Arte Popular y el Instituto Nacional de Bellas Artes, fundó el taller escuela para la enseñanza de la cerámica, la platería y la textilera.

En la década de los 60, el papel paternalista que tenía el gobierno mal acostumbró al artesano ya que se promovieron un sinnúmero de proyectos de desarrollo, muy importantes desde un punto de vista, pero desgraciadamente

pocos de éstos lograron permanecer sin ayuda. Ahora estas mismas instituciones, dedicadas al fomento artesanal, ya no cuentan con el presupuesto ni con la amplitud de funciones que en otros tiempos tuvieron, y los organismos que cuentan con recursos para capacitación o con fondos crediticios no saben que hacer con el campo artesanal.

La Secretaría de Relaciones Exteriores, por conducto de su Dirección General de Relaciones Culturales y la Secretaría de Turismo, a través del Organismo de Promoción Internacional de Cultura, tiene a su cargo la promoción internacional de las artes e industrias populares mexicanas, igual función cubre la Secretaría de Economía por conducto de su Dirección de Ferias y Exposiciones.

A pesar de todos los programas para el fomento a las artesanías, nos encontramos con diversos criterios para afrontar la problemática artesanal. Un ejemplo de esto es que el Banco de México, clasifica la producción en 24 ramas, por otra parte, existen clasificaciones que dividen al artesano en productor urbano, suburbano o rural. Como resultado de estos diversos criterios, se obtienen enfoques sostenidos desde diversos puntos de vista para afrontar la situación artesanal de nuestro país. Por otra parte, las entidades con mayor tradición artesanal han sido motivo de preocupación especial, y algunas otras que evidentemente contienen valores de menor importancia han sido marginadas, cuando en realidad sería conveniente fortalecer e incrementar la importancia de su producción artesanal que sin duda, poseen un valor estético auténtico y potencial.

En los siguientes puntos se mencionan algunas de las instituciones que proporcionan ayuda, capacitación y promoción para el fomento a las artesanías.

3.1.1.-Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías (FONART)

El Fondo Nacional de Fomento a las Artesanías tiene la misión de apoyar a los artesanos, preferentemente a los que preservan técnicas y diseños tradicionales y que viven en condiciones de extrema pobreza, con el fin de potenciar sus capacidades, a través de la comercialización adecuada de sus productos, la asistencia técnica para incluir diseños nuevos y técnicas comerciales eficientes, el estímulo a la creatividad y el financiamiento.

Fonart responde a la necesidad de promover la actividad artesanal del país y abre canales comerciales nacionales e internacionales; de esta manera contribuye al desarrollo socioeconómico y genera ingresos para diversas regiones de alta marginación.

Los artesanos que atiende son productores que aplican en su proceso las técnicas de trabajo y los elementos estéticos que son parte de su herencia cultural; presta mayor atención a los que se encuentran en pobreza extrema y por lo tanto están en desventaja para incorporarse a los mercados.

Este programa se basa en 4 objetivos fundamentales:

- Mejorar las condiciones de vida de los artesanos tradicionales, sobre todo de los que viven en condiciones de pobreza, con acciones directas que benefician la venta de sus productos.
- Mantener las fuentes de autoempleo y procurar un mayor ingreso para los artesanos indígenas y populares, mediante concursos artesanales, y el otorgamiento de créditos para el apoyo de ciclos de producción viables en los aspectos técnicos y financiero.
- Preservar, en coordinación con los tres órdenes de gobierno (federal, estatal y municipal), el sentido artístico y cultural de las artesanías indígenas y populares como el elemento fundamental de la identidad

nacional y generar nuevas corrientes de producción mediante la intervención del diseño contemporáneo.

- Desarrollar programas de asesoría técnica que ofrezcan, a los artesanos que lo requieran, elementos para mejorar la calidad y características de la producción de artesanías.

Fonart brinda apoyo en diferentes formas:

Técnico

- **Capacitación a Artesanos.**- Para solucionar los problemas de calidad, diseño y adaptación de la producción artesanal a las necesidades y requerimientos del consumidor. La capacitación busca otorgarles a los artesanos los elementos que permitan mejorar los productos en sus diseños y manufactura.
- **Organización de concursos de arte popular.**- Consiste en el otorgamiento de premios en efectivo a los artesanos tradicionales de las diferentes regiones y centros productores del país, que se distinguen por la preservación, rescate o innovación de las artesanías, mejorando las técnicas de trabajo y rescatando el uso y aprovechamiento de los materiales de su entorno natural.

Financiero

- **Otorgamiento de Crédito.**- El otorgamiento de créditos a los artesanos está dirigido a la población que por la naturaleza de sus condiciones socioeconómicas no tienen acceso a las fuentes de financiamiento de la banca comercial. Los créditos directos a los artesanos se otorgan inicialmente por \$2,000.00, pudiendo ser incrementado hasta \$10,000.00 cuando el artesano sea puntual en sus pagos. Las tasas de interés de los

créditos otorgados, se fijarán en condiciones que permitan la sustentabilidad financiera del programa.¹

Comercialización

- **Adquisición de Artesanías.**- El apoyo a los artesanos se hace a través de la adquisición de sus productos tanto en los Centros de Acopio como por ruta, y lo realiza un especialista que cuenta con la experiencia y conocimientos suficientes sobre las artesanías de la región que se atiende.
- **Investigación de Mercados de Artesanías.**- Mediante ésta acción se busca identificar los productos elaborados por artesanos y analizar los problemas a que se enfrentan en los mercados en el proceso de comercialización.
- **Comercio Exterior.**- En materia de exportación, Fonart se constituye como uno de los líderes en América Latina por su calidad total en la mercancía procedente de todo el territorio mexicano y la efectividad de sus servicios. Fonart cuenta con un catálogo editado para facilitar la selección de artículos al público que no está en condiciones de acudir a sus tiendas. El público visitante de las tiendas de Fonart puede formular sus pedidos directamente en el Departamento de Comercio Exterior donde se le asiste en forma personalizada, satisfaciendo todas sus necesidades de cotización, tiempo, traslado y desde luego calidad en la mercancía garantizando el empaque que en Fonart constituye una auténtica especialización. La misma calidad de servicios se brinda a los clientes que contactan a Fonart desde el extranjero, brindando un servicio completo que permite al cliente solicitar su pedido y recibirlo oportunamente en su destino final.

¹ <http://www.fonart.gob.mx>

3.1.2.-Instituto Nacional Indigenista (INI)

El Instituto Nacional Indigenista (INI) es un organismo público del gobierno federal, encargado de diseñar e instrumentar la política gubernamental con y hacia los pueblos indígenas de México.

El objetivo del INI es el de promover que los pueblos y comunidades indígenas sean sujetos de derecho y de su propio desarrollo integral, a través de una acción rectora, normativa, corresponsable y concurrente.

El INI apoya los procesos organizativos de los pueblos indígenas para que sean interlocutores ante las diferentes instancias de los sectores público, social y privado.

El instituto definió como líneas básicas de acción: el fomento a la producción, bienestar social, capacitación, asesoría, y fomento del patrimonio cultural, fue dentro de estas áreas que llevó a cabo programas financiados con recursos de solidaridad, tales programas fueron: brigadas de solidaridad, técnicos en solidaridad, procuración de justicia, jornaleros agrícolas, reforestación, fondos del patrimonio cultural, fondos regionales de solidaridad y equipamiento y reparación de albergues. Para coordinar algunos de estos programas se organizaron unidades administrativas provisionales, también financiadas con recursos de solidaridad, que se agregaron a la estructura organizacional del instituto.

El INI cuenta con un departamento de comercialización el cual tiene los siguientes objetivos:

- Apoyar a las delegaciones estatales y centros coordinadores que lo requieren en la elaboración de proyectos especiales, formulación y formalización con otras dependencias gubernamentales.

- Dictaminar la variabilidad técnica-operativa de los proyectos de los fondos regionales que le presenten las unidades operativas estatales de acuerdo a la normatividad vigente.
- Operar el sistema nacional de información de fondos y remitir las observaciones correspondientes a las entidades que lo requieran.
- Participar en la elaboración de sistemas de evaluación y la aplicación de los mismos en los fondos y los proyectos, así como la participación del instituto en la asistencia técnica.
- Realizar diagnósticos sobre la producción y comercialización de los sectores artesanales y de servicios de las regiones indígenas.²

3.1.3.-Secretaría de Economía (SE)

La Secretaría de Economía es una dependencia del Poder Ejecutivo Federal que promueve la competitividad y el crecimiento económico de las empresas.

La Secretaría de Economía tiene como objetivo primordial el crear las condiciones necesarias para fortalecer la competitividad, tanto en el mercado nacional e internacional, de todas las empresas del país; en particular de las micro, pequeñas y medianas. También de instrumentar nuevas políticas de desarrollo empresarial que promueva la creación y consolidación de proyectos productivos que contribuyan al crecimiento económico sostenido y generen un mayor bienestar para todos los mexicanos.

La secretaría de Economía brinda diferentes tipos de apoyos a los interesados en la exportación de productos incluyendo al sector artesanal. Los tipos de apoyo son:

² <http://www.ini.gob.mx>

Administrativo y/o Asesoría

Primer contacto- proporciona información y orientación a los empresarios sobre:

- Información general sobre las tareas normativas y de gestión de la Secretaría.
- Trámites empresariales a nivel federal, estatal y municipal para iniciar y operar un negocio.
- Asesoría en comercio exterior.
- Programas de promoción que ofrece el gobierno federal, para apoyar a la micro, pequeña y mediana empresa.
- Orientación sobre ofertas y demandas de productos y servicios a nivel nacional e internacional.
- Asesoría sobre los tratados de libre comercio suscritos por México.
- Identificación de clientes y proveedores de materias primas, insumos, bienes y servicios.
- Asesoría para la constitución de toda clase de sociedades mercantiles por parte de corredores públicos.
- Información sobre negociaciones comerciales internacionales.

Guías Empresariales- Sistema de consulta gratuita en internet con 120 Guías Empresariales sobre los pasos a seguir para establecer un negocio o mejorar su desempeño, a través de orientación en materia de planeación, organización, operación y control de una empresa. La información se encuentra estructurada en los siguientes capítulos: Estudios de Mercado, Proceso técnico para la elaboración de un producto o prestación de un servicio, la maquinaria y equipo y su inversión inicial.

Elementos a considerar para determinar los costos de operación y la administración de inventarios:

- Marco legal
- Marco Contable
- Recursos Humanos
- Administración financiera
- Mercadotecnia
- Exportaciones
- Plan de Negocios.

La página en internet cuenta con módulos de apoyo que ofrecen información de los elementos generales para la creación de un negocio; el proceso administrativo de una empresa, programas de apoyo del Gobierno Federal, Estatal e Iniciativa Privada.

Programa de Apoyo al Diseño Artesanal, PROADA: dio inicio en 1997 y es coordinado por la Secretaria de Economía. Su objetivo es que los artesanos fortalezcan su capacidad creativa, técnica, organizacional y comercial para mejorar efectivamente sus niveles de bienestar familiar y sus perspectivas colectivas de desarrollo económico y social.

La metodología se orienta a las siguientes líneas de acción:

- Diagnóstico: con la finalidad de valorar la realidad en que se desenvuelve la comunidad artesanal y que habrá de condicionar el respaldo y la consecución del objetivo fundamental del programa.
- Capacitación y asesoría técnica utilizando el esquema del contenido base que se propone en el programa, sin embargo, la profundidad y extensión en cada módulo habrá de determinarse en función del resultado del diagnóstico. Los módulos a desarrollar son los siguientes:
 - a. Interculturalidad y diseño
 - b. Demandas y mercados

- c. Diseño y producción
 - . Comercialización
 - . Diseño, oferta y demanda
 - . Organización
 - . Aplicación práctica para los participantes

Los servicios de capacitación y asistencia técnica tienen una duración de 350 hrs. que se cubren aproximadamente en siete semanas de manera presencial y no presencial, dependiendo de la complejidad del producto y el avance de cada comunidad.³

La SE invita de forma directa a las empresas interesadas en comercializar artesanías. Así mismo difunde la celebración de cada uno de los encuentros a través de posters, volantes, spots de radio y cintillos periodísticos. Entre los invitados se encuentran las Empresas comercializadoras de artesanías; exportadoras; tiendas de artesanías, departamentales y de autoservicio; y público en general.

Los beneficios son:

- Presentar en un solo espacio una exhibición de piezas artesanales de calidad, diseño exclusivo y representativas de los diferentes estados de la República Mexicana para su compra al mayoreo y menudeo.
- Tener la oportunidad de realizar entrevistas de negocios directamente con las empresas comercializadoras de artesanías y definir características de los productos, volumen, precios, fechas de entrega y formas de pago.
- Recibir asesoría especializada y gratuita por parte de distintas instituciones: BANCOMEXT, NAFIN, IMPI, FONART, SHCP, principalmente en el Módulo de Orientación al Exportador, la Dirección de Vinculación Empresarial de la Secretaría de Economía y el Centro Promotor de Diseño-México, sobre

³ <http://www.cipi.gob.mx/html/consfed.asp>

requisitos aduanales, regulaciones arancelarias, mercado y aspectos fiscales entre otros.

Apoyo Financiero

Fondo de Apoyo para el Acceso al Financiamiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas FOAFI- La SE fomenta y constituye esquemas e instrumentos que apoyan el acceso de las MPyMEs al financiamiento del Sistema Financiero Nacional. El fortalecimiento y constitución de fondos de garantías, es una de las alternativas de desarrollo más viables que permitirán a las empresas acceder al sistema financiero sin perjuicio de su patrimonio y provocando con ello un fomento real de proyectos productivos sustentados en la viabilidad de los mismos. Al mismo tiempo dará al empresario la posibilidad de desarrollar sus habilidades de autogestión ante la banca de desarrollo y comercial, generando con ello una mayor cultura crediticia.

Los tipos de apoyos que ofrece este fondo son los siguientes:

- **Fomento de Planes de Negocios.** Apoya a las MPyMEs en la elaboración de planes de negocios que permitan evaluar la viabilidad técnica y financiera de una empresa. Se apoya hasta el 70% del costo de los planes de negocio de forma única e irreplicable por empresa.⁴
- **Constitución y fortalecimiento de fondos de garantía.** El FOAFI en vinculación con empresas o empresarios, banca de desarrollo y/o banca comercial, gobiernos estatales, municipales y el Distrito Federal aporta recursos a la constitución y/o complementación de fondos destinados a cubrir o completar las garantías de las MPyMEs. La aportación de este fondo no debe significar más del 50% de su patrimonio total en cada fondo en el que participe; los fondos de garantía convenidos con la banca de

⁴ Ibid

desarrollo o banca comercial son contratados con corporativos u oficinas matrices de cobertura nacional según sea el caso.⁵

- Fortalecimiento de intermediarios financieros no bancarios. El FOAFI aporta recursos a la creación de los instrumentos que facilitan el acceso al financiamiento a las MPyMEs y que son promovidos por instituciones financieras no bancarias, tales como:
 - Sociedades de Garantías Recíprocas
 - Fondos de Capital de Riesgo
 - Uniones de Crédito
 - Sociedades de Inversión de Capital
 - Factoraje Financiero
 - Entidades de Fomento
 - Sociedades Financieras Populares
 - Cooperativas de Ahorro y Crédito Popular
 - Otras figuras que contemple la Ley de Ahorro y Préstamo

El programa está diseñado para apoyar y complementar los esfuerzos de las MPyMEs mexicanas y emprendedores que requieren financiamiento para establecer, mejorar o ampliar su negocio.

Promoción

Expo-México, Calendario de Ferias y Exposiciones- La Secretaría de Economía elabora anualmente el Expo-México Calendario de Ferias y Exposiciones, con objeto de que los productores y comerciantes identifiquen oportunidades de negocio. Contiene información general como: fecha de celebración, lugar sede, tipo de evento, expositores, productos a exhibir o promover, comité organizador, entre otros. Las personas que pueden acceder a esta información pueden ser, empresarios, comerciantes, prestadores de servicios, instituciones gubernamentales, cámaras, organizaciones empresariales,

⁵ Ibid

estudiantes y público en general. La Secretaría de Economía en colaboración con la Asociación Mexicana de Profesionales en Ferias, Exposiciones y Convenciones, A. C. (AMPROFEC) y la Asociación Nacional de Ferias y Fiestas Populares, A. C. (ASONAFE) elaboran y difunden anualmente el Expo-México calendario de Ferias y Exposiciones.

3.1.4.-Banco Mexicano de Comercio Exterior (BANCOMEXT)

Bancomext es el instrumento del Gobierno Mexicano cuya misión consiste en incrementar la competitividad de las empresas mexicanas, primordialmente las pequeñas, vinculadas directa e indirectamente con la exportación y/o la sustitución eficiente de importaciones, otorgando un apoyo integral a través de los servicios de calidad en capacitación, información, asesoría, coordinación de proyectos y financiamiento. Entre dichos apoyos se encuentran:

Administrativos

Exportanet- Es un sistema en línea y tiempo real que ofrece información de inteligencia comercial para empresas exportadoras o con interés de incursionar en los mercados internacionales, el cual puede ser consultado desde su oficina durante las 24 horas del día, los 365 días del año, con información que registran las Consejerías Comerciales de Bancomext, quienes investigan qué empresas están interesadas en comprar productos mexicanos. El sistema integra los siguientes productos: Oportunidades Comerciales de Exportación, Directorio Mundial de Importadores, Servicio de Búsqueda de Socios Comerciales en el Exterior, y sitios de interés especializados en como: Tratados y Acuerdos Comerciales de México con otros países, Normas Internacionales, Información Especializada en regulaciones no arancelarias por producto, mercado y sector.

Servicios de Asesoría- BANCOMEXT proporciona asesoría directa para evaluar los requerimientos para exportar y las características de los mercados. Asimismo, a través del Programa de Asistencia Técnica se puede tener apoyo de

consultores para adecuar procesos y productos y se apoya la realización de campañas de imagen de productos mexicanos, elaboración de catálogos y elaboración de estudios de mercado.

Se brinda asesoría en los siguientes temas

- Iniciación a la actividad exportadora
- Asesoría básica sobre documentos, trámites y dependencias que participan en las operaciones de exportación
- Régimen legal y arancelario de exportación en México
- Régimen legal y arancelario de importación en México
- Régimen legal y arancelario de importación en país de destino
- Asesoría para la formación del precio de exportación
- Asesoría legal básica sobre contratos internacionales y otros aspectos jurídicos de comercio exterior
- Asesoría en materia de acuerdos y tratados comerciales
- Estudio arancelario de mercancías
- Estudio sobre regulaciones sanitarias y fitosanitarias por sector, producto y país de destino
- Estudio sobre normas técnicas a la importación de mercancías por sector, producto y país de destino
- Información sobre productos y servicios financieros de Bancomext
- Asesoría sobre mercados
- Asesoría sobre estrategia sectorial
- Solución de Controversias de Comercio Exterior
- Documentos especializados sobre regulaciones no arancelarias por sector, producto y mercado.

Asistencia Técnica

- Mejora de procesos productivos
- Certificación de normas
- Estudios de mercado

- Campañas de imagen
- Catálogos impresos y electrónicos

Servicios de Capacitación- BANCOMEXT ofrece cursos, seminarios y diplomados sobre aspectos administrativos, legales, técnicos, financieros y de comercialización relacionados con el proceso de exportación, para aquellas empresas que están planeando participar en la actividad exportadora o que requieren ampliar o consolidar sus mercados, clientes y productos. La capacitación tiene un enfoque práctico, a fin de que los conocimientos se traduzcan en la concreción de proyectos de exportación. Los servicios son proporcionados por instructores especializados, tanto externos como internos, y en el caso de diplomados, se ofrecen en colaboración con instituciones de educación superior.

Servicios de Orientación e Información- BANCOMEXT proporciona orientación e información a las empresas y usuarios interesados en incursionar en la actividad exportadora o consolidar su participación en el comercio internacional. A través de estos servicios que consideran el conocimiento del proceso exportador, el comportamiento de los sectores y mercados, así como las oportunidades en materia de comercio e inversión, los empresarios podrán apoyar tanto las etapas de planeación de sus proyectos como su evaluación y seguimiento.⁶

Promoción

Servicios de Promoción Internacional- BANCOMEXT ofrece apoyo integral a los exportadores combinando instrumentos promocionales y servicios acordes con sus necesidades y su nivel de desarrollo exportador. Los servicios que se ofrecen al exportador son principalmente, agenda de negocios en México y en el extranjero, investigación de mercado, promoción de oferta exportable, investigaciones sobre canales de distribución, paquetes de inversión, de desarrollo

⁶ Ibid

de proveedores, programa de inmersión en el mercado, servicios de inteligencia comercial, estrategia comercial internacional, servicios de teleconferencia y trabajos a la medida, de acuerdo a las solicitudes específicas del cliente. Adicionalmente, se ofrece conjuntamente con la Dirección Ejecutiva de Servicios Promocionales productos especializados como el Pyme Internacional, Mediación Comercial, Eventos Internaciones, entre otros.

Eventos Internacionales- BANCOMEXT diseña, organiza, coordina y proporciona asistencia técnica a las empresas para la realización de:

- Foros de exhibición permanente: Facilita la promoción de los productos mexicanos en un mercado específico durante un periodo de tiempo prolongado. Esta es una de las estrategias más adecuadas para dar a conocer la oferta exportable en mercados altamente competitivos.
- Misiones de exportadores. Organiza y coordina la participación de empresas mexicanas en viajes de promoción al extranjero, incluyendo el ofrecimiento de asistencia técnica a empresas, elaboración de agenda de trabajo y apoyo logístico.
- Misiones de compradores. Identifica y coordina visitas de importadores interesados en seleccionar empresas exportadoras potenciales, ofreciendo asistencia técnica y organización de agenda de trabajo de las mismas.
- Misiones de inversionistas. Organiza visitas de inversionistas interesados en viajar a México para evaluar el entorno económico y comercial, así como conocer los estímulos ofrecidos a la inversión extranjera en los diferentes estados de la República, comprendiendo el ofrecimiento de servicios de asistencia técnica y organización de agenda de trabajo.

Ferias Internacionales- BANCOMEXT apoya a las empresas exportadoras de bienes y servicios a través de la participación de éstas en ferias internacionales.

Ferias tipo "A" Las ferias tipo "A" son aquellos eventos en el extranjero en donde BANCOMEXT organiza y apoya la participación de empresas mexicanas dentro de un pabellón nacional.

Ferias tipo "B" Los eventos tipo "B" son aquellas ferias internacionales de reconocido prestigio en donde los Gobiernos de los Estados, las Cámaras, Asociaciones Empresariales, Organismos de Promoción y/o Empresas, organizan la participación de un grupo de empresas mexicanas dentro de un Pabellón Nacional.

Ferias tipo "C" Las ferias tipo "C" son aquellos eventos internacionales de reconocido prestigio en los que BANCOMEXT no participa con un Pabellón Nacional y en los cuales una o varias empresas mexicanas participan de forma individual. Incluyen también aquellas ferias en las que se cuenta con un Pabellón Nacional pero el número de empresas mexicanas interesadas en participar excede el cupo del mismo; o aquellas empresas que por así convenir a sus intereses, participan en el evento por su parte.

Ferias tipo "D" Son aquellos eventos en el extranjero en donde BANCOMEXT organiza y apoya la participación de Gobiernos de los Estados, Empresas, Parques Industriales, Despachos de Abogados y Consultores, Organismos y Entidades para la Promoción de Inversiones, dentro de un Pabellón Nacional y cuyo principal objetivo es el de captar iniciativas de empresas extranjeras interesadas en invertir en México.

Para las ferias de la "A" y "D", los apoyos que ofrece BANCOMEXT son para renta de espacio, envío de muestras, gastos de operación y construcción* ; y de conformidad con los siguientes porcentajes: en Estados Unidos hasta el 25% y en otros mercados hasta el 50%. Se otorgan descuentos adicionales a los miembros del Club de Exportadores de Bancomext, de acuerdo con su membresía

a saber: membresía bronce 10%, membresía plata 15%, membresía oro 20% y membresía platino 25%.⁷

Para las ferias "B" y "C", los apoyos que ofrece Bancomext son para la renta de espacio, envío de muestras, gastos de operación y construcción y de conformidad con los siguientes porcentajes: en Estados Unidos hasta el 50% y en otros mercados hasta el 50%. Se requiere la adquisición de una membresía del Club de Exportadores de Bancomext por el 50% del monto del primer apoyo solicitado. En caso de que la empresa ya sea miembro del Club de Exportadores, el monto a rembolsar del importe autorizado será: membresía bronce 70%, membresía plata 80%, membresía oro 90% y membresía platino 100%.⁸

Ferias tipo "E" Promoción y venta de espacios en ferias nacionales, con el fin de que empresas extranjeras y nacionales participen como expositores en los mismos apoyando a compradores internacionales para que visiten la feria mexicana.

Ferias tipo "F" Promoción y venta de espacios en eventos internacionales, con el fin de que empresas mexicanas participen como expositores en los mismos a los cuales se les podrá otorgar el apoyo de ferias tipo C.

Oficinas y bodegas en el Extranjero Bancomext apoya a las empresas mexicanas para que abran oficinas, bodegas o participen en salones permanentes, cuando las necesidades del mercado determinen que para atenderlo se requiere de una presencia más permanente. El apoyo es por el 50% de la renta del local, sin rebasar 4 mil US dólares semestrales. El máximo apoyo que se otorga es de un año para una plaza y en caso de que una empresa abra varios centros de distribución en diferentes plazas el monto máximo a apoyar será se 12 mil US dólares en un año. Deberás suscribirse al Club de Exportadores de Bancomext por el equivalente al 50% del primer apoyo.

⁷ Ibid

⁸ Ibid

Financiero

Esquema Financiero para el pequeño Exportador- Programa simplificado de crédito para exportadores directos e indirectos, al amparo del cual se otorgan recursos para ciclo productivo y ventas hasta por USD 50,000 por acreditada, establecido con el propósito de fomentar el desarrollo de las MPYMES (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) que son exportadoras directas de manufacturas o proveedoras de exportadoras directas.⁹

Para ser elegibles de financiamiento, los solicitantes deberán haber registrado al menos tres exportaciones directas o indirectas durante los últimos doce meses; presentar una situación financiera satisfactoria; contar con un obligado solidario propietario de un bien inmueble libre de gravámenes, y contar con informes favorables de buró de crédito para la empresa, sus accionistas mayoritarios y su obligado solidario.

No podrán ser elegibles de recibir financiamiento por parte de Bancomext aquellas empresas solicitantes que no cumplan con todos y cada uno de los requisitos del esquema, por lo que entre otras estarán excluidas las solicitantes que no estén legalmente constituidas, presenten embargos, se encuentren en estado técnico de disolución, presenten cartera vencida o claves de prevención en el Buró de Crédito, se encuentren en huelga, presenten insolvencia, o bien, que estén declaradas en suspensión de pago o concurso mercantil.

Cartas de crédito de exportación- Este instrumento de pago brinda al exportador la certeza de recibir el pago de sus ventas por parte del importador. En este sentido, Bancomext actúa como banco notificador o confirmador, recibiendo cartas de crédito de exportación provenientes del extranjero a favor de exportadores mexicanos sin ningún requisito previo. El pago a estas empresas se realiza puntualmente, una vez que los documentos presentados cumplen con los

⁹ <http://www.bancomext.com/bancomext>

términos y condiciones establecidos. Las cartas de crédito de exportación pueden ser objeto de financiamiento a través de las líneas de crédito comprador, para apoyar la adquisición de bienes y servicios mexicanos en el extranjero a costos muy competitivos. Bancomext también ofrece el servicio de descuento de letras de cambio giradas al amparo de Cartas de Crédito de Exportación y aceptadas por Bancomext, o por bancos de primer orden nacionales o extranjeros.

Existen diferentes cartas de crédito y la que se recomienda en este caso es la Carta de Crédito irrevocable confirmada ya que es la que reúne la máxima garantía para el beneficiario. Esta constituye un compromiso irrevocable de pago, no solamente del banco extranjero que la emite o establece, sino también del banco local, que las confirma y por este hecho se hace solidariamente responsable de dicha obligación y se compromete a efectuar el pago en sus oficinas.¹⁰

3.2. Marco operativo México-Estados Unidos

Para poder exportar a los Estados Unidos es necesario consultar que leyes y reglamentos son los que se aplican para el comercio entre estas dos naciones, los más importantes son los siguientes:

Ley Aduanera de México, que establece las maneras en las que debe realizarse el despacho aduanero de las mercancías, los distintos regímenes a que puede asignarse las mercancías, los documentos que amparan la legal estancia en el país, los mecanismos para valorar las mercancías y determinar los impuestos, las responsabilidades de los importadores y exportadores, las infracciones y las sanciones a las mismas.

Objetivos fundamentales:

- Proporcionar seguridad jurídica
- Promover la inversión y las exportaciones

¹⁰ Mercado H, Salvador, (2000), *Comercio Internacional II*, México, D.F., Noriega Editores, p. 123

- Cumplir con compromisos internacionales

Reglamento de la Ley Aduanera, que regula con mayor detalle lo establecido en la Ley Aduanera, y definiendo más claramente ciertos procedimientos.

Ley de impuestos generales de importación y exportación, la ley aduanera establece que se causarán los siguientes impuestos al comercio exterior:

- General de importaciones, conforme a la tarifa de la ley respectiva.
- General de exportaciones, conforme a la tarifa de la ley respectiva.
- Estarán obligados al pago de los impuestos al comercio exterior las personas físicas o morales que introduzcan mercancías al territorio nacional o las extraigan del mismo.
- En la tarifas encontramos dos partes fundamentales:
 - La nomenclatura
 - Columna impositiva

Resolución Miscelánea de Comercio Exterior, que señala las Reglas de carácter general con las que las autoridades de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público están obligadas a interpretar las leyes y reglamentos a procedimientos específicos relacionados con el comercio exterior. Además, en sus anexos se publican formatos oficiales para ciertas solicitudes y documentos relacionados con el comercio exterior, y se definen mercancías prohibidas o sujetas a requisitos especiales, etc.

Código Fiscal de la Federación, que establece en general los derechos y obligaciones de los contribuyentes, entre ellos la definición de impuestos, actualizaciones, tipos de cambio, obligaciones documentales, formalidades, y medios legales de defensa en lo fiscal.

Ley de Comercio Exterior, que establece mecanismos para promover las exportaciones, vigilar la competencia internacional y sancionar mediante cuotas compensatorias la subvención o las discriminaciones de precios, proteger la economía nacional en caso de daño pro causas de comercio exterior mediante medidas de salvaguardia, define reglas que determinan el país de origen de un bien, define los aranceles y las restricciones no arancelarias y los modos en que podrán establecerse y modificarse.

Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA), que señala qué artículos deberán cumplir con el pago de este impuesto, en términos generales, pagan IVA al momento de su importación los mismos bienes que son gravables el enajenarse en el mercado nacional, no pagan IVA las exportaciones.

Ley de Propiedad Industrial- Establece las bases para que, en las actividades Industriales y comerciales del país, tenga lugar un sistema permanente de perfeccionamiento de sus procesos y productos; promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial, las mejoras técnicas y la difusión de conocimientos tecnológicos dentro de los sectores productivos; propiciar e impulsar el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios en la industria y en el comercio, conforme a los intereses de los consumidores; favorecer la creatividad para el diseño y la presentación de productos nuevos y útiles; proteger la propiedad industrial mediante la regulación y otorgamiento de patentes de invención; registros de modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, y avisos comerciales; publicación de nombres comerciales; declaración de protección de denominaciones de origen, y regulación de secretos industriales, y prevenir los actos que atenten contra la propiedad industrial o que constituyan competencia desleal relacionada con la misma y establecer las sanciones y penas respecto de ellos.

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que señala las condiciones en que las mercancías importadas o exportadas serán sujetas a tarifas preferenciales en México, Estados Unidos y Canadá. Especialmente importantes son las Reglas de Origen, así como el capítulo 3, en el que señalan requisitos especiales para los importadores temporales.¹¹

Reglas de Origen- El TLC prevé la eliminación de todas las tasas arancelarias sobre los bienes que sean originarios de México, Canadá y Estados Unidos, en el transcurso de un periodo de transición. Para determinar cuáles bienes son susceptibles de recibir trato arancelario preferencial son necesarias reglas de origen.

Las disposiciones sobre reglas de origen contenidas en el Tratado están diseñadas para:

- asegurar que las ventajas del TLC se otorguen sólo a bienes producidos en la región de América del Norte y no a bienes que se elaboren total o en su mayor parte en otros países;
- establecer reglas claras y obtener resultados previsibles; y
- reducir los obstáculos administrativos para los exportadores, importadores y productores que realicen actividades comerciales en el marco del Tratado.

Las reglas de origen disponen que los bienes se consideraran originarios de la región cuando se produzcan en su totalidad en los países de América del Norte. Los bienes que contengan materiales que no provengan de la zona también se considerarán originarios, siempre y cuando los materiales ajenos a la región sean transformados en cualquier país socio del TLC. Dicha transformación deberá ser suficiente para modificar su clasificación arancelaria conforme a las disposiciones del Tratado. En algunos casos, además de satisfacer el requisito de clasificación arancelaria, los bienes deberán incorporar un porcentaje específico de contenido regional. El TLC contiene una disposición similar a la existente en el Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos (ALC), que permite considerar los

¹¹ <http://www.cerver.com.mx/servicios.html>

bienes como originarios, cuando el bien terminado se designe específicamente en la misma subpartida arancelaria que sus componentes y cumpla con el requisito de contenido regional.¹²

Requisitos de Exportación:

Factura comercial: es uno de los documentos que obligatoriamente se deben presentar ante la aduana. En el Art. 36 Fracción II, de la Ley Aduanera, quienes exporten están obligados a presentar en la aduana la factura, o cualquier documento que exprese el valor comercial de las facturas (factura, pro-forma, carta-factura).

En el caso específico de Estados Unidos, ésta específica en su Ley Aduanera que la factura debe contener lo siguiente:

- Aduana de salida del país de origen y el lugar de entrada al cual se destina la mercancía,
- Nombre y dirección del vendedor o embarcador,
- Nombre y dirección del comprador o consignatario, precio de compra de cada artículo en la moneda de venta,
- Tipo de moneda,
- Condiciones de venta (Incoterm)
- Todos los cargos sobre la mercancía, detallados por nombre y cantidad, incluidos el flete, seguro, comisión, cajas, contenedores, envolturas, empaque, incluyendo todos los cargos, costos y gastos incurridos en el transporte de la mercancía.

Pedimento: es la forma de registro de salida o entrada de la mercancía del territorio nacional a fin de poderlos contabilizar y controlar. Este documento es elaborado por el agente aduanal y existen diversas modalidades, dependiendo del

¹² http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Mexico/lipmexsa.asp#uptotit1

tipo de operación a realizar. Es el Documento que da carácter legal a las salidas y entradas de mercancías de y hacia territorio nacional.

Algunos de los datos que debe de contener, son:

- Número de Factura
- Datos completos del destinatario y exportador
- Fracción arancelaria de exportación (8 dígitos)
- Descripción completa y cantidad de la mercancía a ser enviada
- Régimen de exportación
- Código de barras para identificación de datos y firma del exportador.
- Modo de transporte (ferroviario, terrestre, marítimo, aéreo)

Carta de Instrucciones: documento en el que bajo protesta de decir verdad, girará las instrucciones al agente aduanal para realizar el despacho aduanero de forma clara y precisa.

Certificados de origen: documentos que avalan el origen de las mercancías para efectos de la aplicación de preferencias arancelarias, eliminación del pago de cuotas compensatorias, cupos, mercados de país de origen y otras medidas que se establezcan. Para el caso del TLCAN el agente aduanal puede requisitarlo no siendo necesaria la autorización de la Secretaría de Economía u otra autoridad. Las bases jurídicas del certificado de origen a nivel nacional: la ley aduanera, art. 36, fracción d, a nivel internacional el art. 501 del TLCAN.

Documentos de transporte: estos documentos representan el contrato entre el propietario de la mercancía y el transportista, donde se señala el lugar de entrega de acuerdo al Incoterm elegido con el cliente. Es muy importante que este documento coincida con la factura, lista de empaque, etc. Además se deberá anexar todos los documentos que amparen el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias del país destino:

- Guía aérea (avión)- Este modo de transporte ofrece una serie de ventajas como la rapidez en la entrega, una mayor cobertura geográfica y mayores frecuencias de transporte. En contraprestación, es el medio de transporte más costoso y tiene restricciones para la movilización de algunas cargas. Este mayor costo del transporte, se refleja también en mayores comisiones y derechos aduaneros más elevados, ya que se pagan sobre el denominado valor en aduana de la mercancía y que incluye todos los costos que conlleva la mercancía al llegar a la aduana en el país de destino: costo del producto, de seguros y transporte, comisiones a agentes comerciales, etc.
- Conocimiento de embarque (marítimo)- El uso de este tipo de transporte es el segundo en importancia en México, es económico ya que mueve el mayor número de mercancías en el tráfico internacional además de se cuenta con diferentes tipos de buques para todo tipo de carga. En la contratación del transporte marítimo de líneas regulares se emplean diferentes términos donde se especifica los gastos que están incluidos o no en el flete. Algunas desventajas que tiene este tipo de transporte es que esta sujeto a las condiciones climáticas, las fechas de salida son limitadas, el desembarque de la mercancía es muy tardado dado en número tan grande de contenedores que se tienen que bajar del buque, etc.
- Carta de porte (autotransporte) – El uso de este tipo de transporte es el principal medio de movilización de carga en México, brinda una gran ventaja ya que es el único que da el servicio de puerta a puerta. Tiene la capacidad de transportar desde pequeños paquetes a volúmenes importantes, cuenta con una versatilidad que permite transportar todo tipo de productos. Permite una facilidad de coordinación con otros medio de transporte porque tiene más fácil acceso a puertos y aeropuertos permitiendo un ágil transbordo de mercancías.¹³

¹³ Transporte e industria "Productividad y eficiencia en el transporte" Octubre-Noviembre 2002, México <http://www.antp.org.mx/rev/novabril03/sat.html>

Para la transportación de las piezas artesanales no es necesario el uso de un contenedor completo ya que la producción de las piezas es limitado, por lo tanto se recomienda el uso del transporte de carga consolidada terrestre para hacer un servicio de puerta a puerta o para que se haga un transbordo marítimo según sea el caso de negociación con el cliente.

Póliza o certificado de Seguro de Transporte y Mercancía: el seguro tiene el propósito de proteger al exportador del mal manejo de la mercancía y libera a este de una carga económica que representaría la pérdida total o parcial de bienes.¹⁴

Lista de empaque: es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana, al comprador, identificar las mercancías y conocer qué contiene cada bulto o caja, por lo cual se debe realizar un empaque metódico, que coincida con la factura. Esta última se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.¹⁵

En este desglose de debe indicar la fracción arancelaria, así como el valor, el peso y el volumen (describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados).

Para obtener la licencia de exportación se debe de obtener el Registro Nacional de Importadores y Exportadores, art. 102 del Reglamento Aduanero.

Por las características de las materias primas (barro natural y agua) para la elaboración de artesanías de barro cocido de este estudio, no es necesario un análisis de laboratorio como es el caso de otro tipo de artesanías con incrustaciones de pewter, metales, plomo, barniz, etc. Por tal motivo la Secretaría de Economía en su área de primer contacto informa que el mercado de Estados

¹⁴ <http://www.nlexporta.com/guias/comercioext.html>.

¹⁵ SECOFI, Guías empresariales. Comercialización y exportación de artesanías. México, D.F. 1998.

Unidos no aplica ningún tipo de restricciones para la importación de éstos productos.

El siguiente capítulo brinda más información de cómo lograr hacer una exportación de productos artesanales de manera correcta al mercado de Estados Unidos.

CAPITULO IV Proyecto de Exportación

4.1.-"Hispania el Arte Tolteca"

El proyecto de exportación consiste en la creación de una empresa 100% mexicana dedicada única y exclusivamente a la creación, elaboración, producción, venta nacional y en el extranjero, principalmente al mercado de Estados Unidos de América, de piezas de barro cocido que no contenga ninguna materia prima que dañe al medio ambiente proporcionando empleo a artesanos mexicanos de la zona de Tula, Hidalgo en México. El proyecto de empresa se denominará "**Hispania, el Arte Tolteca**".

Dado a la necesidad de las empresas mexicanas, principalmente las micro y pequeñas empresas de desarrollarse efectivamente en el ámbito comercial cada vez más global y de mayor competencia es necesario crear negocios con productos de alta competitividad y con un valor agregado.

En el caso de "Hispania, el Arte Tolteca" el valor agregado es el gran legado histórico con el que cuentan sus productos ya que presentan acabados bien detallados, resultado de varios procesos de fabricación, que les permite competir con replicas de originales, sin embargo Hispania opta por un diseño único (distinto al original), pero que conserve todas las características y rasgos culturales toltecas esenciales de cada representación con la finalidad de difundir los valores étnicos, artísticos y culturales del México Prehispánico, reforzando y ampliando la identidad del pueblo mexicano a través de la colección de piezas artesanales en barro cocido.

Los productos son realizados manualmente en su totalidad. Al analizar el producto es muy obvio que su manufactura fue realizada por un experto artesano (en este caso son los descendientes de los indígenas).

4.2.-Producto Físico y Precios de Producción

Producto Físico- Son piezas que tienen un significado histórico y cultural, el cual satisface la necesidad de conocer nuestro pasado dándonos como resultado una pieza ornamental de alta calidad.

El material utilizado para la elaboración de dichas piezas es el barro, una vez moldeadas las piezas se meten a un horno a una temperatura adecuada, terminada la cocción, la pieza cuenta con la características de parecer como una pieza original con los detalles que llevan este tipo de piezas, que son:

- Un poco maltratadas,
- Cubiertas de polvo, y
- Con pigmentos originales.

Los pigmentos son auténticos de la región de Tula, por ejemplo, la cochinilla, añil y el rojo tezontle. Existen diferentes tamaños y modelos de las piezas. Cada modelo no se repite con la misma exactitud del primero, ya que son piezas creadas individualmente por artesanos que tienen la facilidad para crearlas y el don de herencia de sus antepasados.

Este tipo de productos se crea para ser utilizados por el cliente nacional y extranjero de manera estética en el hogar u oficina, éstos brindan una mejor imagen de las artesanías elaboradas en México, esto permite que mas turistas visiten nuestro país y así se pueda fomentar la exportación de las mismas.

Las características distintivas del producto son las siguientes:

- Todas las piezas son elaboradas completamente a mano. No son réplicas, pero por su perfecto acabado causan confusión a los

expertos, no pudiendo definir a simple vista si se trata de una pieza auténtica.

- No se producen en serie, aunque el modelo sea el mismo las piezas son distintas entre sí, esto debido a su elaboración manual. En todas las piezas se sigue un patrón artístico de elaboración, incluyendo los elementos más representativos de la cultura Tolteca. Para su elaboración se siguen métodos y procedimientos 100% artesanales, no se utiliza ningún tipo de herramienta, maquinaria o combustible modernos.

Para el caso de una exportación de este tipo de productos se deben considerar los siguientes requisitos:

- Verificación en la Ley De Impuesto General de Importación y Exportación TIGIE para la confirmación de la Fracción Arancelaria a la que pertenece este tipo de producto, en este caso la fracción es 69.13.90.
- Verificación de restricciones no arancelarias con el fin de verificar si se cumple o no con la calidad de fabricación así como las especificaciones particulares de cada producto. Estas restricciones incluyen lo siguiente:
- **Empaque.-** es el envoltente que se encuentra en contacto directo con el producto. Debe estar diseñado para llamar la atención y dar confianza al consumidor. Para el caso de la exportación de artesanías es recomendable utilizar como empaque bolsas de burbuja de polietileno ya que brindan protección duradera contra golpes y vibraciones durante el transporte y almacenamiento. Este material es liviano, flexible y fácil de manipular, es termo soldable e impermeable. Además de la bolsa de burbuja es necesario proteger las piezas en cajas de cartón para lograr una mejor transportación del producto.
- **Embalaje.-** tiene la finalidad de agrupar a los envases u objetos voluminosos y pesados para facilitar su manejo, almacenamiento, transporte y distribución. El embalaje debe complementarse con las indicaciones necesarias para quienes manejan la mercancía puedan

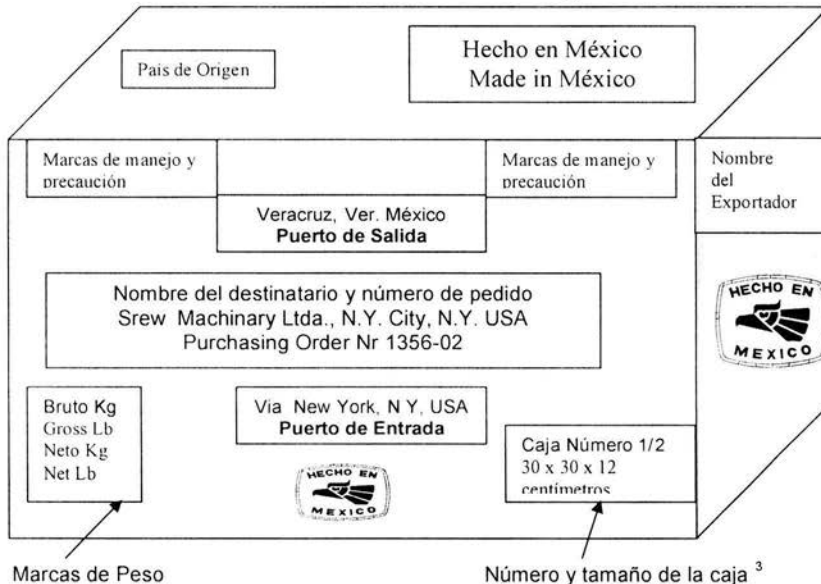
conocer su lugar de destino, así como las precauciones que se debe tener con la mercancía. Es conveniente que las marcas en el embalaje sean descritas en el idioma del país del importador, a fin de que los estibadores conozcan cómo manejar la carga. El embalaje para piezas artesanales de barro debe ser de material resistente ya que las piezas son muy delicadas, para este caso se pueden utilizar cajas de cartón duro con esquineros rígidos para una adecuada protección, adicionalmente se puede colocar película plástica para una mejor protección, es importante señalar que el embalaje debe de ir sobre paletas de carga hechas en madera de pino sin cepillar con medidas de 1.20 por 1 metro, (medidas universales para mercancía de importación y exportación). Estas medidas son necesarias para una buena manipulación de la mercancía en el transporte de carga consolidada por el cual se va a enviar a su destino final.¹

- El **etiquetado** del embalaje debe contener los datos siguientes, Marca del producto, descripción del contenido, contenido neto, leyenda de Hecho en México.
- Buscando crear una imagen de identidad nacional tanto en México como en el extranjero la Ley de inversiones y Marcas en su artículo 121 y 122 y la NMX-Z-009-1976 estipulan que los productos de venta al mercado nacional e internacional deberán llevar la leyenda "Hecho en México" y el emblema. Cuando el producto se destinado para la venta en el extranjero deberá contener la leyenda en el idioma del país que se destine.²

¹ Maubert Viveros, Claudio, (1998), *Comercio Internacional "Aspectos Operativos, Administrativos y Financieros"* México, D.F., Ed. Trillas, p.114

² *Ibid.*, p.121

Marcado del embalaje



- Se debe establecer el tipo de Incoterm (términos de Comercio Internacional) que va a ser utilizado en el proceso de exportación ya que éstos regulan la distribución de documentos, las condiciones de entrega de la mercancía, la distribución de costos y la distribución de riesgos de la operación. Los Incoterms se clasifican de la siguiente manera:
- **EXW** (Ex-works; En Fábrica): el exportador deberá entregar la mercancía en su fábrica. A partir de ese momento todos los gastos (transporte, seguro, aduaneros, etc.), así como los riesgos de deterioro o pérdida de la mercancía, serán por cuenta del importador.
- **FCA** (Free-carrier; Franco transportista): el exportador debe entregar la mercancía al transportista contratado en el lugar convenido (un puerto determinado, en los depósitos del transportista, etc.) con los trámites aduaneros de salida del país ya requisitados. Hasta dicho momento todos los gastos y riesgos son por cuenta del exportador y a partir de dicha entrega, del importador.

³ Ibid, p. 23

- **FAS** (Free alongside ship; Franco al costado del buque): el exportador debe entregar la mercancía situándola al lado del buque y con los trámites aduaneros de salida del país ya requisitados. El costo y el riesgo de embarcarla y todos los que se originen a partir de ese momento serán por cuenta del importador. Este incoterm sólo se utiliza cuando el transporte es marítimo.
- **FOB** (Free on board; Franco a bordo): en este caso el exportador entrega la mercancía una vez que ya está embarcada y con los trámites aduaneros de exportación requisitados. Se diferencia del anterior en que los gastos y riesgos del embarque son por cuenta del exportador.
- **CFR** (Cost and freight; Coste y flete): el exportador entrega la mercancía en el puerto de destino convenido, pero en este caso no sólo tiene que embarcar la mercancía, sino que también corre con el gasto de la travesía hasta el puerto de destino. Sin embargo, el seguro del transporte es por cuenta del importador. Este incoterm se utiliza únicamente cuando el transporte es marítimo.
- **CIF** (Cost, insurance and freight; Costo seguro y flete). El exportador entrega la mercancía en el puerto de destino, pero a diferencia del anterior corre además con el coste del seguro del transporte. Se utiliza sólo cuando el transporte es marítimo.
- **CPT** (Carriage paid to; Transporte pagado hasta el lugar de destino convenido): es similar al CFR pero en este caso se puede utilizar con cualquier tipo de transporte.
- **CIP** (Carriage and insurance paid to; Transporte y seguro pagados hasta el destino): es similar a la cláusula CIF pero en este caso se puede utilizar igualmente con cualquier tipo de transporte.
- **DAF** (Delivered at frontier; Entregado en frontera): el exportador debe entregar la mercancía en el punto fronterizo acordado, corriendo hasta ese momento con todos los gastos.

- **DES** (Delivered ex ship; Entregado sobre buque): el exportador entrega la mercancía sobre el buque, una vez que éste ha llegado al puerto de destino, pero antes de ser desembarcada. Los gastos y riesgos de la descarga son por cuenta del importador.
- **DEQ** (Delivered ex quay; Entregado en muelle con derechos pagados): el exportador corre con todos los gastos y riesgos hasta situar la mercancía en el puerto de destino y una vez cumplimentados los trámites aduaneros del país importador.
- **DDV** (Delivered duty unpaid; Entregada derechos no pagados): el exportador debe entregar la mercancía en el punto convenido (fábrica o almacén del importador), corriendo con todos los gastos y riesgos. Únicamente quedarían por pagar los trámites de la aduana del país de destino que serán por cuenta del importador.
- **DDP** (Delivered duty paid; Entregado derechos pagados): es igual que la anterior pero en este caso el exportador también tramita los derechos de aduana del país de destino.⁴

El Incoterm recomendado para una empresa que apenas comienza a exportar y que no tiene muchos recursos para hacer al pago de costo seguro y flete de la mercancía, es el Ex Works (EXW), en fábrica) ya que no tiene que hacer ningún trámite ni pago de derechos de exportación.

Otros requisitos necesarios para la exportación de productos artesanales al mercado de Estados Unidos son establecidos se en el punto 3.2.

Determinación del precio de producción para exportación

Los elementos básicos tradicionales que determinan un precio de exportación son: costos, demanda del mercado y nivel de competencia (oferta). Esto es válido tanto para el mercado nacional como para el internacional puesto

⁴ Ibid, p.p.50-67

que dichos elementos pueden variar de un mercado a otro, a menudo el precio de exportación no es el mismo que el precio ofrecido en el mercado. Se detalla a continuación los elementos básicos:

- **Costos**- el cálculo del costo de producción y de venta en el mercado extranjero es un elemento esencial para determinar si la actividad exportadora es viable. El costo de producción incluye todos los conceptos relativos a la elaboración de un producto hasta que éste se encuentra en stock, dichos costos pueden ser **fijos** (los que deben sostener, independientemente de las cantidades producidas), o **variables**, los cuales varían en función de las cantidades que se producen. Los costos variables incluyen los costos por concepto de los insumos o bienes a transformar, los costos de mano de obra y otros costos que incurren con motivo de la fabricación como por ejemplo el consumo de energía.
- **Costos de comercialización**, son todos los gastos que deben afrontarse para lograr que el consumidor los adquiera y se originan en investigaciones de mercado, publicidad, distribución, ventas y costos administrativos.
- **Costos de exportación**- son los gastos que originan los diferentes actos encaminados a la exportación, éstos varían dependiendo de la negociación o cotización que se realice, los cuales se establecen mediante el término de venta internacional realizado (INCOTERMS), adicionalmente se incluyen los viajes de negocios, teléfono, fax, comisiones y otros costos relativos a la actividad del representante en el extranjero (si es el caso), consultores, despacho aduanal, embalaje especial. Todos estos costos van a determinar el costo de producción.

Una vez determinado el costo total de producción y comercialización de cualquier cantidad de productos, se divide el costo total por el número de unidades producidas. Este costo unitario representa el precio de equilibrio. La comercialización realizada por encima de éste precio genera una ganancia o utilidad esperada.⁵

⁵ <http://www.bice.com/guialexportad/6.asp>

4.3.-Oportunidades de Negocios

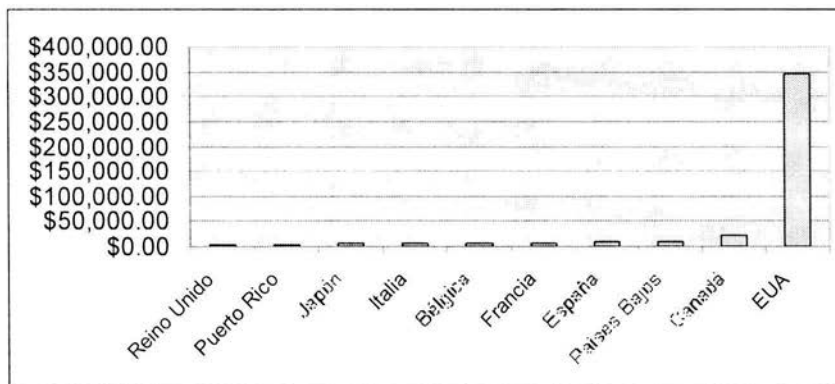
Las estadísticas proporcionada por INEGI nos muestran que los lugares a los cuales se exporta más las artesanías de barro cocido son:

Exportación de Artesanías por países

País	Periodo	Miles de Dólares
Reino Unido	1993-2000	\$ 4,084.00
Puerto Rico	1993-2000	\$ 4,584.00
Japón	1993-2000	\$ 5,252.00
Italia	1993-2000	\$ 5,438.00
Bélgica	1993-2000	\$ 5,826.00
Francia	1993-2000	\$ 7,892.00
España	1993-2000	\$ 8,110.00
Países Bajos	1993-2000	\$ 10,146.00
Canadá	1993-2000	\$ 22,842.00
EUA	1993-2000	\$ 344,136.00

FUENTE: INEGI, 2000

Exportaciones de Artesanías por Países 1993-2000



Estados Unidos es un mercado potencial para México desde hace mucho tiempo, pero a partir de 1994 cuando entró en vigor el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) el comercio se ha triplicado y se convirtió en un instrumento clave que ha incrementado el intercambio de mercancías.

México, seguirá como hasta ahora, especializándose y concentrándose en el mercado natural de Estados Unidos, es por esto que Hispania considera este mercado como una gran oportunidad de negocio para el inicio de sus exportaciones.

Algunos centros nacionales de mercadeo permanente para productos artesanales en EUA donde se puede tener acceso fácilmente y donde se ofrecen informes valiosos de sus diversos departamentos son:

The Brack Shops

527 West 7th, ST
Los Angeles, California

Merchandise Mart

712 South Oliver St.
Los Angeles, California

Western Merchandise Mart

240 Peachtree St.
Los Angeles, California.

Los Angeles Homefurnishings Mart

1933 South Broadway
Los Angeles, California

Atlanta Merchandise Mart

240 Peachtree St N.W.
Atlanta, Ga

The Merchandise Mart

Chicago 54
Illinois

Gift & Art Center

225 Fifth Ave.
New York, N.Y.

The Dallas Trade Mart

2300 Stemmons Freeway
Dallas, Tex

FUENTE: Departamento de Comercio de EUA⁶

Estos datos son de vital importancia para que una micro empresa de artesanías que inicia operaciones se forme una perspectiva realista de su especialidad y para la localización de distribuidores idóneos.

Otro nicho de mercado es la Unión Europea que representa un conjunto de oportunidades en la expansión y diversificación de mercados para las empresas mexicanas. Destacan aspectos clave que le dan a el bloque europeo un mayor atractivo para las empresas mexicanas:

⁶ http://www.commerce.gov/index_spanish.htm

- La adhesión de los países europeos se traduce a más de 100 millones de nuevos consumidores.
- La existencia del tratado de libre comercio entre la UE y México brinda un marco preferencial definido para el intercambio comercial que puede ser mejor aprovechado.
- La exportación de artículos artesanales al mercado Europeo en el período de 1993-2000 representó una ingreso para México de más de 41.5 (miles de dólares), ver cuadro de exportación de artesanías por países.

4.4.-Proyección al Mercado de Estados Unidos

Una de las formas más comunes para divulgar productos e intentar ingresar al mercado destino, es la participación en ferias, exposiciones y misiones comerciales. Algunos de los aspectos a tomar en cuenta para participar en los diferentes tipos de eventos antes mencionados son:

Ferías- Son los instrumentos más comunes de promoción de exportaciones. Representan un foro en el que vendedores de distintos países ofrecen bienes y/o servicios a compradores internacionales. En los últimos años, dentro del comercio internacional, las ferias y exposiciones han llegado a ser uno de los instrumentos más eficaces para iniciar o consolidar el proceso de penetración a mercados con mayores posibilidades de éxito, ya que participan compradores y vendedores de todas partes del mundo. Más allá de su función estrictamente comercial, estos eventos también son fuente de información en cuanto a normatividad internacional, tendencias de la moda, hábitos de consumo, entre otros, además de ser un lugar propicio para reunirse con clientes habituales, como para establecer nuevos contactos. Al decidir participar en una feria lo que se compra es un espacio en donde el público puede conocer el producto que se esta ofreciendo. Es importante participar en ferias con antecedentes favorables. Es recomendable imprimir catálogos en el idioma del país a exportar, con

traducciones hechas por nativos para evitar errores culturales locales, llevar cotizaciones en dólares y en la moneda del país destino. Invitar distribuidores interesados en adquirir los productos.⁷

Existen varios tipos de ferias: se pueden determinar de acuerdo con criterios geográficos, temáticos y metodológicos. Desde el punto de vista geográfico las ferias pueden ser regionales, continentales o globales. Esto significa que la cobertura depende de la proveniencia de los participantes. Las ferias monográficas o dedicadas a un tema específico, también conocidas como "ferias especializadas", marcan la tendencia, pues es cada vez más frecuente que se desarrollen ferias dedicadas a una actividad específica, por ejemplo, a la tecnología, al turismo, a la decoración, a la salud, a los automóviles, a la arquitectura, al deporte, etc. El tema de la feria internacional tiende a ser cada vez más preciso, lo cual es consistente con la creciente agudeza de la especialización en la producción. Los tipos de ferias, de acuerdo con la metodología que se utiliza para prepararlas, se presentan a continuación, considerando las técnicas feriales más frecuentes. Las técnicas suelen mezclarse dentro de una feria, por ejemplo un taller puede ser parte de una exposición.

Las características básicas o comunes de una feria son: Las fechas determinadas, la periodicidad y un lugar físico donde se reúnen los participantes. El objetivo y el tema pueden ser variados. Con base en ellos se diseñan las diferentes actividades. Estas pueden variar entre citas "uno a uno", talleres o "workshops", exposiciones, conferencias, etc. La presentación de los tipos parte de la opción más "libre" o menos estructurada hasta la más estructurada.

Exposiciones- Las exposiciones son las formas más económicas de realizar una investigación de mercados. Durante una exposición tradicional los exponentes o vendedores presentan a los visitantes o potenciales compradores sus productos o servicios en espacios limitados, previamente decorados,

⁷ <http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=9&category=5813&document=581>

equipados y amueblados para el evento. Con base en un horario, los visitantes recorren las instalaciones y pueden interactuar con los exponentes. En este tipo de metodología es poco probable una rígida estructura de reuniones u otra actividad, pero son frecuentes actividades complementarias que dependen del tema y del objetivo, tan variados como un seminario o un concierto.

Misiones comerciales- La realización de Misiones Comerciales tiene como objetivos prioritarios la introducción de productos en los mercados exteriores, iniciar empresas en la actividad exportadora y abrir nuevos mercados a la exportación. Se realizan viajes de negocios cuyos organizadores se comprometen a elaborar una agenda de trabajo que consisten en la organización de entrevistas con importadores potenciales que constituyen una pieza fundamental de los viajes al exterior de productores o exportadores. Se recomienda participar cuando existe un respaldo de entidades intermedias y organismos especializados, como por ejemplo cámaras de comercio o conserjerías que convocan gran cantidad de empresarios y brindan al evento transparencia y seriedad. Lo importante en las misiones comerciales es no pretender levantar pedidos de inmediato, sino considerar que el valor de inscripción de una misión comercial es mucho menor que la contratación de un estudio de mercado.⁸ Las empresas que participan en las misiones tienen la oportunidad real de diversificar sus exportaciones con otros compradores y mercados.

La proyección comercial internacional debe tomar en cuenta que para crear una imagen en el mercado internacional se tiene que crear campañas de promoción. Este propósito ayuda a los distribuidores a vender.

⁸ <http://www.carnet.com/centergroup/estrategia.htm>

Otros medios de proyección pueden ser los siguientes:

Comercialización práctica y material en el puesto de venta: el material utilizado comprende letreros, folletos, carteles y los demás objetos costeados por el fabricante o minorista destinados a motivar a los consumidores de pasar del conocimiento del producto a la decisión de adquirirlo.

Publicidad escrita: los periódicos son los métodos más efectivos de llegar al público comprador. Un anuncio en los periódicos llegará a casi todo el público comprador efectivo. Las revistas semanales o mensuales que se publican pueden ser otro medio importante de proyección.

Publicidad por correo: la publicidad por correo directo consiste en instrumentos de información enviados a todos los clientes potenciales, con la intención y esperanza de influir o consuma una venta. Esta publicidad es más efectiva cuando no pueden hacerse las compras localmente o cuando las solicitudes se dirigen a un distribuidor o a una oficina de ventas. La publicidad por correo directo consiste principalmente en varias formas de material impreso que se envían por correo, por ejemplo, cartas, catálogos, órganos de la compañía, folletos y un gran número de formas variadas tales como calendario que son bien conocidos.

Catálogos de exportación: proporciona la fuerza de ventas necesaria para llamar la atención de un posible cliente, posteriormente su consideración y convicción, y por último, la acción. El valor de los catálogos en la proyección del mercado de EUA es reconocido, son altamente deseables las ilustraciones a través de todo el catálogo.

Las agencias internacionales de publicidad: estas agencias tienen personal en todos sus departamentos de operación y se especializan en publicidad extranjera. Funcionan a través de agencias locales independientes con quien han formado una asociación. Las agencias de publicidad internacional tiene

ventajas ya que es mejor el trabajo artístico disponible en los países extranjeros; ofrece mejor reclamo y ayuda a localizar a los agentes distribuidores en el extranjero; ofrece estrecho contacto con el anunciante; proporciona la centralización y uniformidad en una campaña de alcance mundial; es capaz de controlar la veracidad de la publicidad; se hace cargo de manejar todo el trabajo a detalle; etc.⁹

Bancomext ofrece el servicio de El Directorio de Exportadores en México (DIEX) donde ofrece información detallada de las empresas mexicanas que exportan, así como de diversas entidades y organismos relacionados con el comercio internacional, a través de una especializada base de datos. Con este directorio se ha logrado una distribución a más de 100 países del mundo incluyendo a su mayor socio comercial (EUA). La información es actualizada anualmente lo que hace del DIEX un medio de consulta eficaz, seguro y confiable que facilita el acceso al mercado internacional.

El DIEX cuenta con espacios publicitario divididos en cuatro índices de consulta inglés-español (por producto, por fracción arancelaria, por actividad industrial, por empresas exportadoras). Más de 11 mil ejemplares de distribuyen gratuitamente en ferias, eventos internacionales, presencia permanente en Consejerías y Módulos Comerciales de Bancomext en el exterior, esto ha optimizado la proyección de productos y servicios mexicanos.¹⁰

Exportanet es otro servicio de Bancomext, éste es un sistema en línea en tiempo real que ofrece información de inteligencia comercial para empresas exportadoras o con interés de incursionar en los mercados internacionales. Exportanet proporciona información a las empresas mexicanas para lograr hacer negocios en el exterior, ya que se puede consultar la demanda de productos mexicanos por compradores extranjeros de todo el mundo. A través de Exportanet

⁹ Mercado, Salvador, *Mercadotecnia Internacional Importación-Exportación*, Noriega Editores, México, D.F., 1997, p.267.

¹⁰ <http://diex.bancomext.gob.mx/diex/application/diexwf h>

también tiene acceso al directorio de importadores el cual contiene más de 30,000 registros de empresas identificadas por representantes en 42 oficinas de Bancomext en el mundo. Los suscriptores de Exportanet, reciben noticias e información del comercio en el mundo a través boletines. El costo de la suscripción anual es de tres mil pesos más iva.

Este tipo de estrategias permite al las micro pequeñas y medianas empresas una proyección importante en el mercado de Estados Unidos de América.

4.5.-Canales de Distribución

Los canales de distribución son los conductos que cada empresa escoge para la distribución mas completa, eficiente y económica de sus productos y servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible y en el lugar que los solicite. Los productos y servicios deben ponerse al alcance del consumidor en la cantidad, tiempo y lugar adecuado y al costo mas bajo.¹¹

En ocasiones los canales se organizan y controlan por iniciativa de una sola persona que puede ser un agente, un fabricante, un mayorista o un minorista. Esta persona puede establecer políticas para él mismo y coordinar la creación de la mezcla de mercadotecnia.

Las decisiones sobre distribución deben ser tomadas con base a los objetivos y estrategias de la empresa. Se puede considerar lo siguiente: "En la selección del canal de distribución es importante considerar el tamaño y el valor del mercado potencial que se desea abastecer, los intermediarios reducen la cantidad de transacciones que se necesitan hacer para entrar en el mercado deseado".

¹¹ Mercado, Salvador, (1997), *Mercadotecnia Internacional de Importación y Exportación*, México, D.F., Noriega Editores, p. 224.

Las decisiones sobre los canales de distribución dan a los productores los beneficios del lugar (llevar un producto cerca del consumidor para que este no tenga que recorrer grandes distancias para obtenerlo y satisfacer así una necesidad) y del tiempo (consiste en llevar un producto al consumidor en el momento mas adecuado) al consumidor.

Existen diferentes tipos de canales de distribución:

Intermediarios- Son las compañías o personas que cooperan con la empresa para la promoción, venta y distribución de sus productos entre los compradores finales. Incluyen intermediarios, compañías de distribución física, agencias de servicios de mercadotecnia e intermediarios financieros. Estas compañías o personas adaptan el producto a las necesidades del mercado, asignan precio a los productos, provocan en los consumidores una actitud favorable hacia el producto, transportan y almacenan los productos.

Agentes intermediarios- Son los que se encargan de acelerar las transacciones manejando el producto dentro del canal de distribución, sin recibir el título de propiedad del producto. Sólo reciben una comisión por su actividad. El número de intermediarios que elija la compañía estará relacionado con el grado de exposición que quiera dar a su producto. Se distinguen tres grados de exposición: **Distribución intensiva** que consiste en hacer llegar el producto al mayor número de tiendas posibles. **Distribución exclusiva** que consiste en otorgar derechos de exclusividad a los distribuidores en determinados territorios. **Distribución selectiva** que consiste en el uso limitado de las tiendas de determinado territorio.

Intermediarios comerciantes- Son los que reciben el título de propiedad del producto y lo revenden, estos se clasifican, de acuerdo al volumen de sus operaciones en:

- **Mayoristas-** Su objetivo principal es el de realizar intercambios de productos para revender o utilizar la mercancía en sus negocios. Cualquier transacción de un productor directamente a otro se clasifica como transacción de mayoreo. Este tipo de intercambios incluye todos aquellos que realiza cualquier persona u organización siempre y cuando no sean los consumidores finales. Adquieren en propiedad los productos que distribuyen.
- **Minoristas-** Son aquellos comerciantes cuyas actividades se relacionan con la venta de bienes y/o servicios a los consumidores finales, normalmente son dueños del establecimiento que atienden. Pueden ser tiendas de servicio rápido, comerciales, especializadas y en plazas comerciales, minoristas independientes, tiendas en cadena, organizaciones por cooperativas, cadenas voluntarias, franquicias, también se pueden clasificar de acuerdo a la variedad y al surtido de productos que ofrece al público en minoristas de mercancías en general, de línea limitada y de líneas especiales.

Venta directa por viajes de agentes: el personal que esta vendiendo su producción en el mercado local, es aquel que domina las características, ventajas y deficiencias de su producto, en una palabra ya tiene cierta experiencia en el manejo de sus clientes y cuenta con el respaldo técnico necesario para llevar la mercancía al extranjero. Es cuando un agente actúa básicamente como vendedor especialista en el ramo que esta operando, teniendo la ventaja de que sólo causa gastos relacionados con la venta aunque no hay servicios de almacén.

Distribuidores: una de las más completas formas de hacer llegar la producción al extranjero, es por medio de una empresa que cuente con almacenes, vendedores y algunas veces hasta tiendas propias. Este canal se conoce con el nombre de distribuidores y trabaja normalmente a través de descuentos.

La casi nula inversión requerida, el mejor conocimiento por parte del distribuidor de las condiciones políticas y económicas del país importador, la disponibilidad de almacén y crédito, hacen de este canal uno de los más usados, aunque existe la probabilidad de que una misma persona tenga varias líneas, lo que ocasiona una menor atención para cada uno de ellos.

Representantes: se refiere a un canal cuya potencialidad, casi siempre se le comprara con un distribuidor en pequeño que también opera a base de comisiones. Las ventajas es que no se requiere inversión, y se cuenta técnicamente con aquella persona que conoce el mercado, sin embargo, la venta en su totalidad queda en manos del representante.

Comerciante exportador: el comerciante compra al industrial por su propia cuenta y para un cliente extranjero en particular, al que le cobra una comisión. No necesita la inversión, los riesgos para el producto son mínimos y no existen problemas de empaque, embarque o documentación, sin embargo, no puede considerarse realmente como una exportación pues la venta se efectúa en el mercado interno. Por otra parte existen riesgo para la marca, la imagen y los precios de producto. Este tipo de canal distribución se puede considerar como una venta ExWorks ya que las personas interesadas en comercializar la mercancía la compran directamente en el almacén del productor.

Empresa de comercio exterior: esta es la especialidad en el comercio exterior sobre la cual se delegan todas las responsabilidades de comercio exterior. Esta empresa comisionista vende al importador por cuenta y riesgo del productor, sus operaciones son de bajo costo para la persona que desea exportar, y ésta cuenta con información sobre los mercados mundiales, así como la orientación necesaria en cada etapa de la exportación.

Sucursal: cuando las exportaciones alcanzan un grado de madurez en los mercados extranjeros es conveniente establecer oficinas en los países

importadores, pues requieren servicios, almacenamiento, entrenamiento y control directo sobre la exportación. Es económicamente redituable cuando el mercado puede soportar inversiones altas, al igual que elevados costos de operación y riesgos crediticios.

Centros de almacenamiento: se forma un grupo de exportadores que contratan una bodega en el país importador, para tener disposición inmediata de sus productos, cubriendo cualquier demanda.

Cualquier empresa que desee exportar, debe de tomar en consideración para la elección de sus canales de distribución lo siguiente:

- El cliente final
- Producto
- Competencia
- La propia empresa
- Los intermediarios

La forma que tiene el fabricante de hacer contacto comercial con los intermediarios, se puede realizar a través de los siguientes medios:

- Revistas especializadas y catálogos
- Representantes de la empresa
- Visita del importador a la empresa
- Relaciones creadas en ferias comerciales e internacionales con instituciones públicas y empresas privadas relacionadas con el comercio exterior (ANIERM, Banco Nacional de México, Banco de Comercio Exterior, Agentes aduanales, etc.)

Para una empresa que comienza con operaciones de exportación es recomendable iniciar operaciones en el extranjero con distribuidores que sean especialistas en el ramo para ahorrar costos de almacenaje y de personal administrativo.

4.5.1.-Promoción como estrategia de comercialización

La promoción comercial en el exterior, tiene como parte fundamental el análisis de las condiciones, obstáculos y ventajas que presentan los mercados internacionales para la penetración y / ó consolidación de la artesanía mexicana.

La Secretaría de Economía y Bancomext, la primera Institución como cabeza de sector y la segunda como Institución crediticia, desarrollan ferias y misiones comerciales con el objeto de ayudar y posicionar este tipo de productos en los mercados internacionales, además que la Secretaría tiene instrumentado el Programa de apoyo para la artesanía explicado en el capítulo anterior.

Parte muy importante de la Promoción son las Ferias de Exportación como es el caso de la FEMEX (Programa de Ferias Mexicanas de Exportación) administradas por la Secretaría de Economía.

El Programa de Ferias Mexicanas de Exportación (FEMEX) es un instrumento de promoción destinado a fomentar la realización de ferias en el país que promuevan la exportación de mercancías mexicanas a los mercados internacionales. Este Programa se decretó para el Fomento de Ferias Mexicanas de Exportación (D.O.F. 11 de abril, 1997). El programa brinda a sus titulares diversos apoyos financieros y facilidades administrativas y de promoción otorgados por diversas dependencias de la Administración Pública Federal.

Bancomext brinda apoyos financieros a los organizadores de los eventos que cuenten con certificados FEMEX y a los expositores. De igual forma otorga servicios de banca de primer piso, proporciona créditos de los productos financieros vigentes, apoya la participación de compradores de otros países y hace promoción del evento a nivel internacional. Los expositores de mercancías

extranjeras podrán participar siempre y cuando su número no represente más del 30% de los expositores de productos nacionales.

A fin de gozar de los beneficios del programa FEMEX, sus titulares deben demostrar que cumplen con los requisitos y compromisos del programa, y los titulares certificados FEMEX-Organizadores están obligados a presentar el término de cada evento, un reporte de la feria que hayan organizado o participado, dentro de los meses siguientes a su conclusión.

Los certificados FEMEX tienen vigencia indefinida en tanto el titular cumpla con los compromisos y requisitos contraídos y no suspendan la organización del evento por más de dos veces consecutivas. Los trámites relativos a este programa son gratuitos y pueden ser realizados en las ventanillas de atención al público de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior de la Secretaría de Economía.¹²

4.5.2.-COMPEX (Comisión Mixta para la Promoción de Exportaciones)

Objetivos

Promover las exportaciones a través de la concentración de acciones para simplificar los trámites administrativos y reducir los obstáculos técnicos al comercio exterior y fomentar la cultura exportadora.

COMPEX es la Comisión Mixta para la promoción de las Exportaciones, auxiliar del Ejecutivo Federal en materia de promoción del comercio exterior mexicano (artículo 7 de la Ley de comercio exterior), integrada por representantes del sector público (Gobiernos de Estado, Secretaría de Economía, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, aduanas) y privado.

¹² http://www.gob.mx/wb2/egobierno/egob_Ferias_Mexicanas_FEMEX

A través de reuniones estatales (convocadas por las Delegaciones Federales de la Secretaría de Economía y los Gobiernos de los Estados y realizadas mensual o bimestralmente) los exportadores o potenciales exportadores presentan a los servidores públicos y representantes de los organismos empresariales presentes, las problemáticas y propuestas de agilización de trámites en materia de comercio exterior, con el objetivo de discutir las y de ser posible resolverlas en el mismo lugar y momento.

Aquellas problemáticas que no pueden resolverse en el nivel estatal o sean de competencia federal, deberán remitirse a la Dirección de COMPEX, esto con el objeto que sean clasificadas de acuerdo a su temática, ingresadas en la base de datos de COMPEX y canalizadas a las autoridades competentes en su nivel federal.

COMPEX gestiona ante las dependencias correspondientes la pronta resolución de las problemáticas y responde a los solicitantes a la brevedad posible. Así mismo, coordina reuniones de trabajo mensual con los Miembros Permanentes del Sector Público de la Comisión para actualizar la información sobre los casos presentados y obtener el mayor número de respuestas. Cuando la naturaleza de los casos lo amerita, convence a las partes y dependencias involucradas a reunirse para buscar alternativas de solución. Propone y promueve ante las dependencias medidas para la agilización de trámites administrativos y la eliminación de obstáculos que impidan el buen desempeño del sector exportador.

Las empresas exportadoras que enfrentan problemáticas en trámites para exportar son las que tienen mayores beneficios para la COMPEX, los criterios para determinar si son o no susceptibles de estos beneficios son: enfrentar un problema concreto que obstaculice sus ventas al extranjero, incremento de costos o de tiempo en sus exportaciones y para el cual la autoridad competente no ha dado la solución ni el apoyo solicitado por la empresa, deberán cumplir las características

que a continuación se mencionan, esto para efecto de que se considere caso COMPEX y así ser gestionado ante las autoridades correspondientes.

- Demostrar que se han agotado los trámites por vía normal y que se presume alguna irregularidad en las instancias y periodos establecidos.
- Llenar debidamente el formato incluido en el Foro Virtual de Exportación, en donde además de la información básica de la empresa, se deberá exponer clara y detalladamente la problemática y propuesta de solución.
- Anexar documentación de apoyo. De ser necesario, deberá enviarse por correspondencia.¹³

4.5.3 SIMPEX (Sistema Mexicano de Promoción Externa)

El Sistema Mexicano de Promoción Externa surgió como una herramienta estratégica para captar y difundir, ofertas de comercialización e iniciativas de negocios susceptibles de concentrarse. Cada proyecto es ingresado por un promotor que se encarga de llevar un seguimiento puntual del proyecto y de facilitar la relación entre las empresas, así como de proporcionar la información requerida en el ámbito legal y administrativo.

El SIMPEX es una valiosa base de datos que permite localizar los mercados y las empresas específicas, aclarando los sectores y productos que son requeridos del exterior, en el Sistema se tiene contempladas más de 5,000 iniciativas de negocio, que tienen un periodo de vida dentro del sistema de 6 meses para oferta exportable y un año para proyectos de co-inversión.

Antes de este sistema, no existía ningún mecanismo de esta naturaleza a nivel Nacional en México. Su administración esta dividida entre la Secretaría de Economía, Bancomext y Nacional Financiera, estas instituciones son las encargadas de ingresar iniciativas de negocio y "oferta exportable", así como de

¹³ http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Comision_Mixta_para_la_Promocion_de_Exportaci

manejar la información que integra el sistema a nivel interno y a través de las oficinas o representaciones con que cuentan en el extranjero.

La mecánica de funcionamiento es que las empresas interesadas requirieran una cédula de identificación de intereses comerciales ó una cédula de proyecto de inversión, según sea el caso, en éstos formatos se contiene información básica de identificación de la empresa, su interés comercial ó iniciativa de negocio "estudio de factibilidad", número de empleados, monto de venta de 3 años anteriores, etc. Una vez que la cédula se ingresa al sistema, empieza la promoción.

Los organismos que tienen conexión con SIMPEX son: los organismos públicos y privados relacionados con el comercio exterior, las Cámaras de Comercio, las Delegaciones Federales de la Secretaría de Economía y por supuesto las empresas interesadas en adquirirlo. Periódicamente se realizan cruces de la información que el sistema identifica por tener la misma fracción arancelaria ó clasificación Sistema de Inteligencia Comercial de la Secretaría de Economía.

La estructura del Sistema esta dividida en 4 partes:

- Las preguntas más frecuentes del inversionista extranjero,
- El marco legal de la inversión extranjera en México,
- El calendario de eventos internacionales, e
- Información en materia extranjera.

El servicio de promoción de oferta exportable consiste en la difusión entre posibles importadores de la oferta exportable de la empresa, a través de sus catálogos, lista de precios y muestras, proporcionándose un informe detallado de las acciones realizadas, así como recomendaciones sobre los pasos a seguir. De igual manera se brinda una orientación a las empresas respecto a las oportunidades de promover su producto en el exterior y emite un diagnóstico sobre los mercados que ofrecen las mayores posibilidades de negocio y solicita a la

consejería comercial correspondiente la realización de la oferta exportable, donde se evaluarán las posibilidades del producto y se emitirá, en caso de considerarlo viable, la aceptación para la realización del servicio.

Información incluida en el reporte de promoción de oferta exportable:

- Nombre de los exportadores entre los que se promovió la oferta.
- Informe por empresa extranjera, indicando su opinión a cerca del producto y posibilidades de venta.
- Recomendaciones de Bancomext para el cliente y acciones a seguir.

Condiciones de comercialización:

- Bancomext no asegura al cliente la realización de negocios.
- Cuando la solicitud se recibe directamente en consejerías comerciales, esta se canalizará al personal responsable en México.
- El servicio esta sujeto a descuento, cuando el cliente esté inscrito dentro de algún paquete promocional de productos y servicio de Bancomext.¹⁴

4.6.-Esquema Financiero para el pequeño Exportador (BANCOMEXT)

El esquema financiero que ofrece Bancomext es el PYME Digital 50, es un esquema de crédito que permite a las micro, pequeñas y medianas empresas exportadoras de manufacturas, tanto directas como indirectas (personas morales como físicas con actividad empresarial) a tener acceso a financiamientos hasta por un monto de USD 50,000 para cubrir las necesidades de recursos para ciclos económicos y ventas obteniendo las siguientes ventajas:

- Acceso ágil al financiamiento,
- Recursos para incrementar sus exportaciones y
- No se requieren garantías reales.

¹⁴ http://www.ccmexico.co.cr/servicios/promocionales/promocion_de_oferta_exportable.doc

El sistema comprende una auto evaluación simplificada bajo la cual la empresa interesada pueda determinar si cumple con los criterios de elegibilidad básicos y tiene una situación financiera satisfactoria para obtener un crédito.

Términos y condiciones del Esquema Financiero PYME

A través de este esquema se busca incentivar el desarrollo de las MPYMEs (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas), por medio de recursos que Bancomext presta para la producción de bienes de exportación directa e indirecta y para que las empresas puedan otorgar crédito a sus compradores bajo condiciones competitivas, conforme a los siguientes términos y condiciones:

Empresas a apoyar: Empresas o personas físicas con actividad empresarial que sean exportadores directos o indirectos (proveedores de exportadores directos de bienes manufacturados).

Destino: Financiar las compras de materias primas, la producción, acopio, existencias de bienes terminados o semiterminados, la importación de insumos y la adquisición de otros servicios que se integren al costo directo de producción, así como las ventas de exportación directa e indirecta a plazos.

Sectores a apoyar: Manufacturas

Tipo de crédito: las líneas de crédito se establecerán mediante un contrato en Cuenta Corriente ratificado por corredor o notario público que incluya la cesión de derechos de cobro de la empresa, delegada a la propia empresa y revocable discrecionalmente por Bancomext.

Monto máximo por línea de crédito: el monto de la línea de crédito autorizada podrá ser hasta de USD 50,000 (o su equivalente en Moneda Nacional)

por acreditada, sin exceder el monto capital contable de la solicitante y de conformidad a lo pactado en el pedido o documento base de disposición.

Vigencia de la línea de crédito: 3 años, revisable anualmente.

Plazos y períodos de amortización: para el ciclo económico hasta 180 días a partir de la fecha de disposición, pagadera al vencimiento de la amortización.

Para las ventas de exportación el correspondiente a la fecha de vencimiento de la factura de exportación, más veinte días calendario adicionales a dicha fecha, sin exceder de 180 días como plazo total del financiamiento.

Porcentaje de financiamiento: para el ciclo económico hasta el 70% del pedido, carta de crédito irrevocable de exportación u orden de compra.

Para la venta de exportación hasta el 100% del monto establecido en la Declaración de Embarque de la póliza de seguro comercial emitida por una aseguradora que cubra riesgo comercial.

Garantías: Cesión de derechos de las ventas de exportación directa y / o indirecta; además, compromiso de pago de un obligado solidario que cuenta con un bien raíz libre de gravámenes y compromiso contractual de no gravarlo ni enajenarlo durante la vigencia de la línea de crédito.

Mecanismo de disposición: las disposiciones de recursos se podrán efectuar una vez autorizado y contratado el crédito, debiendo presentar lo siguiente:

Ventas de exportación.-Carta de crédito irrevocable; o bien facturas , contrarecibos, u otros títulos similares, acompañando los originales de la póliza de seguro de riesgo comercial endosado a favor de Bancomext, la declaración de embarque y el comprobante de pago de prima correspondiente a la factura financiada. Los documentos deberán estar vigentes a la fecha de disposición.

Comisiones: La empresa solicitante cubrirá al momento de presentar la solicitud una comisión por USD 50 más IVA, por concepto de gastos de tramitación, cantidad que no es reembolsable independientemente del resultado de la evaluación.

La empresa deberá cubrir, al momento de la firma del contrato, una comisión de apertura por 1.5% del monto de la línea, la cual no deberá de ser inferior a USD 250, o su equivalente en moneda nacional, más IVA.

Cada año cumplido, la empresa deberá cubrir una comisión de renovación de 1% del monto de la línea, la cual no deberá ser inferior a USD175, o su equivalente en moneda nacional, más IVA.

Requisitos de Elegibilidad:

- Ser un exportador recurrente, debiendo haber registrado al menos exportaciones durante los últimos 12 meses. Para exportadores indirectos, deberá haber surtido al menos dos pedidos a exportadores directos durante los últimos 12 meses.
- Que los productos a exportar sean manufacturas.
- No presentar embargos ni gravámenes, ni estar en suspensión de pagos, en concurso mercantil, ni en estado técnico de disolución.
- No mantener adeudos vencidos o antecedentes negativos con Bancomext.
- Que obtenga un dictamen jurídico favorable.

- Que el informe de buró de crédito de la empresa o del solicitante (si es persona física) y del principal accionista en su caso, sea favorable. Que el informe de buró de crédito del obligado solidario sea favorable.
- Compromiso de pago de un obligado solidario que posea un bien inmueble libre de gravámenes y se comprometa a no gravarlo ni enajenarlo durante la vigencia del crédito.
- Que el resultado de la evaluación financiera sea satisfactoria a Bancomext.
- Cuando la venta no se haya pactado mediante carta de crédito, obtener un seguro contra riesgos comerciales para la factura objeto del financiamiento, y endosar dicho seguro a Bancomext.
- Que el acreditado efectúe, respecto a las exportaciones, una sesión de cuentas por cobrar con cobranza delegada a la empresa y revocable discrecionalmente por el banco.
- Si el acreditado es persona física, se requerirá contratar seguro de vida por el monto y vigencia de la línea de crédito. Si el acreditado es persona moral, deberá contratar un seguro por riesgos inherentes a la actividad de la empresa, por el monto y la vigencia de la línea de crédito. En ambos casos, el seguro deberá endosarse a favor de Bancomext.

En el caso de exportaciones indirectas, se deberá además cumplir con lo siguiente:

- Comprobar que el comprador del solicitante es efectivamente un exportador directo, esto sería verificando que el comprador esté incluido en el directorio de exportaciones de Bancomext, o que el solicitante compruebe a satisfacción del promotor de crédito que su comprador es un exportador directo.
- Evidenciar al menos dos pedidos surtidos, colocados por un exportador directo en los doce meses previos a la presentación de la solicitud.
- Que la empresa exportadora directa no mantenga adeudos vencidos o malos antecedentes crediticios con Bancomext.

Procedimiento para obtener el Financiamiento:

Los solicitantes que deseen obtener el financiamiento deberán contestar el Cuestionario Básico para PYME Digital 50, en caso de obtener las respuestas favorables, deberán proseguir con el llenado de la información, el cual contiene la auto-evaluación y la solicitud de crédito. Lo anterior, permitirá determinar su elegibilidad contemplando los requisitos generales, de experiencia, sobre garantías y financieros.

Una vez que el solicitante haya verificado que cumple con los requisitos de elegibilidad y la evaluación financiera, deberá requisitar la "Solicitud del Esquema Financiero PYME Digital 50" y obtener la documentación correspondiente para ser entregada al Centro Bancomext de su localidad, cubriendo por concepto de costos de tramitación USD 50, o su equivalente en moneda nacional, más IVA, cantidad que no es reembolsable independientemente del resultado de la evaluación.

En caso de que la evaluación de la solicitud sea favorable, Bancomext establecerá una línea de crédito a favor de la empresa.¹⁵

Con la información anterior de cuales son los requisitos, como realizar trámites y saber los beneficios que se tiene a través de los programas de apoyo administrativo, financiero, de comercialización, de promoción y técnicos para la exportación de mercancías, un pequeño productor de piezas artesanales con acabados prehispánicos cuenta con las herramientas necesarias para producir y comercializar de una manera ágil y confiable sus productos.

¹⁵ <http://www.bancomext.com/bancomext/index.jsp>

CONCLUSIONES

A partir de la crisis que sufrió México en 1982, el gobierno del país se vio obligado a buscar nuevos caminos para abatir la caída de nuestra economía, es así que, decide comenzar una apertura comercial gradual con la cual comienza a desaparecer el sesgo antiexportador de la economía mexicana impuesto por el modelo de desarrollo por sustitución de importaciones. Las exportaciones empezaron a jugar un papel más importante en el crecimiento económico la generación de empleos.

A lo largo de la investigación se hace mención al proceso de apertura en donde nos damos cuenta de la importancia que ha tenido la apertura comercial que México inició hace dos décadas, desde esta apertura se ha impulsado notoriamente el sector de las manufacturas sobre los demás sectores. Este resultado se ve reflejado en la balanza comercial de nuestro país representando al sector manufacturero con un 88% del total de las exportaciones en el 2002.

Del mismo modo, la actividad artesanal juega un papel dentro del desarrollo económico del país como sector productivo y como generador de empleo, también ha servido como fundamento para la supervivencia de nuestro patrimonio cultural, a través de la elaboración de artesanías. La artesanía prehispánica mexicana es muy variada ya que la historia de nuestro país cuenta con una gran diversidad de culturas que van desde la Zapoteca, Totonaca, Mixteca, hasta la Azteca, Maya, Olmeca, Tolteca, etc. Esta última es la que tomé para la elaboración de éste proyecto. El contar con esta diversidad de culturas nos da un punto extra sobre otros lugares del mundo. La Cultura Tolteca fue el primer pueblo prehispánico del cual se tienen datos coherentes de su historia y de su cultura. Esto lo podemos considerar como un valor adicional a ésta cultura.

Históricamente la artesanía en nuestro país es un hecho a través del cual subsiste la herencia de nuestro origen como pueblo, en la que coincide lo

histórico, práctico y útil de su producción, que tradicionalmente se basa en la herencia de técnicas manuales y de uso de instrumentos o herramientas rudimentarias, que se dan de generación en generación, así como el conocimiento y el uso de diversas materias primas representativas de cada región del país.

Las artesanías son contempladas dentro del sector manufacturero del país sin tener reconocimiento como sector independiente como lo son el de agricultura, comercio, pesca, etc, aún así las artesanías están catalogadas por Bancomext en el sector regalos, en donde encontramos que este tipo de productos exportó en el año de 1994, 82 millones de dólares y para el 2000 la exportación se incrementó a 120 millones de dólares, un crecimiento de más del 30%. Los mercados más importantes para los productos de cerámica son Estados Unidos en primer lugar con una exportación de USD \$344,136,000.00 en el periodo de 1993-2000, Canadá con USD \$22,842,000.00 y España con USD \$8,110,000.00 en el mismo periodo (estimaciones del World Trade Atlas de Bancomext 2002)

El primer antecedente de fomento a los artesanos fue en 1936 a través del Departamento Autónomo de Asuntos Indígenas, con la desaparición de éste el Instituto Nacional Indigenista de manera coordinada con el Instituto de Antropología e Historia, crearon el Patronato de Artes Populares, en 1955 el Banco de Comercio Exterior inició actividades en el área artesanal, en 1960 se creó el Fondo para el Fomento a las artesanías, en 1968 se creó el Consejo Nacional de Artesanías. Actualmente se considera al Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías (FONART) como el organismo principal encargado de organizar al sector artesanal del país.

A pesar de todos éstos programas para el fomento a las artesanías , nos encontramos con diversos criterios para afrontar la problemática artesanal. Un ejemplo de esto es el Banco de México, que clasifica la producción artesanal en 24 ramas, por otra parte, existen clasificaciones que dividen al artesano en productor urbano, suburbano o rural. Como resultado de éstos criterios, se

obtienen enfoques sostenidos desde diversos puntos de vista para afrontar la situación artesanal de nuestro país. Por otra parte, las entidades con mayor tradición artesanal han sido motivo de preocupación especial, y algunas otras que evidentemente contienen valores de menor importancia han sido marginadas, cuando en realidad sería conveniente fortalecer e incrementar la importancia de su producción artesanal que sin duda, poseen un valor estético auténtico y potencial. Otro punto importante a considerar es que uno de los aspectos que han impedido la puesta en marcha de una política integral de apoyo a la actividad artesanal del país, es la falta de coordinación entre las instituciones que tienen funciones en materia de investigación, comercialización, difusión, capacitación y fomento a las artesanías.

Desafortunadamente la actividad artesanal carece de una personalidad definida que reconozca verdaderamente al artesano como productor de artículos que son comercializados en el mercado competitivo, por tal efecto se desconoce con exactitud cual es su aportación a la generación de empleos, generación de divisas y su aportación al Producto Interno Bruto.

En el caso de la producción tradicional, la familia regularmente es la unidad de producción; dentro de ésta, la tecnología es rudimentaria, el proceso de aprendizaje tiene lugar de manera informal y los canales de comercialización están ligados al intermediario local. La actividad artesanal se encuentra dispersa en todo el territorio y frecuentemente aislada a los mercados, lo que obstaculiza su comercialización tanto en el mercado nacional como en el de exportación.

Esta situación muestra la falta de inducción en la expansión y diversificación del mercado interno y de exportación de artesanías suntuarias y utilitarias, los gobiernos de los estados podrían brindar apoyo mediante el fortalecimiento de los mercados de comercialización existentes y la apertura de nuevos. Otra buena solución es, la de alentar a las asociaciones y organizaciones de las poblaciones

dedicadas a esta actividad para desarrollar la comercialización directa, y de este modo abatir costos que se traduzcan en beneficios de los productores.

El aspecto jurídico en el que vive el sector artesanal, esta regulado por la Ley de Fomento a la Microindustria y a la actividad artesanal, que regula dos realidades económicas distintas, esta ley es de la competencia de la Secretaría de Economía. La actividad artesanal esta realizada en su mayoría por personas físicas, por familias o por organizaciones de artesanos que toman modelos establecido en codificaciones ajenas a la actividad donde se desarrollan, o funcionan como unidad de producción sin personalidad jurídica reconocida. La gran mayoría de los artesanos pertenece a grupos étnicos marginados, entre los que prevalecen el analfabetismo, el uso de lenguas indígenas como único idioma y la carencia de recursos económicos. Esta ley en artículo tercero de la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal indica que las microempresas son unidades económicas que a través de la organización del trabajo y bienes materiales, se dediquen a la transformación de bienes, ocupen directamente hasta 15 trabajadores y cuyas ventas anuales estimadas o reales no excedan de los montos que determine la Secretaría de Economía, los cuales se publicarán en el Diario Oficial de la Federación. El establecimiento de ésta ley es inadecuada a las necesidades de los artesanos del país ya que la mayoría de ellos trabaja en talleres familiares sin las condiciones mínimas para formar una microempresa.

Una propuesta importante para conocer exactamente cuál es la generación de divisas que produce la rama artesanal sería el reconocimiento de la actividad artesanal como sector económico estratégico, la población dedicada a la producción artesanal podría contar con una ley orgánica más específica que las existentes en la actualidad. De llevarse a cabo éste reconocimiento los efectos socioeconómicos se verían reflejados en la población artesanal, al elevarse los niveles de bienestar de los mismos, a través de mayores ingresos como resultado de la revalorización de su trabajo, mayor comercialización de sus productos, y la

introducción de nuevos mercados tanto nacionales como internacionales, cabe mencionar que una de las ventajas que trajo consigo el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) con Estados Unidos y Canadá es, que la exportación de productos de el ramo artesanal no causa aranceles, lo cual es un aliciente para producir piezas artesanales prehispánicas ya que aparte de la no paga de aranceles, los mercados internacionales se interesan demasiado por la cultura de nuestro país.

De igual manera representaría una alternativa real de trabajo para la población, no sólo artesanal sino a la población de todo el país, en el sentido de que una vez que tenga un sustento legal, la gente podría incorporarse a este sector con la seguridad de que encontrara las condiciones básicas para que su trabajo tenga un valor real y contribuya a fortalecer la integración del sector artesanal, como un hecho social del pueblo mexicano, como una actividad preponderante económica que forme parte del desarrollo del país.

Podemos concluir que para que se de una mejor integración en la actividad artesanal reflejándose en el crecimiento económico del país debemos definir una personalidad jurídica para el ramo artesanal, un mejor apoyo a la comercialización para establecer una presencia de los productos artesanales del país en mercados competitivos tanto nacionales como extranjeros, la creación de una mejor banca de desarrollo que apoye con financiamientos de fácil y más rápida obtención, así como una adecuada asesoría con un lenguaje sencillo para los grupos étnicos del país, una adecuada capacitación para la organización y administración de sus productos, la simplificación de lineamientos y de cargas fiscales para que se pueda acceder a la obtención de elementos necesarios como: créditos, insumos, tecnología, asesoría y capacitación para alcanzar un nivel competitivo del sector artesanal.

BIBLIOGRAFIA

- Anuario Estadístico de Comercio Exterior en los Estados Unidos Mexicanos*, (2000), México, D.F. INEGI.
- BANCOMEXT, *World Trade Atlas* con datos de la SE. 2003
- BLANCO MENDOZA, HERMINIO (1994), *Las Negociaciones comerciales de México con el Mundo*, México, Fondo de Cultura Económica, p.281
- BRAVO RAMIREZ, FRANCISCO J., (1976), *El Artesano en México*, México, D.F., Editorial Porrúa, 100p.
- COBEAN, ROBERT H. (1990), *La Cerámica de Tula Hidalgo*, México, D.F., INHA, 533p.
- ESTADISTICAS ECONOMICAS, (2000), *Balanza Comercial de México*, México, D.F., INEGI, 450p.
- FRIEDMAN MILTON Y ROSA DE FRIDDMAN,(1983), *La Libertad de elegir*, España, Editorial Grijalvo, p.p. 326
- GOMEZ, LEONARD, (1981), *Economía Internacional*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Ateneo, 379p.
- INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA (1989-1994), México, D.F., INI, 287p.
- LEDESMA, CARLOS ALBERTO, (1990), *Principios de Comercio Internacional*, Buenos Aires, Argentina, Ediciones Macchi, 490p.
- LUNA CARDENAS, JUAN (1964), *Las Artesanías Prehispánicas*, México, D.F., Editorial Enigma, 173p.
- MAUBERT VIVEROS, CLAUDIO, (1998), *Comercio Internacional "Aspectos Operativos, Administrativos y Financieros"* México, D.F., Ed. Trillas, p.211
- MERCADO, SALVADOR, (1999) y (2000), *Comercio Internacional II*, México, D.F., Noriega Editores, 406 p.
- MERCADO, SALVADOR, (1997) *Mercadotecnia Internacional de Importación y Exportación*, México, D.F., Noriega Editores, 287p.
- MOCTEZUMA YANO, PATRICIA,(2002), *Artesanos y Artesanías Frente a la Globalización*, Ed. Fonca del Colegio de San Luis y Colegio de Michoacán, México, p.237.
- MORENO, PRUDENCIO, (1990), *México, Exportaciones de Manufacturas y Capitales 1970-1988*, México, D.F. Ed. UNAM, 142p.
- OSMAÑCZYK, EDMUNDO JAN. (1976), *Enciclopedia Mundial de Relaciones Internacionales y Naciones Unidas*, Madrid España, Fondo de Cultura Económica, 224p.
- PALMA VILMA (1977), *Boletín No. 4 del Departamento de Investigaciones de las Tradiciones Populares*, México, D.F., SEP, 171p.
- PELLICER, JORGE, (1995), *Artesanos del Porvenir*, México, D.F., Secretaría de Educación Pública y Universidad Autónoma de México, 94p.
- SECOFI. GUIAS EMPRESARIALES, (1998), *Comercialización y Exportación de Artesanías*, México D.F.
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA, *Información Revisada de Comercio Exterior*, (2002)

SECRETARÍA DE ECONOMÍA, *Negociaciones Comerciales Internacionales*, México, 2001, p. 25

TORRES GAYTAN, RICARDO, (1990) *Teoría del Comercio Internacional*, Mexicali, B.C., Editorial Siglo XXI, 467p.

TULA, GUIA OFICIAL, (1979), México D.F., INAH, 69p.

TUROK MARTA, (1988), *Como Acercarse a la Artesanía*, México, D.F., Editorial Plaza y Valdes, 200p.

URQUIZA, IGNACIO, (1994), *Artesanía Mexicana*, México, Noriega Editores, 128p.

VEGA CANOVAS GUSTAVO, (1991), *México ante el Libre Comercio con América del Norte*, México. D.F., Colegio de México y Universidad Tecnológica de México, 507p.

VILLARREAL, RENE, (1998) *Industrialización, Deuda y Desequilibrio Exterior de México "Un enfoque Estructuralista"* México, Fondo de Cultura Económica, 616p

Páginas Web consultadas

Para negociaciones comerciales internacionales –

<http://www.economia-snci.gob.mx/sic%5Fphp/ls23al.php?s=20&p=1&l=1#>

Para programas de fomento a la exportación

<http://www.cipi.gob.mx/html/consfed.asp>

Para Balanza comercial

<http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=8&category=403&document=2773>

Para Fondo Hidalgo de fomento Económico (Artesanías como fuente de ingresos) CONACULTA y el Gobierno del Estado de Hidalgo, 2000

<http://www.hidalgo.gob.mx/gobierno/entidades/entidad.asp?entidadID=6>

Para Cultura prehispánicas (La cultura Tolteca)

<http://www.arts-history.mx/cronos/epiclas.html#tula>

Para Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías FONART

<http://www.fonart.gob.mx>

Para Instituto Nacional Indigenista INI

<http://www.ini.gob.mx>

Para Secretaría de Economía

<http://www.cipi.gob.mx/html/consfed.asp>

Para Banco Mexicano de Comercio Exterior

<http://www.bancomext.com/bancomext>

Para TLCAN

<http://www.cerver.com.mx/servicios.html>

Para Reglas de Origen

http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Mexico/lipmexsa.asp#uptotit1

Para Documentos de Transporte

<http://www.nlexporta.com/guias/comercioext.html>

Para Transportes

<http://www.antp.org.mx/rev/novabril03/sat.html>

Para costos de producción

<http://www.bice.com/guiaexportad/6.asp>

Para oportunidades de negocio

http://www.commerce.gov/index_spanish.htm

Para ferias comerciales

[http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=9&category=5813
&document=581](http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=9&category=5813&document=581)

Para misiones comerciales

<http://www.carnet.com/centergroup/estrategia.htm>

Para directorio de exportadores

<http://diex.bancomext.gob.mx/diex/application/diexwf.htm>

Para ferias mexicanas

http://www.gob.mx/wb2/egobierno/egob_Ferias_Mexicanas_FEMEX

Para COMPEX

<http://www.e->

[mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Comision_Mixta_para_la_Promocion_de_Exportacion](http://www.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Comision_Mixta_para_la_Promocion_de_Exportacion)

Para Financiamiento para el pequeño exportador

<http://www.bancomext.com/bancomext/index.jsp>

CONCLUSIONES

A partir de la crisis que sufrió México en 1982, el gobierno del país se vio obligado a buscar nuevos caminos para abatir la caída de nuestra economía, es así que, decide comenzar una apertura comercial gradual con la cual comienza a desaparecer el sesgo antiexportador de la economía mexicana impuesto por el modelo de desarrollo por sustitución de importaciones. Las exportaciones empezaron a jugar un papel más importante en el crecimiento económico la generación de empleos.

A lo largo de la investigación se hace mención al proceso de apertura en donde nos damos cuenta de la importancia que ha tenido la apertura comercial que México inició hace dos décadas, desde esta apertura se ha impulsado notoriamente el sector de las manufacturas sobre los demás sectores. Este resultado se ve reflejado en la balanza comercial de nuestro país representando al sector manufacturero con un 88% del total de las exportaciones en el 2002.

Del mismo modo, la actividad artesanal juega un papel dentro del desarrollo económico del país como sector productivo y como generador de empleo, también ha servido como fundamento para la supervivencia de nuestro patrimonio cultural, a través de la elaboración de artesanías. La artesanía prehispánica mexicana es muy variada ya que la historia de nuestro país cuenta con una gran diversidad de culturas que van desde la Zapoteca, Totonaca, Mixteca, hasta la Azteca, Maya, Olmeca, Tolteca, etc. Esta última es la que tomé para la elaboración de éste proyecto. El contar con esta diversidad de culturas nos da un punto extra sobre otros lugares del mundo. La Cultura Tolteca fue el primer pueblo prehispánico del cual se tienen datos coherentes de su historia y de su cultura. Esto lo podemos considerar como un valor adicional a ésta cultura.

Históricamente la artesanía en nuestro país es un hecho a través del cual subsiste la herencia de nuestro origen como pueblo, en la que coincide lo



histórico, práctico y útil de su producción, que tradicionalmente se basa en la herencia de técnicas manuales y de uso de instrumentos o herramientas rudimentarias, que se dan de generación en generación, así como el conocimiento y el uso de diversas materias primas representativas de cada región del país.

Las artesanías son contempladas dentro del sector manufacturero del país sin tener reconocimiento como sector independiente como lo son el de agricultura, comercio, pesca, etc, aún así las artesanías están catalogadas por Bancomext en el sector regalos, en donde encontramos que este tipo de productos exportó en el año de 1994, 82 millones de dólares y para el 2000 la exportación se incrementó a 120 millones de dólares, un crecimiento de más del 30%. Los mercados más importantes para los productos de cerámica son Estados Unidos en primer lugar con una exportación de USD \$344,136,000.00 en el periodo de 1993-2000, Canadá con USD \$22,842,000.00 y España con USD \$8,110,000.00 en el mismo periodo (estimaciones del World Trade Atlas de Bancomext 2002)

El primer antecedente de fomento a los artesanos fue en 1936 a través del Departamento Autónomo de Asuntos Indígenas, con la desaparición de éste el Instituto Nacional Indigenista de manera coordinada con el Instituto de Antropología e Historia, crearon el Patronato de Artes Populares, en 1955 el Banco de Comercio Exterior inició actividades en el área artesanal, en 1960 se creó el Fondo para el Fomento a las artesanías, en 1968 se creó el Consejo Nacional de Artesanías. Actualmente se considera al Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías (FONART) como el organismo principal encargado de organizar al sector artesanal del país.

A pesar de todos éstos programas para el fomento a las artesanías , nos encontramos con diversos criterios para afrontar la problemática artesanal. Un ejemplo de esto es el Banco de México, que clasifica la producción artesanal en 24 ramas, por otra parte, existen clasificaciones que dividen al artesano en productor urbano, suburbano o rural. Como resultado de éstos criterios, se

obtienen enfoques sostenidos desde diversos puntos de vista para afrontar la situación artesanal de nuestro país. Por otra parte, las entidades con mayor tradición artesanal han sido motivo de preocupación especial, y algunas otras que evidentemente contienen valores de menor importancia han sido marginadas, cuando en realidad sería conveniente fortalecer e incrementar la importancia de su producción artesanal que sin duda, poseen un valor estético auténtico y potencial. Otro punto importante a considerar es que uno de los aspectos que han impedido la puesta en marcha de una política integral de apoyo a la actividad artesanal del país, es la falta de coordinación entre las instituciones que tienen funciones en materia de investigación, comercialización, difusión, capacitación y fomento a las artesanías.

Desafortunadamente la actividad artesanal carece de una personalidad definida que reconozca verdaderamente al artesano como productor de artículos que son comercializados en el mercado competitivo, por tal efecto se desconoce con exactitud cual es su aportación a la generación de empleos, generación de divisas y su aportación al Producto Interno Bruto.

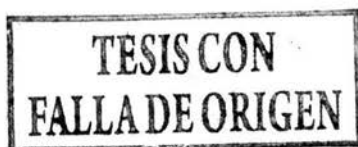
En el caso de la producción tradicional, la familia regularmente es la unidad de producción; dentro de ésta, la tecnología es rudimentaria, el proceso de aprendizaje tiene lugar de manera informal y los canales de comercialización están ligados al intermediario local. La actividad artesanal se encuentra dispersa en todo el territorio y frecuentemente aislada a los mercados, lo que obstaculiza su comercialización tanto en el mercado nacional como en el de exportación.

Esta situación muestra la falta de inducción en la expansión y diversificación del mercado interno y de exportación de artesanías suntuarias y utilitarias, los gobiernos de los estados podrían brindar apoyo mediante el fortalecimiento de los mercados de comercialización existentes y la apertura de nuevos. Otra buena solución es, la de alentar a las asociaciones y organizaciones de las poblaciones

dedicadas a esta actividad para desarrollar la comercialización directa, y de este modo abatir costos que se traduzcan en beneficios de los productores.

El aspecto jurídico en el que vive el sector artesanal, esta regulado por la Ley de Fomento a la Microindustria y a la actividad artesanal, que regula dos realidades económicas distintas, esta ley es de la competencia de la Secretaría de Economía. La actividad artesanal esta realizada en su mayoría por personas físicas, por familias o por organizaciones de artesanos que toman modelos establecido en codificaciones ajenas a la actividad donde se desarrollan, o funcionan como unidad de producción sin personalidad jurídica reconocida. La gran mayoría de los artesanos pertenece a grupos étnicos marginados, entre los que prevalecen el analfabetismo, el uso de lenguas indígenas como único idioma y la carencia de recursos económicos. Esta ley en artículo tercero de la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal indica que las microempresas son unidades económicas que a través de la organización del trabajo y bienes materiales, se dediquen a la transformación de bienes, ocupen directamente hasta 15 trabajadores y cuyas ventas anuales estimadas o reales no excedan de los montos que determine la Secretaría de Economía, los cuales se publicarán en el Diario Oficial de la Federación. El establecimiento de ésta ley es inadecuada a las necesidades de los artesanos del país ya que la mayoría de ellos trabaja en talleres familiares sin las condiciones mínimas para formar una microempresa.

Una propuesta importante para conocer exactamente cuál es la generación de divisas que produce la rama artesanal sería el reconocimiento de la actividad artesanal como sector económico estratégico, la población dedicada a la producción artesanal podría contar con una ley orgánica más específica que las existentes en la actualidad. De llevarse a cabo éste reconocimiento los efectos socioeconómicos se verían reflejados en la población artesanal, al elevarse los niveles de bienestar de los mismos, a través de mayores ingresos como resultado de la revalorización de su trabajo, mayor comercialización de sus productos, y la



introducción de nuevos mercados tanto nacionales como internacionales, cabe mencionar que una de las ventajas que trajo consigo el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) con Estados Unidos y Canadá es, que la exportación de productos de el ramo artesanal no causa aranceles, lo cual es un aliciente para producir piezas artesanales prehispánicas ya que aparte de la no paga de aranceles, los mercados internacionales se interesan demasiado por la cultura de nuestro país.

De igual manera representaría una alternativa real de trabajo para la población, no sólo artesanal sino a la población de todo el país, en el sentido de que una vez que tenga un sustento legal, la gente podría incorporarse a este sector con la seguridad de que encontrara las condiciones básicas para que su trabajo tenga un valor real y contribuya a fortalecer la integración del sector artesanal, como un hecho social del pueblo mexicano, como una actividad preponderante económica que forme parte del desarrollo del país.

Podemos concluir que para que se de una mejor integración en la actividad artesanal reflejándose en el crecimiento económico del país debemos definir una personalidad jurídica para el ramo artesanal, un mejor apoyo a la comercialización para establecer una presencia de los productos artesanales del país en mercados competitivos tanto nacionales como extranjeros, la creación de una mejor banca de desarrollo que apoye con financiamientos de fácil y más rápida obtención, así como una adecuada asesoría con un lenguaje sencillo para los grupos étnicos del país, una adecuada capacitación para la organización y administración de sus productos, la simplificación de lineamientos y de cargas fiscales para que se pueda acceder a la obtención de elementos necesarios como: créditos, insumos, tecnología, asesoría y capacitación para alcanzar un nivel competitivo del sector artesanal.

BIBLIOGRAFIA

- Anuario Estadístico de Comercio Exterior en los Estados Unidos Mexicanos*, (2000), México, D.F. INEGI.
- BANCOMEXT, *World Trade Atlas* con datos de la SE. 2003
- BLANCO MENDOZA, HERMINIO (1994), *Las Negociaciones comerciales de México con el Mundo*, México, Fondo de Cultura Económica, p.281
- BRAVO RAMIREZ, FRANCISCO J., (1976), *El Artesano en México*, México, D.F., Editorial Porrúa, 100p.
- COBEAN, ROBERT H. (1990), *La Cerámica de Tula Hidalgo*, México, D.F., INHA, 533p.
- ESTADISTICAS ECONOMICAS, (2000), *Balanza Comercial de México*, México, D.F., INEGI, 450p.
- FRIEDMAN MILTON Y ROSA DE FRIDDMAN,(1983), *La Libertad de elegir*, España, Editorial Grijalvo, p.p. 326
- GOMEZ, LEONARD, (1981), *Economía Internacional*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Ateneo, 379p.
- INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA (1989-1994), México, D.F., INI, 287p.
- LEDESMA, CARLOS ALBERTO, (1990), *Principios de Comercio Internacional*, Buenos Aires, Argentina, Ediciones Macchi, 490p.
- LUNA CARDENAS, JUAN (1964), *Las Artesanías Prehispánicas*, México, D.F., Editorial Enigma, 173p.
- MAUBERT VIVEROS, CLAUDIO, (1998), *Comercio Internacional "Aspectos Operativos, Administrativos y Financieros"* México, D.F., Ed. Trillas, p.211
- MERCADO, SALVADOR, (1999) y (2000), *Comercio Internacional II*, México, D.F., Noriega Editores, 406 p.
- MERCADO, SALVADOR, (1997) *Mercadotecnia Internacional de Importación y Exportación*, México, D.F., Noriega Editores, 287p.
- MOCTEZUMA YANO, PATRICIA,(2002), *Artesanos y Artesanías Frente a la Globalización*, Ed. Fonca del Colegio de San Luis y Colegio de Michoacán, México, p.237.
- MORENO, PRUDENCIO, (1990), *México, Exportaciones de Manufacturas y Capitales 1970-1988*, México, D.F. Ed. UNAM, 142p.
- OSMAÑCZYK, EDMUNDO JAN. (1976), *Enciclopedia Mundial de Relaciones Internacionales y Naciones Unidas*, Madrid España, Fondo de Cultura Económica, 224p.
- PALMA VILMA (1977), *Boletín No. 4 del Departamento de Investigaciones de las Tradiciones Populares*, México, D.F., SEP, 171p.
- PELLICER, JORGE, (1995), *Artesanos del Porvenir*, México, D.F., Secretaría de Educación Pública y Universidad Autónoma de México, 94p.
- SECOFI. GUIAS EMPRESARIALES, (1998), *Comercialización y Exportación de Artesanías*, México D.F.
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA, *Información Revisada de Comercio Exterior*, (2002)



SECRETARÍA DE ECONOMÍA, *Negociaciones Comerciales Internacionales*, México, 2001, p. 25

TORRES GAYTAN, RICARDO, (1990) *Teoría del Comercio Internacional*, Mexicali, B.C., Editorial Siglo XXI, 467p.

TULA, GUIA OFICIAL, (1979), México D.F., INAH, 69p.

TUROK MARTA, (1988), *Como Acercarse a la Artesanía*, México, D.F., Editorial Plaza y Valdes, 200p.

URQUIZA, IGNACIO, (1994), *Artesanía Mexicana*, México, Noriega Editores, 128p.

VEGA CANOVAS GUSTAVO, (1991), *México ante el Libre Comercio con América del Norte*, México. D.F., Colegio de México y Universidad Tecnológica de México, 507p.

VILLARREAL, RENE, (1998) *Industrialización, Deuda y Desequilibrio Exterior de México "Un enfoque Estructuralista"* México, Fondo de Cultura Económica, 616p

Páginas Web consultadas

Para negociaciones comerciales internacionales –

<http://www.economia-snci.gob.mx/sic%5Fphp/ls23al.php?s=20&p=1&l=1#>

Para programas de fomento a la exportación

<http://www.cipi.gob.mx/html/consfed.asp>

Para Balanza comercial

<http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=8&category=403&document=2773>

Para Fondo Hidalgo de fomento Económico (Artesanías como fuente de ingresos) CONACULTA y el Gobierno del Estado de Hidalgo, 2000

<http://www.hidalgo.gob.mx/gobierno/entidades/entidad.asp?entidadID=6>

Para Cultura prehispánicas (La cultura Tolteca)

<http://www.arts-history.mx/cronos/epiclas.html#tula>

Para Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías FONART

<http://www.fonart.gob.mx>

Para Instituto Nacional Indigenista INI

<http://www.ini.gob.mx>

Para Secretaría de Economía

<http://www.cipi.gob.mx/html/consfed.asp>

Para Banco Mexicano de Comercio Exterior

<http://www.bancomext.com/bancomext>

Para TLCAN

<http://www.cerver.com.mx/servicios.html>

Para Reglas de Origen

http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Mexico/lipmexsa.asp#uptotit1

Para Documentos de Transporte

<http://www.nlexporta.com/guias/comercioext.html>

Para Transportes

<http://www.antp.org.mx/rev/novabril03/sat.html>



Para costos de producción

<http://www.bice.com/guiaexportad/6.asp>

Para oportunidades de negocio

http://www.commerce.gov/index_spanish.htm

Para ferias comerciales

[http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=9&category=5813
&document=581](http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=9&category=5813&document=581)

Para misiones comerciales

<http://www.carnet.com/centergroup/estrategia.htm>

Para directorio de exportadores

<http://diex.bancomext.gob.mx/diex/application/diexwf.htm>

Para ferias mexicanas

http://www.gob.mx/wb2/egobierno/egob_Ferias_Mexicanas_FEMEX

Para COMPEX

<http://www.e->

[mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Comision_Mixta_para_la_Promocion_de_Exportacion](http://www.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Comision_Mixta_para_la_Promocion_de_Exportacion)

Para Financiamiento para el pequeño exportador

<http://www.bancomext.com/bancomext/index.jsp>

