

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

“PROYECTO DE EXPORTACION DE ARTESANIAS
A LA UE”

DISEÑO DE UN PROYECTO PARA
UNA ORGANIZACIÓN
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CONTADURIA

PRESENTA:

CITLALI GUADALUPE MEDINA LUNA
JOSÉ ROMÁN RUBIO ESTRADA

ASESOR:
C.P. Y MTRO BENJAMIN SANCHEZ RODRIGUEZ

MEXICO, D.F.

2005

m342624





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres:

Por su apoyo, comprensión y tolerancia ya que gracias a ellos he logrado cumplir una de las metas más importantes de mi vida.

A mi Carito:

Por ser mi ángel, y darme fuerza para seguir adelante y enfrentarme a todos los problemas que se me presenten.

A mis abuelos:

Por su apoyo y ejemplo que me han llevado a ser una persona de bien.

A Tona:

Por su apoyo, comprensión y cariño.

A Román.

Gracias por ser mi amigo, y un excelente compañero de Proyecto.

A nuestros asesores:

C.P. y Mtro Benjamín Sánchez y L.A y Mtro. Alejandro Olivares por compartirnos su conocimiento y tiempo para hacer posible la conclusión de nuestra meta y la realización de "Xanat" como comercializadora.

A LA UNAM:

Por abrirme las puertas la institución de enseñanza superior más grande e importante de México, por todo el conocimiento que he adquirido en la FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACIÓN.

Citlali

A Erick:

Por ser el máximo logro en mi vida y darme fuerza para seguir adelante.

A mis padres:

Por su cariño, apoyo, buen ejemplo y por estar siempre a lado mio, ante cualquier circunstancia y hacer posible que concluyera una etapa más en mi vida.

A Mary:

Por todos estos años de apoyo incondicional y lograr que yo sea una mejor persona.

A Citla:

Por estos años de amistad y tu apoyo para la conclusión de esta etapa en mi vida.

A nuestros asesores:

C.P. y Mtro Benjamin Sánchez y L.A y Mtro. Alejandro Olivares por ayudarnos y compartir con nosotros su tiempo y conocimientos ya que sin ellos no hubiera sido la culminación de "Xanat"

A LA UNAM:

Por todos los conocimientos adquiridos y todos los buenos ejemplos que obtuve en ella.

Román.

INDICE

Introducción	1
Metodología	5
• Justificación	6
• TLC con la Unión Europea	6
➤ Evaluación General e Identificación de Productos	6
➤ Comercio de bienes	7
• Francia	8
• España	8

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO.

A) Conceptos Básicos de Negocios Internacionales	10
a) Negocios Internacionales	10
b) Mercadotecnia Internacional	11
c) Comercio Internacional	12
B) Elementos que intervienen en la aplicación de la Mercadotecnia Internacional	12
a) Producto.	12
b) Mercado	12
c) Cliente	13
d) Consumidor	13
e) Mercado Meta	13
f) Diferenciación	13
g) Segmentación del mercado	13
h) Mercado Internacional	14
i) Precio	14
j) Precio para el mercado nacional.	14
k) Precio de Exportación	14
l) Promoción	15
C) Globalización Económica	15
D) Competitividad en el Comercio Internacional	17
CONCLUSIÓN CAPÍTULO I	19

CAPITULO II.	
<u>MARCO REFERENCIAL.</u>	20
A) Breve diagnóstico del sector "artículos de regalo"	20
B) Grupos de productos que integran el sector	21
C) FONART	22
➤ Misión	22
➤ Visión	22
a) Objetivos	23
b) Acciones	23
c) Fomento artesanal	24
d) Ventajas de Fonart	25
e) Desventajas de Fonart	26
D) Comercialización de Artesanías	26
➤ Puntos de venta de FONART	26
a) Comercialización Nacional	30
b) Comercio Exterior	31
 CONCLUSIÓN CAPÍTULO II	 32
 CAPITULO III.	
<u>INFORMACIÓN ECONÓMICA</u>	33
Evolución de las Exportaciones 2001-2003	33
Principales Mercados de destino de las Exportaciones	34
Balanza Comercial de México con la UE	34
Ley de Comercio Exterior	35
TLCUE	40
CONCLUSIÓN CAPÍTULO III	48
 CAPITULO IV	
<u>SOLUCIÓN DEL CASO</u>	49
1. ANÁLISIS DE LA EMPRESA	49
1.1 Misión, Visión y Objetivos de Xanat	50
1.2 Antecedentes del Proyecto	51
1.3 Constitución legal	51
1.4 Principios de Actuación	52
1.5 Instalaciones	52
1.6 Análisis FODA	53

2 ANÁLISIS DEL PRODUCTO.	54
El vidriado en México	54
2.1 Descripción del producto	63
A) El vidriado en cerámica	64
B) Formación del vidriado	65
C) La composición del vidriado	67
D) El oxido de plomo	71
E) El punto de fusión del Vidriado	73
F) La textura	75
G) El color	78
H) Los colores bajo vidriado	79
I) Los colores sobre vidriado	80
J) Los defectos en el vidriado.	82
2.2 Diferenciación del producto	84
2.3 Usos	84
2.4 Bienes Sustitutos	85
2.5 Proveedores	85
2.6 Descripción del proceso	86
2.7 Normas	86
2.8 Control de Calidad	86
3. ANÁLISIS DEL MERCADO	87
3.1 Objetivo del estudio del Mercado Meta	87
3.2 Selección del Mercado Meta	87
a) Francia	88
b) España	89
✓ Posibles clientes BANCOMEXT	91
✓ Oportunidades para México en España según Bancomext	91
3.3 Canales de Comercialización	92
3.3.1 Distribución DHL	93
3.4 Barreras arancelarias y no arancelarias	94
3.5 Modalidades de pago	104
4. RIESGOS	105
4.1 Riesgos Internos	105
4.2 Riesgos Externos	105
4.3 Planes de Contingencia	105
4.4 Provisión de Seguros	105

CAPITULO V

107

ANÁLISIS FINANCIERO

OBJETIVO DEL ANÁLISIS FINANCIERO

108

❖ Datos generales de la empresa	A-1
❖ Gastos de Administración	A-2
❖ Gastos de Comercialización	A-3
❖ Plantilla Nómina	B
❖ Costo del Proyecto	C
❖ Costos y Gastos Diarios	D
❖ Costos y Gastos Anual	D-1
❖ Balance General al 1° de enero de 2005	E
❖ Balance General del 1° de enero al 31 de diciembre de 2005	F
❖ Estado de resultados 2005	G
❖ Estado de resultados 2006	G-1
❖ Estado de resultados 2007	G-2
❖ Estado de resultados 2008	G-3
❖ Estado de resultados 2009	G-4
❖ Dividendos	H
❖ Razones Financieras con cifras al 31-12-05	I
❖ Flujos de Efectivo	J
❖ Depreciación Acumulada	K

EVALUACION DEL PROYECTO

- ❖ PRI
- ❖ VALOR PRESENTE NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO
- ❖ COSTO DE CAPITAL
- ❖ INTERES SIMPLE SOBRE RENDIMIENTO
- ❖ TASA PROMEDIO DE RENTABILIDAD
- ❖ RESUMEN EVALUACION DEL PROYETO
- ❖ CONCLUSION DEL ANALISIS FINANCIERO

CATÁLOGO DE ARTESANIAS

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto está dirigido a la comercialización de artesanía mexicana de barro y cerámica hacia La Unión Europea, principalmente a España y Francia y así dar a conocer el talento mexicano en los diferentes artículos de decoración que estos fabrican, en este caso estamos hablando de artesanías de cerámica de alta temperatura o stonware elaboradas manualmente, es decir son cien por ciento artesanal, tanto en el pintado como en el calado que se le da. Con diferentes modelos y usos.

El vidriado en cerámica fue la primera técnica con que se comenzó a elaborar piezas artísticas de este material, y también representa una moderna expresión del arte contemporáneo. Ha estado presente desde el principio en la historia del vidrio en el arte y forma parte esencial de las artesanías mexicanas.

Nuestra principal arma es desarrollar este proyecto con nuestros conocimientos, y nuestra experiencia profesional así como no descuidar detalles importantes como son la seriedad al adquirir compromisos, mantener un catalogo de productos actualizado, variado, moderno tanto de las artesanías como de su empaque, procurar en lo mayormente posible una capacidad de respuesta rápida ante pedidos grandes, y seguir investigando y creando estrategias para posicionarnos favorablemente en el campo artesanal.

Esperamos que la información que se muestra en este proyecto sirva de base para el posterior desarrollo y ejecución del Plan, para lo que se ha tratado de cubrir todos los puntos que permitan a quienes evalúen este proyecto con miras en invertir en él, tomar una decisión en base a su viabilidad.

HISTORIA DEL VIDRIADO¹

El vidriado sobre cerámica se hace desde el año 5000 a.C. Los egipcios fueron los primeros en realizar este trabajo, para lo cual utilizaron compuestos de sosa, que se encuentran en grandes cantidades en las zonas desérticas del Cercano Oriente. Las cuentas de turquesa, los ornamentos y las pequeñas esculturas de pasta egipcia son probablemente los primeros objetos vidriados que se lograron mezclando la arcilla con sales solubles de sodio depositadas en la superficie durante el secado, las cuales forman el vidriado cuando se cuecen. Como no es improbable que las arcillas del desierto tuvieran algo de carbonato sódico como impurezas, la idea de que los primeros vidriados se hicieran accidentalmente no suena tan disparatada. La observación de este fenómeno y su empleo en la elaboración de obras de arte y de utilidad es un buen ejemplo de la forma en que el hombre ha progresado en sus técnicas. Se descubrió que al añadir a la mezcla minerales con cobre, resultaban vidriados de azul brillante y turquesa, cuyo color vibrante es irresistiblemente bello. Un gran perfeccionamiento posterior de la pasta egipcia hizo posible la aplicación de los

¹ <http://www.ceramica.info/publicaciones.htm>

materiales del vidriado sobre la superficie de la cerámica, controlando así el espesor y el color.

Los vidriados altamente alcalinos de los egipcios tienen sus inconvenientes. Son difíciles de aplicar, tienden a agrietarse, pelarse o desprenderse de la cerámica después de la cocción, además de que pueden solubilizarse si se usan para cocinar. Muchos de estos defectos se superaron incluyendo al plomo como material del vidriado. Esta importante evolución se produjo probablemente en la antigua Siria o Babilonia. Los sirios y babilonios aprendieron a hacer vidriados de plomo coloreados, mezclando con su materia prima óxido de cobre, hierro y manganeso. El conocimiento de esta artesanía se extendió a China, en donde aparecen las primeras piezas en el año 500 a.C. Después, los chinos perfeccionaron el horno de cocción, en el cual alcanzaron temperaturas más altas (1 220°C) de las que habían logrado los egipcios (1 050°C). Con esto desapareció la tendencia a agrietarse en los objetos cerámicos, que era uno de los grandes problemas. Empleando una temperatura de cocción suficientemente alta se puede hacer un vidriado duradero y satisfactorio. Algunas de las cerámicas primitivas chinas vidriadas con plomo se han vuelto iridiscentes como resultado de la descomposición del vidriado y actualmente presentan un aspecto distinto al original. Los compuestos de plomo son comunes en la naturaleza en forma de sulfuro o galena, por lo que no representó ningún problema utilizarlo como materia prima. El vidriado de plomo no sólo es más sencillo de aplicar y más duradero, también es mucho más bello y se puede hacer con pocos materiales. Los alfareros medievales de Europa simplemente espolvoreaban galena sobre los cacharros húmedos, logrando

así una capa de plomo para formar un vidriado sobre la pieza cocida. Si mezclamos dos partes de óxido de plomo con una parte de arena pulverizada y una de arcilla, cuyos componentes metálicos le darán cierto color, fácilmente conseguiremos un vidriado. Una arcilla rica en hierro generará piezas de color marrón o ámbar, de apariencia similar a la cerámica rústica común en las culturas mesoamericanas.

METODOLOGÍA

Consideramos que la exploración de temas poco abordados para el caso de exportación de artesanías, representa una oportunidad más para empresarios mexicanos que deseen incurrir en esta actividad.

Aún no están muy difundidos los procesos de exportación en México a pesar de todas las facilidades y oportunidades que se han venido creando y de los diferentes tratados que el país ha pactado por lo que consideramos no se le ha obtenido el beneficio esperado.

Objetivo del caso de investigación, para la exportación de artesanías a España y Francia

Con este proyecto nosotros pretendemos comercializar artesanía mexicana de cerámica hacia la Unión Europea, principalmente a España y Francia y así dar a conocer el talento mexicano en los diferentes artículos de decoración que estos fabrican.

El índice, metodología y realización de este proyecto esta basado en el PLANEX de Bancomext 2004.

◆ Justificación

Hemos elegido a la Unión Europea ya que es el mercado más grande del mundo (19% del comercio mundial), su población es de 380 millones de habitantes, es el segundo socio inversionista de México.

❖ TLC CON UNIÓN EUROPEA

Las relaciones económicas entre México y la Unión Europea no han sido del todo recíprocas ya que el peso que representan mutuamente en sus estructuras es excesivamente marginal, por ello la búsqueda de un acuerdo comercial entre estas dos regiones sólo puede darse en el marco de la globalización y la fragmentación de la economía internacional, pues gracias a este nuevo escenario la economía mexicana ha adquirido una enorme importancia estratégica en los flujos comerciales y de inversión

Los productos mexicanos entran en el mercado Europeo al amparo del sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias y el tratamiento de la nación más favorecida

- EVALUACIÓN GENERAL E IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS

Identificación de Productos

- Convenio comercial que entró en vigor a mediados de 2000, y sin duda es una de las grandes oportunidades de nuestro país. La Unión Europea representa la

primera potencia comercial en el marco internacional, concentrando alrededor de la quinta parte del comercio mundial.

- Ya es un hecho que la Unión Europea sea el segundo socio comercial y la segunda fuente de inversión extranjera directa para nuestro país. Es importante señalar que el acuerdo comercial con la Unión Europea representará 95% de las exportaciones mexicanas con goce de tratamiento preferencial, lo que redundará en la generación de más y mejores empleos, aumento de inversiones y la apertura de nuevas oportunidades y alianzas estratégicas para las empresas mexicanas.

Identificación de Productos

- Productos contemplados en sectores como: textil, confección, cuero y calzado, electrónico, eléctrico y electrodoméstico, siderúrgico, agricultura, agroindustrial, ganadería y pesca, plástico, alimentos y bebidas, artículos para decoración y regalo, automotriz, autopartes y otros vehículos, imprenta e industria editorial, industrias metálicas, maquinaria y equipo, materiales de construcción, minería, muebles, químico y farmacéutico.

- COMERCIO DE BIENES

Reglas de Origen y Procedimientos Aduaneros

- Preferencia a bienes originarios, a bienes elaborados con insumos originarios o con insumos no originarios con transformación suficiente.

- Obtención, para 95% de las exportaciones, de regla de origen que beneficia al sector productivo nacional, destacando los sectores textil, transporte y autopartes, electrodomésticos, calzado, químicos y plásticos.
- Expedición de certificado de origen por la SE (Secretaría de Economía), en el caso de México.

Reservación del derecho de verificación en las aduanas respectivas

❖ Francia

1. Tiene la cuarta economía más grande del mundo, es el primer destino turístico del mundo cuenta con más de 75 millones de turistas por año, clima de negocios seguro para los inversionistas²
2. Se encuentra ubicada estratégicamente en el centro de Europa.
3. Cuenta con infraestructura portuaria, terrestre y aérea de las más eficientes a nivel mundial.
4. Es un punto de reexportación hacia otros mercados de África y Medio Oriente.
5. Es un mercado de gran influencia latina, por lo que existe simpatía por México y sus productos.³

❖ España

Tiene un nicho de mercado para el sector de regalos con un potencial medio y alto, además que tanto en España como en México se habla el idioma español.

² ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON FRANCIA. Bancomext, 2003

Entre España y México existen vínculos muy importantes de carácter social y cultural que han favorecido la estrecha cercanía entre ambas naciones, dando cauce a una relación comercial con potencial y a una mejor disposición al conocimiento de las preferencias de los consumidores en ambos países.

En 2003, España fue el séptimo socio comercial de México a nivel mundial (cuarto comprador y onceavo abastecedor) y segundo entre los países de la Unión Europea (segundo comprador y proveedor) El comercio bilateral tuvo un déficit para México.⁴

1. Tamaño de mercado (40 millones de habitantes y acceso preferencial 350 millones socios de la UE).
2. Estabilidad económica del país y marco legal que permite certeza en las negociaciones.
3. Diversificación de mercados en un país de habla española y alto nivel de ingresos (16 mil euros per cápita al año).
4. Afinidad cultural y facilidad de comunicación con el idioma.
5. México para España es un país prioritario. Excelente relación a nivel gubernamental y privado entre cúpulas empresariales.⁵

³ Razones para seleccionar el mercado francés

⁴ FICHA TECNICA DE ESPAÑA-Bancomext

⁵ Razones para seleccionar el mercado Español, Centro de información Bancomext

CAPITULO I.

MARCO TEÓRICO

Mencionamos los siguientes conceptos debido a su importancia en este proyecto que tiene carácter de internacional.

A) CONCEPTOS BASICOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES⁶

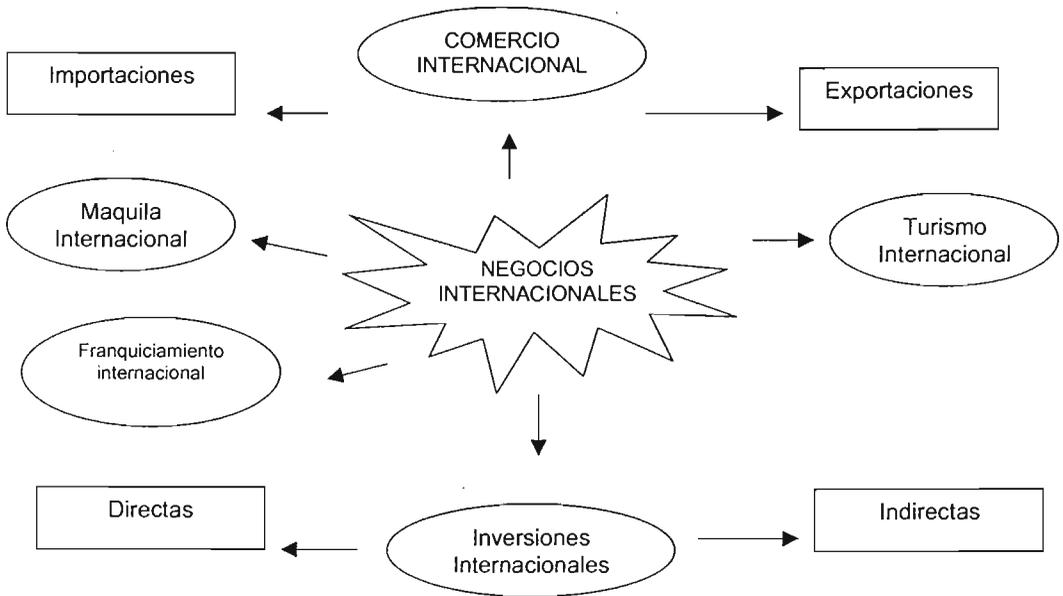
a) NEGOCIOS INTERNACIONALES

Es la negación del ocio, es decir a hacer algo para lograr un beneficio, y cuando eso que se hace en uno o más países diferentes del país de origen, estamos hablando de negocios internacionales.

En el concepto de negocios internacionales tenemos las siguientes categorías:

1. Comercio Internacional, que abarca tanto las exportaciones como las importaciones.
2. Inversiones internacionales directas e indirectas
3. Maquila internacional
4. Franquiciamiento internacional.
5. Turismo Internacional.

⁶ Lerma Kirchner, Alejandro. COMERCIO Y MERCADOTECNIA INTERNACIONAL. INTERNATIONAL THOMSON EDITORES SA DE CV , 436pp



b) MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

Es el conjunto de conocimientos que tienen como fin promover y facilitar los procesos de intercambio de bienes, servicios, ideas y valores entre oferentes y demandantes de dos o mas países, para satisfacer las necesidades y/o deseos de los clientes y/o consumidores, al tiempo que permiten a los oferentes (empresas, instituciones o individuos) lograr sus propósitos respecto a ingresos, ganancias, servicios, ayuda, proselitismo que son el motivo de su acción y su existencia.

c) COMERCIO INTERNACIONAL

Comprende tanto la exportación, es decir la venta de productos (bienes y servicios) que se generan en un país a clientes situados en otros como la importación, o sea la compra de bienes o servicios un proveedor originario de un país distinto al del comprador

B) ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA APLICACIÓN DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL:

a) PRODUCTO: Es el bien o servicio que se comercializa o se desea comercializar en el mercado exterior.

b) MERCADO: Existen diversas aceptaciones relacionadas con el término mercado, dependiendo de la especialidad bajo la cual se estudia o de la intención que se tiene para ello.

- Desde el punto de vista económico, mercado es el lugar donde confluyen la oferta y la demanda.
- Desde el punto de vista comercial, el mercado es el conjunto de actuales y posibles clientes y consumidores o usuarios.

En lo que respecta a la mercadotecnia, existen una serie de conceptos fundamentales relacionados con el mercado: consumidores, clientes, mercado meta, segmento, nicho, canales de distribución, logística, posicionamiento, mapas perpetuables y diferenciación.

c) **CLIENTE** es aquel que adquiere el producto para su consumo (consumidor), para revenderlo (canal de distribución) o para ser utilizado en un proceso de transformación industrial.

d) **CONSUMIDOR** es el que se beneficia del uso o de un producto tangible (artículo) mediante su ingestión y utilización, dependiendo de las características de cada tipo de producto.

e) **MERCADO META** es aquel en que se ha decidido operar comercialmente; éste puede ubicarse en el interior del país o en el exterior, en cuyo caso se denomina mercado meta de exportación.

f) **DIFERENCIACIÓN** consiste en hacer nuestro producto único con el fin de reducir el impacto de la competencia e incrementar la fidelidad de los clientes.

g) **SEGMENTACIÓN DE MERCADO** comprende la categorización lógica de los diferentes tipos de clientes a fin de desarrollar estrategias y mecanismos que hagan más eficiente y eficaz la labor comercializadora.

h) MERCADO INTERNACIONAL es aquel que se presenta cuando el oferente comercializa sus bienes o servicios en el extranjero, en uno o varios países a través de procesos de exportación-importación y/o alianzas estratégicas o empresas subsidiarias en el exterior

i) PRECIO: Es uno de los cuatro elementos fundamentales de la mezcla de mercadotecnia.

Es la cuantificación en dinero de un valor que depende de la utilidad que un producto tenga para satisfacer las necesidades y/o deseos de quien adquiere el producto o servicio. Por otro lado con relación al oferente, en una economía de libre mercado, el precio es el valor monetario de cambio que se le asigna al producto con el fin de obtener un beneficio económico.

j) Precio para el mercado nacional, es aquel que establece para ser manejado en el mercado interno del país del vendedor, el cual debe cubrir los costos fijos y variables, gastos y margen de utilidad correspondientes, además de atender a la situación del mercado, competencia y objetivos de la organización.

k) Precio de exportación es aquel que acuerda al exportador e importador y que comercialmente resulta de la agregación del costo del producto más el margen de utilidad y la serie de costos, gastos e impuestos correspondientes al proceso de exportación-importación.

l) En sentido amplio es el conjunto de actividad o proceso destinadas a estimular al comprador potencial (distribuidores, clientes industriales y consumidores) a la adquisición de bienes, servicios, idas valores y estilos de vida.

La promoción en un sentido estricto es también llamada promoción de ventas que consiste en una serie de mecanismos y acciones para a corto plazo, incentivar la compra por parte de los clientes y la venta de los canales de distribución y agentes vendedores.

Cuando se trata de mercadotecnia de servicios se suele agregar a la mezcla de la mercadotecnia los siguientes elementos:

- Personal
- Proceso
- Phisical enviroment (Medio ambiente físico para la presentación del servicio.

C) GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA

Se refiere a la posibilidad real de producir, vender, comprar e invertir en aquel o aquellos lugares del mundo donde resulte más conveniente hacerlo, independientemente de la región o el país donde se localicen.

Los conceptos básicos sustentan el movimiento internacional hacia la globalización que resulta de las ventajas comparativas, las cuales dependen de la disponibilidad o carencia de recursos de la naturaleza en diferentes regiones y países.

Sin embargo el ser humano ha sido capaz de generar ventajas regionales a las que se les ha llamado ventajas competitivas que no están determinadas por la dotación inicial de la naturaleza sino por el desarrollo de la tecnología producto por el trabajo e intelecto humanos.

Entre las ventajas que ofrece la globalización están:

1. Obtención de economías de escala en producción y distribución, que resultan del considerable incremento de los mercados meta, dado el gran potencial productivo generado por el desarrollo tecnológico.
2. Mejoría en el nivel económico de vida, como consecuencia de precios más bajos para el consumidor, así como de una vasta y variada disponibilidad de satisfactores.
3. Capacitación de los Recursos Humanos en habilidades gerenciales en el ámbito internacional, con planes de estudio y experiencia laboral cotidiana, que incluyen conocimientos de múltiples factores estratégicos de índole regional y mundial.
4. Acceso más fácil y rápido a nuevas tecnologías que permiten actualizar la planta productiva, así como la utilización pronta de las ventajas que estas ofrezcan para la satisfacción de las necesidades de la sociedad en el mundo globalizado.

Respecto a los riesgos y costos de la globalización, se pueden enunciar los siguientes:

1. Mayor vulnerabilidad de la empresa por la aparición de mayo y más capaz competencia.
2. Disminución de los niveles de fidelidad de los consumidores hacia marcas y productos.
3. Menores márgenes de utilidad unitaria al concurrir al mercado mayor número de oferentes con una oferta más diversificada.
4. Mayor dependencia tanto a nivel empresa como a nivel país por el enorme entramado productivo, comercial, técnico, administrativo y financiero que se da a lo largo y ancho del globo terráqueo.
5. Necesidad constante de actualización en diseño de producto, tecnología de producción y mecanismos de comercialización.
6. Pérdida de valores culturales nacionales en aras de ampliar mercado mediante la homogeneización del consumidor.

D) COMPETITIVIDAD EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Significa la posibilidad de triunfar sobre otros oferentes cuando, al confrontarse con los productos sustitutos, se tiene alta probabilidad de salir victoriosos, favorecidos por la compra del consumidor.

La competitividad en el ámbito del comercio exterior depende de condiciones que están presentes en los siguientes dos niveles:

1. Macro y estructural. Que comprende las condiciones básicas y generales del país o región necesarias para que las empresas puedan operar con eficiencia.
2. Micro y estructural. En que se encuentran las condiciones a nivel empresa y producto y pueden hacer que la mercancía se desplace exitosamente en los mercados meta

CONCLUSIÓN CAPÍTULO I

En este capítulo mostramos conceptos básicos que entre otros nos dan una idea general de cómo y que son los mercados, nos da información sobre los negocios internacionales en cuanto a su funcionamiento y al comercio internacional.

Conceptos que todo exportador debe conocer e identificar plenamente antes de comenzar con su labor exportadora para facilitar dicha tarea.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

A) BREVE DIAGNOSTICO DEL SECTOR

La fabricación predominante en este sectores la artesanal, con un alto contenido de creatividad e ingenio y generalmente, los productores o artesanos realizan su actividad por tradición familiar.

La mayoría de los artesanos están integrados en talleres familiares y, en el caso de productos tradicionales, las técnicas son rudimentarias.

El proceso de aprendizaje tiene lugar de manera informal y los canales de comercialización están ligados al intermediario local, al mercado regional y a las ferias tradicionales.

La innovación en diseño, tendencias y tecnología es incipiente por desconocimiento del mercado tanto nacional como externo.

La artesanía moderna por su parte, es generalmente la producción de un autor que aprendió formalmente una técnica y tiene un mayor conocimiento del mercado. Este tipo de artesanía le da una importancia especial al diseño de las piezas y se adecua a los cambios del mercado.

La comercialización del producto típico se lleva a cabo en entidades turísticas, aunque su producción en esa región sea escasa o nula.

Existe competencia de artesanías de procedencia asiática y centroamericana, que se vende en los mercados nacionales a precios muy bajos.

Para desarrollar un mejor esquema de comercialización de productos identificados en este sector, hace falta que los productores o fabricantes desarrollen catálogos.

La actividad artesanal se encuentra dispersa y aislada de los mercados, lo que dificulta que se agrupen y consoliden una oferta para su comercialización.

B) GRUPOS DE PRODUCTOS QUE INTEGRAN EL SECTOR

Las ramas típicamente productoras de artículos de regalo en México son:

- Joyas y orfebrería de oro, plata y otros metales
- Productos de alfarería y cerámica de losa y porcelana
- Productos de madera (excepto corcho)
- Artículos de vidrio y cristal
- Artículos de plástico (juguetes y hogar)
- Lámparas, candiles, marcos y accesorios de hierro y acero.
- Velas pinturas y grabados, entre otros

C) FONART

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, Fonart, es un Fideicomiso Público del gobierno federal, sectorizado en la Secretaría de Desarrollo Social, que responde a la necesidad de promover el desarrollo humano, social y económico de los artesanos de México.

Fue constituido el 14 de julio de 1974 por mandato del Ejecutivo Federal.

Misión

Apoyar a los artesanos y las artesanas de México para contribuir a la mejora de sus niveles de vida y preservar los valores de su cultura tradicional, vinculando la creatividad del artesano con el consumidor final, mediante programas de apoyo y efectivas estrategias de comercialización que aseguren el posicionamiento de productos artesanales de calidad en los mercados nacionales e internacionales.

Visión

Ser el organismo del gobierno federal que logre mejorar los niveles de vida de los artesanos de México, diseñando y ejecutando acciones de largo plazo basadas en el fortalecimiento de las capacidades individuales y comunitarias de los artesanos; que les permita la generación consistente de recursos económicos.

Objetivos y principales acciones:

Operativamente FONART aplica sus recursos a la compra, comercialización de artesanías y otorgamiento de créditos, acciones con las que contribuye a fomentar la producción y a preservar las fuentes de autoempleo de numerosas familias artesanas que impactan positivamente la economía del país. Los fondos de FONART se destinan también a la difusión, por diversos canales, de los valores tanto culturales como estéticos del arte popular mexicano.

a) Objetivo

FONART tiene como objetivo apoyar a los artesanos de México que preservan técnicas y diseños tradicionales y que viven en condiciones de pobreza extrema.

b) Acciones

- Adquirir artesanías directamente del productor, destacando el auténtico arte popular y las artesanías con importante respaldo tradicional.
- Otorgar créditos a los artesanos en pobreza extrema que les permite satisfacer la compra de materias primas, herramientas y refacciones.
- Establecer mecanismos que permitan una alta tasa de recuperación de los créditos que otorga el FONART.
- Brindar asesorías técnicas a grupos artesanales estableciendo convenios con otras dependencias federales, estatales y municipales.

- Coordinar el Programa Estratégico para la Sustitución del Plomo y Combustible en la Alfarería Vidriada Tradicional, diseñado especialmente para innovar el desarrollo tecnológico y mejorar la comercialización de la alfarería.
- Organizar concursos de arte popular a nivel nacional, regional, estatal o comunitario.
- Comercializar artesanías a nivel nacional e internacional.
- Promover y difundir la actividad institucional en favor del artesanado a través de una campaña permanente de imagen, de campañas publicitarias y de exposiciones de arte popular a nivel nacional e internacional.

c) Fomento Artesanal con el que cuenta el FONART

Apoyo Financiero al Artesano

- Sistema de Compra de Artesanías
- Otorgamiento de Créditos

Asesoría Técnica al Artesano

- Asesorías Técnicas
- Programa de Sustitución de Plomo

Superación Artística Artesanal

- Concursos Artesanales

Difusión de la Actividad Artesanal

- Exposiciones

d) Ventajas de Fonart

- Posicionamiento y prestigio de la marca
- Atención inmediata a franquiciatarios
- Asesoría y asistencia técnica permanente
- Inversión baja y rentable
- Rápida recuperación de la inversión
- Excelencia en el servicio
- Un concepto único en el mercado que concentra lo más representativo de la producción artesanal de todo México

ALFARERÍA SIN PLOMO

A partir de enero de 1998, México se constituye en el primer país del mundo, capaz de producir y exportar ollas, cazuelas y vajillas de barro tradicional 100 por ciento libres de plomo y que cumplen con las normas de la FDA, (Food and Drugs Administration) el ISO (International Organization for Standardization) y otras más estrictas como la Proposition 65 del Estado de California en Estados Unidos.

El nuevo vidriado mexicano contiene boro -en lugar de plomo- componente que según la FDA es absolutamente inofensivo para la salud.

Por esta razón, los restaurantes de cocina mexicana, española, francesa o marroquí que operan en Estados Unidos u otros países, podrán emplear los tradicionales utensilios de barro -que tan extraordinario sabor dan en la confección de la comida- con toda libertad, seguridad y orgullo de sus tradiciones.

Los interesados deberán ponerse en contacto con Fonart que es el único organismo en México autorizado para garantizar que la alfarería está libre de plomo, ya que es la agencia que desde 1994 ha estado a cargo de la investigación para sustituir el plomo y tiene identificados a los artesanos que producen con la nueva tecnología.

e) Desventajas que tiene Fonart

No llega a todos los artesanos y hemos visto que en la mayoría de los casos al artesano se le da una parte mínima de lo que cuesta su producto mientras que fonart los vende a precios muy elevados.

D) COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS

La labor comercial que realiza FONART se inscribe en el marco de la promoción y la difusión de la artesanía tradicional, como la consecuencia final de una política integral de fomento al sector artesanal. Las acciones de compra de artesanía, los apoyos crediticios y la asesoría técnica a los productores, concluyen en la etapa de la comercialización, para iniciar de nuevo el ciclo que apoya la generación de empleo en las zonas rurales y propicia mayores oportunidades de desarrollo en las comunidades artesanales.

La estrategia comercial abre espacio para la difusión del auténtico arte popular de México y de sus productores. Los artículos que se promueven son de calidad certificada y contienen en sus formas y diseños, la esencia cultural de los pueblos indígenas del país.

Para ello Fonart cuenta con las siguientes tiendas o centros :

<p>ACAPULCO, GRO: Av. Costera Miguel Alemán No. 127, local 17 Centro Comercial Hotel Park Av. Costera Miguel alemán No. 3124, local 4 Centro Comercial Pabellón Costera Terminal Maritima</p>	<p>CAMPECHE Dirección de Fomento Artesanal Av. Ruíz Cortines 112 Torre, A, 6° piso, Campeche, Tel: (01-981) 81 674 77) / 81 674 39</p>
<p>Ciudad de México Av. Insurgentes Sur No. , Col. Guadalupe Inn Plaza Inn Local 180, nivel Plaza</p>	<p>Ciudad de México Av. Juárez No. 89, Col. Centro C.P. 06040 Tel. 55-21-01-71 Encargado: Mario Gama</p>
<p>Ciudad de México Av. Paseo de la Reforma No. 116, Col. Juárez Planta Baja Tel. 53-28-50-00 Ext. 53089 y 53130 Encargada: Gabriela García Rocha E-mail: ggarcia@fonart.gob.mx</p>	<p>Ciudad de México Av. Patriotismo No. 691, Col. Mixcoac C.P. 03910 Tel. 55-63-40-60 Encargada: Elda Jiménez E-mail: tdapatriotismo@fonart.gob.mx</p>
<p>CIUDAD JUÁREZ, CHIH. Circuito Lic. Reyes Estrada No. 445, Col. Margaritas, Zona Pronaf. Tel: (01 656) 639-06-55 Encargada: Carolina Herrera</p>	<p>CUERNAVACA, MOR. Av. Morelos No. 271, Col. Centro, C.P. 62000 Tel: (01 777) 314-02-82 y 312-92-37 Encargado: Hugo Carreño</p>

<p style="text-align: center;">CHIAPAS Instituto de las Artesanías de Chiapas Blvd. Belisario Domínguez, No. 2035, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Tel (01-961) 60 267 40 / 60 267 90</p>	<p style="text-align: center;">CHIHUAHUA Casa de las Artesanías de Chihuahua Av. Juárez No. 705, Col. Centro, Chihuahua, Chihuahua, Tel. (01-614) 437-12-92 / 410 60 73</p>
<p style="text-align: center;">GUANAJUATO Dirección General de Fomento Artesanal Plaza de la Paz No 14 Col Centro, Guanajuato, Tel. (01 473) 73 217 04 / 73 218 70</p>	<p style="text-align: center;">HIDALGO Casa de las Artesanías de Hidalgo, Hadarte Av. Juárez esquina Vicente Segura, Pachuca, Hidalgo. (01-771) 71 304 12-71</p>
<p style="text-align: center;">MATAMOROS, TAMPS. Av. Constitución esquina Calle 5 Col. Jardín, C.P. 87330 Interior del Museo de Arte Contemporáneo Tel: (01-86) 88-13-14-99 Encargado: Mario Ruiz</p>	<p style="text-align: center;">MONTERREY, NUEVO LEÓN Diego de Montemayor No. 510 Sur Barrio Antiguo, C.P. 64000 Centro Cultural Santa Lucía Tel: (01 81) 83-40-18-80 Encargado: Sr. Arnoldo Reynaldos</p>
<p style="text-align: center;">MORELIA, MICHOACÁN Aristeo Mercado No. 147 Col. Nueva Chapultepec, C. P. 58280 Tel. y Fax: 01 (43) 12-17-89 Atención: Juan Manuel González Muro E-mail: jgonzalez@fonart.gob.mx</p>	<p style="text-align: center;">NAYARIT Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Nayarit Calle Prolongación Fresno s/n. Col. San Juan, (antes Casa de Gobierno) Tepic, Nayarit Tel (01 311) 213 90 74, 213 90 75</p>
<p style="text-align: center;">OAXACA, OAXACA Crespo No. 114, esquina Morelos Col. Centro, C. P. 68000 Tel. y Fax: 01 (95) 16-57-64 Atención: Daniel Hernández Rodríguez E-mail: dhernandez@fonart.gob.mx</p>	<p style="text-align: center;">PUEBLA Dirección General de Artesanías Av. Juan de Palafox y Mendoza no 607, Centro Histórico, Puebla. Tel. (01 222) 2 46 45 26</p>

<p>QUERÉTARO, QRO. Av. 16 de Septiembre No. 44 C Poniente Centro Histórico, C.P. 76000 Tel. (01) 442-214-90-15 Encargada: Guadalupe Villalbaso</p>	<p>QUINTANA ROO Dirección de Fomento Artesanal de Quintana Roo Calle 22 de Enero s/n Interior del Palacio de Gobierno, Col. Centro, Chetumal Tel. (01 983) 83 244 82 / 83 202 66</p>
<p>SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P. Jardín Guerrero No. 6 Centro, C.P. 78000 Tel. y Fax: 01 (48) 12-75-21 Encargada: Gabriela Huerta Villalobos</p>	<p>TABASCO Instituto para el Fomento de las Artesanías Tabasqueñas. Calle Antonio Rallan Ferrer Esq Pedro C. Colorado, Co. Mayito, Villahermosa, Tel. (01-993) 314 21 77 / 314 21 76</p>
<p>TLAQUEPAQUE, JALISCO Av. Juárez No. 267-B C.P. 45500 Tel. y Fax: 01 (36) 35-56-63 Atención: Juan Manuel González Muro E-mail: jgonzalez@fonart.gob.mx</p>	<p>TLAXCALA Casa de las Artesanías de Tlaxcala Emilio Sánchez Piedras no. 1 Centro Tlaxcala, Tel. (01-246) 46 223 37</p>
<p>TOLUCA IIFAEM Paseo Tolloacan 700 Oriente, Esquina Urawa Col Izcalli, Toluca. Tel (01 722) 217- 5108 / 217-5144</p>	<p>VERACRUZ Consejo Veracruz de Arte Popular, COVAP Boulevard Avila Camacho No. 111, Col Centro, Boca del Río, Veracruz, Tel. (01-229) 986 34 62</p>
<p>VILLAHERMOSA, TAB. Boulevard Adolfo Ruiz Cortines Esquina Paseo Tabasco y Rosendo Taracena Plaza Bugambilia, local 6 Fraccionamiento Oropeza, C.P. 86030</p>	<p>YUCATAN Casa de las Artesanías de Yucatán Calle 63 No. 519-B por 68 y 70 Centro, Mérida, Tel. (01-999) 9 24 04 09</p>

<p>ZACATECAS Instituto de Desarrollo Artesanal de Zacatecas Callejón San Francisco No. 1274, Local 51, Centro, Zacatecas, Tel. (01-492) 92 437 23</p>	
---	--

Y un centro de atención en Estados Unidos, Santa Ana, California 900 North Broadway
St. Santa Ana, Cal. 92701

a) COMERCIALIZACIÓN NACIONAL

La labor comercial que realiza Fonart se inscribe en el marco de la promoción y difusión de la artesanía tradicional, como la consecuencia final de una política integral de apoyo al sector artesanal. Las acciones de compra de artesanías, los apoyos crediticios y la asesoría técnica a los productores, concluyen en la etapa de comercialización, para de nuevo iniciar el ciclo que apoya la generación de empleo en las zonas rurales y propicia mayores oportunidades de desarrollo en las comunidades artesanales.

De esta manera, Fonart promueve la artesanía tradicional en zonas de desarrollo turístico o bien de poca difusión y producción artesanal que, sin embargo, ofrecen un potencial de mercado para la artesanía.

b) COMERCIO EXTERIOR

Como parte de la operación comercial, FONART promueve el producto artesanal en los nichos comerciales del extranjero y realiza las ventas de mayoreo en el mercado nacional. Esta oficina ofrece el servicio de tramitación integral para el exportador nacional o extranjero. Al cliente interesado se le asiste en forma personalizada satisfaciendo todas sus necesidades de cotización, tiempo, traslado, garantizando la calidad del empaque que en FONART constituye una auténtica especialización.

CONCLUSIÓN CAPÍTULO II

Después de hacer un análisis tanto económico como de oportunidades de mercado, podemos ver que existen dichas oportunidades y facilidades administrativas y legales para el desarrollo del proyecto.

Así mismo en este capítulo mostramos lo que es FONART que es el organismo que en México se encarga del fomento de las artesanías, sus ventajas y desventajas ya que como comercializadora de artesanías nos afecta directamente.

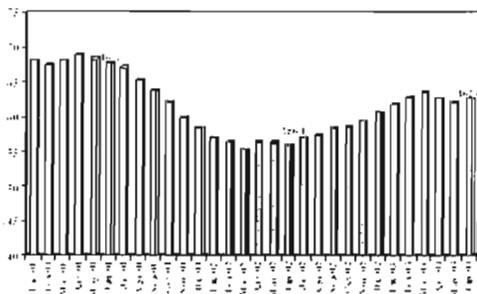
Tomando en cuenta que nuestro mercado meta se encuentra dentro del los 10 socios económicos más importantes de México.

También se consideran los Tratados comerciales con estos países ya que facilitan la realización de la comercialización con los mismos.

CAPÍTULO III

INFORMACIÓN ECONÓMICA

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES, 2001-2003
 (Acumuladas en 12 meses)
 Miles de millones de dólares



7

Los 5 principales mercados de destino de las exportaciones (EE.UU., Canadá, Alemania, España y Antillas Holandesas) concentraron el 93.1% (61,638 mdd) del total.

Destacan los incrementos con Alemania (por mayores ventas de automóviles), Antillas Holandesas (mayores exportaciones de petróleo crudo) y con Suiza (por más ventas de materias colorantes).

⁷*/Cifras revisadas. Fuente: Dirección de Análisis Económico de Bancomext, SNC con base en información del Grupo de Trabajo conformado por el Banco de México, el INEGI, el Servicio de Administración Tributaria y la Secretaría de Economía.

PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES					
MILLONES DE DOLARES					
	2002		2003		VAR % (C/A)
	MONTO	PART %	MONTO	PART %	
	(A)	(B)	(C)	(D)	
TOTAL	64863	100	66225	100	2.1
ESTADOS UNIDOS	57668	88.91	58673	88.60	1.70
CANADÁ	1124	1.73	1240	1.87	10.3
ALEMANIA	473	0.73	692	1.04	46.3
ESPAÑA	522	0.80	612	0.92	17.2
ANTILLAS HOLANDESAS	263	0.41	421	0.64	60.1
SUIZA	168	0.26	269	0.41	60.1
REINO UNIDO	297	0.46	240	0.36	-19.2
CHINA POP (PEKIN)	152	0.23	232	0.35	52.6
HOLANDA	204	0.31	231	0.35	13.2
COLOMBIA	239	0.37	230	0.35	-3.8
JAPON	188	0.29	216	0.33	14.9
OTROS	3565	5.50	3169	4.79	-11.1

Esta información nos sirve ya que debemos conocer cuales son los principales destinos a los que exporta México y su crecimiento comparativo con años anteriores.

BALANZA COMERCIAL DE MEXICO CON LA UE

AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	COMERCIO TOTAL	BALANZA COMERCIAL
2000	104	257,611	257,715	-257,507
2001	1,492	148,390	149,882	-146,898
2002	3,257	186,190	189,447	-182,993
2003	1,273	201,459	202,732	-200,186
2004/1	443	16,466	16,909	16023

Fuente: Secretaría de Economía con Datos de Banco de México.

Es importante observar a nivel internacional la balanza comercial que tenemos con la Unión Europea para medir con mayor precisión el área de oportunidad que se nos presenta en las exportaciones ya que como podemos observar en el cuadro anterior a pesar del tratado de libre comercio que se tiene aún tenemos una gran disparidad económica.

Esto representa una oportunidad de negocio para nuestra empresa.

Concepto	México	España	México	España	México	España
	2001		2002		2003	
PIB % real	-0.3	2.7	0.9	2.0	1.3	2.4
PIB a precios corrientes (MMD: EUROS)	626.8	543.75	632.6	554.86	623.4	563.30
PIB interna per-cápita	6.2	15.46	6.3	16.4	5.9	16.18
Inflación (%)	4.4	3.6	5.7	4.0	3.9	2.6
Exportaciones totales (MMD)	158.4	130.2	160.6	132.3	164.9	134.0
Exportaciones:PIB (%)*	25.3	48.22	25.4	66.16	26.5	55.83
Importaciones totales (MMD)*	168.3	172.5	168.6	173.6	170.5	177.6
Importaciones:PIB (%)*	26.9	63.95	26.7	66.8	27.4	74.
Saldo balanza comercial*	-9.9	-42.4	-8.0	-41.3	-5.6	-43.6
Población (mil. de habts)	101.1	39.490	101.1	41.1	104.8	42.6
Tipo de Cambio bancario (promedio): Euro/dólar	9.32	0.996	9.73	1.0487	10.84	1.2557
Reservas Internacionales Netas (MD)	40.88	36.965	47.98	N/D	57.40	21.229
Inversión Extranjera Directa Total (MD)	26.84	24.34	14.77	N/D	10.78	17.72

Las estadísticas españolas son dadas en millones de euros
 Fuente: World Trade Atlas
 Banco de España - Banco de México

Mencionamos la Ley de Comercio Exterior debido a que Xanati pretende ir más allá del territorio nacional y por tanto debemos tomar en cuenta los lineamientos no solo mexicanos sino también los aplicables al comercio internacional por tanto es

importante mencionar los siguientes artículos:

"Disposiciones Generales.

LEY DE COMERCIO EXTERIOR

CAPITULO UNICO

Artículo 1

La ley tiene por objeto regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país, integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.

Aranceles

Artículo 12

Para efectos de esta Ley, los aranceles son las cuotas de las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación, los cuales podrán ser:

I. Ad-valorem, cuando se expresen en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía.

II. Específicos, cuando se expresen en términos monetarios por unidad de medida,

y

III. Mixtos, cuando se trate de la combinación de los dos anteriores.

Artículo 13

Los aranceles a que se refiere el artículo anterior podrán adoptar las siguientes modalidades:

- I. Arancel-cupo, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías exportadas o importadas, y una tasa diferente a las exportaciones o importaciones de esas mercancías que excedan dicho monto;
- II. Arancel estacional, cuando se establezcan niveles arancelarios distintos para diferentes períodos del año, y
- III. Las demás que señale el Ejecutivo Federal.

Artículo 14

Podrán establecerse aranceles diferentes a los generales previstos en las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación cuando así lo establezcan tratados o convenios comerciales internacionales de los que México sea parte.

Permisos Previos, Cupos y Mercado de País de Origen

Artículo 21

Corresponde a la Secretaría sujetar la exportación e importación de mercancías a permisos previos y expedirlos conforme a lo siguiente:

- I. La sujeción a permisos previos deberá someterse a la opinión de la Comisión;
- II. El formato de las solicitudes, así como los requerimientos de información y los procedimientos de trámite se deberán publicar en el Diario Oficial de la Federación;
- III. La expedición se resolverá en un plazo máximo de 15 días;

IV. En los permisos se indicarán las modalidades, condiciones y vigencia a que se sujeten, así como el valor y la cantidad o volumen de la mercancía a exportar o importar y los demás datos o requisitos que sean necesarios, y

V. Los demás procedimientos establecidos en el Reglamento.

Artículo 22

No se utilizarán permisos previos para restringir:

I. La importación de mercancías en el caso previsto en la fracción V del artículo 16 de esta Ley, o

II. La exportación, importación, circulación o tránsito de mercancías con el fin de cumplir con las disposiciones en materia de normas oficiales mexicanas.

Artículo 23

Se entiende por cupo de exportación o importación el monto de una mercancía que podrá ser exportado o importado, ya sea máximo o dentro de un arancel-cupo. La administración de los cupos se podrá hacer por medio de permisos previos.

La Secretaría especificará y publicará en el Diario Oficial de la Federación la cantidad, volumen o valor total del cupo, los requisitos para la presentación de solicitudes, la vigencia del permiso correspondiente y el procedimiento para su asignación entre los exportadores o importadores interesados. La determinación, las modificaciones y los procedimientos de asignación de los cupos deberán someterse previamente a la opinión de la Comisión.

Para la determinación del volumen o valor de los cupos, la Secretaría tomará en cuenta las condiciones de abasto y la oferta nacional del producto sujeto a cupos, escuchando la opinión de los integrantes de la cadena productiva

Artículo 24

Los cupos se asignarán por medio de licitación pública, para lo cual se expedirá convocatoria con el fin de que cualquier persona física o moral presente proposiciones para adquirir parte o la totalidad del cupo asignado a determinada mercancía de exportación o importación.

Sin embargo, la Secretaría podrá optar, de manera fundada y razonada, por otros procedimientos de asignación que promuevan la competitividad de las cadenas productivas y garanticen un acceso adecuado a nuevos solicitantes.

Asimismo, los procedimientos de asignación de cupos se podrán determinar en tratados o convenios internacionales de los que México sea parte.

En todo caso, la asignación de los cupos entre importadores o exportadores se hará conforme a procedimientos administrativos que no constituyan, por sí mismos, un obstáculo al comercio.

Artículo 25

La Secretaría, previa consulta a la Comisión, podrá exigir que una mercancía importada al territorio nacional ostente un marcado de país de origen en donde se indique el nombre de dicho país.

Promoción de Exportaciones

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 90

La promoción de exportaciones tendrá como objetivo incrementar la participación de los productos y servicios mexicanos en los mercados internacionales

Las actividades de promoción de exportaciones buscarán:

- I. Aprovechar los logros alcanzados en negociaciones comerciales internacionales;
- II. Facilitar proyectos de exportación;
- III. Resolver a la brevedad los problemas a los que enfrentan las empresas para concurrir a los mercados internacionales; incluyendo aquellos derivados de los mecanismos de solución de controversias previstos en los tratados internacionales de los que México sea parte.
- IV. Proporcionar de manera expedita los servicios de apoyo del comercio exterior, y
- V. Las demás acciones que señalen expresamente otras Leyes o reglamentos.

La Secretaría podrá diseñar, mediante acuerdos publicados en el Diario Oficial de la Federación, mecanismos de coordinación de las actividades de promoción. La coordinación de la promoción tendrá por objeto establecer lineamientos generales para el eficaz desempeño, seguimiento y evaluación de las actividades de promoción de exportaciones.

TLCUE

También mencionamos los siguientes artículos del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea ya que nos rigen con carácter internacional y sobre todo por que nos muestra los lineamientos y ventajas que tenemos al ser partícipes de este tratado, como por ejemplo la eliminación de los aranceles.

Los estados unidos mexicanos
En lo sucesivo denominados "México"

Por una parte, y
El reino de Bélgica,
El reino de Dinamarca,
La república federal de Alemania,
La república helénica,
El reino de España,
La república francesa,
Irlanda,
La república italiana,
El gran ducado de Luxemburgo,
El reino de los países bajos,
La república de Austria,
La república portuguesa,
La república de Finlandia,
El reino de Suecia,
El reino unido de gran bretaña e Irlanda del norte,

Artículo 57

Duración

1. El presente acuerdo tendrá una duración indefinida.

Titulo I - Disposiciones generales

Artículo 1 - Objetivos

El consejo conjunto establece los acuerdos necesarios para alcanzar los objetivos siguientes del acuerdo interino:

(a) La liberalización progresiva y reciproca del comercio de Bienes, de conformidad con el artículo XXIV del GATT de 1994;

(b) La apertura de los mercados convenidos de contratación publica de las partes;

(c) El establecimiento de un mecanismo de cooperación en materia de competencia;

(d) El establecimiento de un mecanismo de consultas en materia de asuntos de propiedad intelectual; y

(e) El establecimiento de un mecanismo de solución de controversias.

Titulo II - Libre circulación de bienes

Artículo 2 - Objetivo

México y la comunidad establecerán una zona de libre comercio al termino de un periodo de transición con una duración máxima de diez años a partir de la entrada en vigor de esta decisión, de acuerdo con las disposiciones de esta decisión y conforme al artículo XXIV del GATT de 1994.

Capitulo I - Eliminación de aranceles aduaneros

Sección 1 - Disposiciones generales

Artículo 3

1. Las disposiciones de este capítulo relativas a la eliminación de aranceles aduaneros sobre la importación, se aplicaran a los productos originarios del territorio de las partes. Para los propósitos de este capítulo, "originario" significa que cumple con las reglas de origen establecidas en el Anexo III.

2. Las disposiciones de este capítulo relativas a la eliminación de aranceles aduaneros sobre la exportación, se aplicaran a todos los bienes exportados desde el territorio de una parte al territorio de la otra parte.

3. Los aranceles aduaneros sobre la importación entre México y la comunidad se eliminarán de conformidad con las disposiciones de los artículos 4 al 10. Los aranceles aduaneros sobre la exportación entre México y la comunidad se eliminarán a partir de la entrada en vigor de esta decisión.

4. A partir de la fecha de entrada en vigor de esta decisión, No se introducirán nuevos aranceles aduaneros sobre la importación o exportación, ni se aumentaran aquellos actualmente aplicados en el comercio entre México y la comunidad.

5. Cada parte declara estar dispuesta a reducir sus aranceles aduaneros más rápido que lo previsto en los artículos 4 al 10, o a mejorar de otra forma las condiciones de acceso previstas en dichos artículos, si su situación económica general y la situación económica del sector en cuestión lo permiten. Una decisión del consejo conjunto de acelerar la eliminación de un arancel aduanero o de mejorar las condiciones de acceso, prevalecerá sobre los términos establecidos en los artículos 4 al 10 para el producto de que se trate.

6. La clasificación de los bienes que se comercien entre México y la comunidad será aquella establecida en los regímenes arancelarios respectivos de cada parte, conforme al sistema armonizado de designación y codificación de mercancías.

7. Para cada producto, el arancel aduanero base al que se aplicarán las reducciones sucesivas de conformidad con los artículos 4 al 10, será aquel especificado en el calendario de desgravaron arancelaria de cada parte (anexos I y II).

8. Un arancel aduanero incluye cualquier impuesto o carga de cualquier tipo aplicado en relación con la importación o la exportación de un bien, incluyendo cualquier forma de sobretasa o cargo adicional en relación con tal importación o exportación, pero no incluye cualquier:

(a) Carga equivalente a un impuesto interno aplicado de

Conformidad con el artículo 13;

(b) Derecho antidumping o compensatorio;

(c) Derecho u otro cargo, siempre que la cantidad se limite al costo aproximado de los servicios prestados y que no represente una protección indirecta para productos domésticos, o un impuesto a las importaciones o a las exportaciones para fines fiscales.

9. A la entrada en vigor de esta decisión, las partes eliminarán cualquier derecho u otra carga a los que se refiere el párrafo 8 (c), que sea aplicado a los bienes originarios sobre una base ad valorem.

Artículo 5 - Aranceles aduaneros sobre las importaciones Originarias de México.

1. En la fecha de entrada en vigor de esta decisión, la comunidad eliminara todos los aranceles aduaneros sobre las importaciones de productos originarios

de México, listados en la categoría "a" del anexo I (calendario de desgravaron de la comunidad).

2. Los aranceles aduaneros sobre las importaciones a la comunidad de productos originarios de México, listados en la categoría "b" del anexo I (calendario de desgravaron de la comunidad) se eliminaran en cuatro etapas iguales: la primera tendrá lugar en la fecha de entrada en vigor de esta decisión, y las otras tres, el 1 de enero de cada año sucesivo, de manera que estos aranceles aduaneros queden eliminados por completo el 1 de enero de 2003.

Artículo 6 - aranceles aduaneros sobre las importaciones Originarias de la comunidad.

1. En la fecha de entrada en vigor de esta decisión, México eliminará todos los aranceles aduaneros sobre las importaciones de productos originarios de la comunidad, listados en la categoría "a" del anexo II (calendario de desgravaron de México).

2. Los aranceles aduaneros sobre las importaciones en México de productos originarios de la comunidad, listados en la categoría "b" del anexo II (calendario de desgravaron de México) se eliminaran en cuatro etapas iguales: la primera tendrá lugar en la fecha de entrada en vigor de esta decisión, y las otras tres, el 1 de enero de cada año sucesivo, de manera que estos aranceles aduaneros queden eliminados por completo el 1 de enero de 2003.

3. Los aranceles aduaneros sobre las importaciones a México de productos originarios de la comunidad, listados en la categoría "b+" del anexo II (calendario de desgravaron de México) se eliminaran de conformidad con el siguiente

calendario, de manera que estos aranceles aduaneros queden eliminados por completo el 1 de enero de 2005:

Tasa base mexicana	2000	2001	2002	2003	2004
20	18	12	8	5	2.5
15	13	10	7	5	2.5
10	8	6	4	4	2
7	5	4	3	2	1
5	4	3	2	2	1

4. Los aranceles aduaneros sobre las importaciones a México de productos originarios de la comunidad, listados en la categoría "c" del anexo II (calendario de desgravación de México) se eliminarán de conformidad con el siguiente calendario, de manera que estos aranceles aduaneros queden eliminados por completo el 1 de enero de 2007:

Tasa base mexicana	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
20	18	12	8	5	5	4	3	0
15	13	10	7	5	5	4	3	0
10	8	6	5	4	4	3	1	0
7	5	4	3	3	2	2	1	0
5	4	3	2	2	2	1	1	0

Titulo III.

Comercio

Artículo 4

Objetivos

El objetivo del presente título es establecer un marco para fomentar el desarrollo de los intercambios de bienes y servicios, incluyendo una liberalización bilateral y preferencial, progresiva y recíproca del comercio de bienes y servicios que tenga en cuenta la sensibilidad de determinados productos y sectores de servicios, y de conformidad con las normas pertinentes de la OMC.

Artículo 19

Cooperación aduanera

1. La cooperación aduanera tiene por objeto garantizar el comercio justo. Las partes se comprometen a fomentar la Cooperación aduanera para mejorar y consolidar el marco jurídico de sus relaciones comerciales.”

CONCLUSIÓN CAPÍTULO III

Después de realizar el análisis del sector se pudo observar que hay una falta de difusión en cuanto a la comercialización de productos en el mundo globalizado de hoy.

Y que este puede ser un nicho de oportunidad que podemos aprovechar con este proyecto.

Con el TLCUEM que tenemos con estos países tenemos ventajas arancelarias que si sabemos sacarles provecho pueden representar en utilidad no solo para este proyecto si no para cualquier empresa que pretenda exportar a esos países.

CAPÍTULO IV

SOLUCIÓN DEL CASO

1. ANÁLISIS Y PROBLEMÁTICA DE LA EMPRESA

Hemos creado Xanat para resolver el problema que tiene algunas empresas como por ejemplo “La Paloma S.A” de no tener los conocimientos, confianza, ni experiencia para iniciarse en el terreno de las exportaciones de sus artesanías.

Nombre de empresa: XANAT significa “Flor Hermosa” en maya.

Nombre y Tipo de Sociedad	Comercializadora Xanat SA. de CV
Giro	Comercializadora Compra-venta de artesanías
Duración	99 años
Administración	PRESIDENTE.- CITLALI GPE MEDINA LUNA SECRETARIO.- ROMAN RUBIO ESTRADA TESORERO.-TONATIUH VELASCO CALDERON. VOCAL.- MARITZA R. RICARDI MARTINEZ COMISARIO.- ALEJANDRO OLIVARES

	ADMINISTRADOR UNICO.- MARITZA R. RICARDI MTZ	
Capital	\$50,000.00 MN	
Socios	Eugenia Citali Luna Rubio	45.62%
	José Román Rubio Estrada	27.19%
	Citali Gpe. Medina Luna	27.19%
Representante Legal	José Román Rubio Estrada.	
Ubicación	Avenida Toluca 273 Col Olivar de los Padres c.p. 01780 México D.F.	

1.1 MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVO DEL PROYECTO

MISIÓN

Dar a conocer el talento de los artesanos mexicanos en el ramo de la cerámica y madera, entre otros, produciendo y comercializando productos al mercado internacional europeo en la región de Francia y España satisfaciendo las necesidades de decoración de la población internacional.

VISIÓN

Lograr un posicionamiento de nuestras artesanías mexicanas en el mercado internacional, fomentando así su consumo, conservando la originalidad, creatividad y sentimientos que los artesanos mexicanos ponen en cada una de ellas, estimulando la productividad en las cadenas productivas del sector.

OBJETIVOS

Que el trabajo artístico de los artesanos mexicanos proveedores de "Xanat" sea consumido por clientes en el extranjero; a través de la comercialización de artesanías en cerámica y madera (vasijas, baúles, candelabros, portarretratos, pantallas, entre otros.

Crear nuevas fuentes de empleo.

Ayudar a mejorar el nivel de vida de los artesanos mexicanos y de los trabajadores de Xanat

1.2 ANTECEDENTES DEL PROYECTO.

Xanat surge de la idea de apoyar al artesano mexicano que por su falta de conocimiento en la comercialización de sus artesanías las venden a un precio muy bajo, y estas a su vez son revendidas a precios altos; desgraciadamente este dinero no llega a manos del artesano sino de los intermediarios.

1.3 CONSTITUCIÓN LEGAL

La empresa se constituirá como una sociedad anónima de capital variable y los costos aproximados para su constitución son los siguientes:

Institución o persona ante la que se realiza el trámite	Costo aproximado
Honorarios a Notaria del Distrito Federal ⁸	\$ 18,000.00

⁸ Costo aproximado en la notaria número 195

Permiso para la constitución de sociedades, SER	\$ 775.00
Registro de la Acta constitutiva ante RPPC	\$ 945.25
Registro en el SIEM	\$ 280.00
TOTAL	\$ 20,000.00

1.4 PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN.

Nuestros valores van enfocados sobre todo a la calidad y al compromiso con el cliente, así entonces podemos decir que Xanat cuenta con:

- Compromiso. Buscamos el compromiso y atención permanente con nuestros clientes para mantener su preferencia.
- Eficiencia y Eficacia. Dado que no queremos solo cumplir sino dar ese "plus" que se requiere para que Xanat y todos sus colaboradores tengan un altísimo nivel.
- Conocimiento tecnológico. Actualizándonos constantemente ya que el mundo tecnológico avanza a pasos agigantados y estando a la vanguardia podemos utilizar dichos conocimientos como una ventaja competitiva.

1.5 Instalaciones. DOMICILIO: AVENIDA TOLUCA 273, COLONIA OLIVAR DE LOS PADRES CP. 01780; MEXICO DF

1.6 FORTALEZAS Y DEBILIDADES.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La fabricación predominante en este sector es la artesanal, con un alto contenido de creatividad e ingenio y generalmente, los productores o artesanos realizan su actividad por tradición familiar. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de infraestructura propia. ➤ La mayoría de los artesanos están integrados en talleres familiares y, en el caso de productos tradicionales, las técnicas son rudimentarias. <p>La actividad artesanal se encuentra dispersa y aislada de los mercados, lo que dificulta que se agrupen y consoliden una oferta para su comercialización.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La comercialización del producto típico se lleva a cabo en entidades turísticas, como lo son en este caso Francia y España aunque su producción en esa región sea escasa o nula. ➤ La artesanía mexicana es muy apreciada por su originalidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existe competencia de artesanías de procedencia asiática y centroamericana, que se vende en los mercados nacionales a precios muy bajos.

2. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

EL VIDRIADO EN MÉXICO⁹

El historiador Salvador Toscano considera a la cerámica encontrada en Teotihuacan como una de las manifestaciones artísticas más espléndidas de la alfarería precolombina, ya que desde entonces se realizaban trabajos de vidriado sobre cerámica, sin ninguna técnica especial, pues el artista se dejaba guiar sólo por su gran intuición. Los teotihuacanos elaboraron una producción utilitaria y ceremonial cuya evolución estilística ha permitido a los arqueólogos seguir el desenvolvimiento artístico e histórico a través de ocho siglos de vida. En las fases más brillantes de esta civilización se creó una amplia gama de formas cerámicas de gran belleza, desde sobrias vasijas de fondo plano hasta tripodes de pies almenados; desde piezas con figuras y colores hasta vasos con el rostro de Tláloc; incluso elaboraron elegantes recipientes con un esbelto cuello que remataba arriba en una boca extendida, a los que se les da el nombre de floreros. Alrededor del siglo VIII comenzaron a usarse los moldes para hacer las figuras, para entonces ya ricamente vidriadas.

La cerámica producida en el periodo colonial refleja el diverso legado cultural de esa época a través de los motivos heredados de oriente, del renacimiento italiano, los moros, España y el Nuevo Mundo. En algunos casos la influencia es directa, con obvios préstamos de modelos importados; en otros es indirecta, filtrada a través de la

cerámica española. La imitación, sin embargo, nunca es servil y siempre rebasa una vigorosa complejidad, particularmente durante los siglos XVII y XVIII, cuando surge el desinhibido exceso del estilo barroco mexicano. Elementos tomados de varias fuentes se combinan a voluntad en la cerámica mexicana, y muchas veces las composiciones destilan un sentido de libertad y extravagancia.

El término mayólico se aplica generalmente a todo tipo de vidriado estanífero, loza de baja temperatura de origen mediterráneo, español o mexicano. La adición de óxido de estaño al esmalte con plomo, que produce la superficie opaca de la mayólica, tiene su origen en tiempos remotos en la región oriental del Mediterráneo, y se utilizó en España a principios del siglo XIII. Una cerámica similar se conoce como alfarería de Faenza, en Francia, o cerámica de Delft, en el norte de Europa. En España y en México es frecuente que a la mayólica se le llame cerámica de Talavera, por el centro alfarero español de la ciudad de Talavera de la Reina.

La mayólica, con audaces diseños geométricos o patrones de espirales, ejecutados con simple pintura o como sobrevidriados de brillo metálico, se desarrolló al este y al sur de España durante los siglos de la dominación árabe. Después de la conquista de España en 1492, la producción de la cerámica hispanomorisca comenzó a decaer. Al mismo tiempo, la influencia de la cerámica renacentista llegó a España y prosperó en la mayólica de Talavera de la Reina.

⁹ <http://www.ceramica.info/publicaciones.htm>

Cuando los españoles conquistaron México a principios del siglo XVI, encontraron una floreciente industria alfarera. Sin embargo, para los indígenas mexicanos eran desconocidos el tomo de alfarero y el vidriado. Los inicios de la industria mayólica en México siguen siendo dudosos, pero la mayoría de los eruditos está de acuerdo en que a finales del siglo XVI este oficio estaba bien establecido en Puebla y, probablemente, en la ciudad de México. Para 1653 existía en Puebla un gremio de alfareros. Las excavaciones arqueológicas indican que la cerámica italiana y la española de estilo hispanomorisco se exportaron a México durante el siglo XVI e inspiraron a los artesanos mexicanos ceramistas.

Los ímpetus artísticos de Italia y España cedieron el paso a fines del siglo XVI a la influencia de la porcelana china azul y blanco. Desde 1565 hasta 1815 los galeones del rey de España, cargados con mercancías de Oriente arribaban año con año al puerto de Acapulco, la carga se desembarcaba y se transportaba en una recua de mulas a la ciudad de México, o por Puebla hasta Veracruz y ahí se embarcaba en las naves con rumbo a España. La cerámica de estilo oriental importada de España fortaleció probablemente el desarrollo de la cerámica mexicana, la cerámica hecha en México fue apreciada localmente en aquel entonces como puede constatarse en citas del periodo colonial. Al referirse a la de Puebla a finales del siglo XVII fray Agustín de Vetancourt declaró, en tono chovinista, que la alfarería vidriada era más hermosa que la de Talavera (España) y que podía competir con la de China en su finura.

Las locerías de Puebla de los Ángeles, donde se fabricaba la loza de cerámica conocida como talavera de Puebla, se deben haber visto muy afectadas por la competencia tapatía, aunque ambos productos eran parecidos, técnicamente existen marcadas diferencias, los alfareros de Guadalajara emplean un barro rojizo cubierto con un engobe rojo y horneado por medio de un quemado simple y los de Puebla trabajan con un barro muy refinado y aplican entre la primera y la segunda quema un vidriado que contiene estaño, plomo, arena, sal y agua; como resultado, las piezas de Guadalajara presentan una superficie porosa que permite respirar al barro, en tanto que la loza de Puebla tiene una superficie vidriada, blanca, brillante e impermeable. Además los ceramistas de Guadalajara empleaban un barro aromático pues, según ciertos informes de la época, los jarrones se usaban para perfumar y humedecer el aire, estos jarrones conservan algunos aspectos técnicos y formales de las culturas prehispánicas, como el engobe y la forma de calabaza, mientras que la loza de Puebla agregó a su riqueza de formas el azulejo vidriado que se emplea en la arquitectura civil y religiosa para decorar interiores y como revestimiento de cúpulas y fachadas.

Sólo han sobrevivido unos cuantos ejemplos de mayólica mexicana decorada exclusivamente con diseños en negro y sobre un fondo blanquecino, todos datan del siglo XVII. En la cerámica mexicana el barro varía en color del blanco al ladrillo y al quemarse la pintura pasa del color negro del manganeso al café oscuro en algunas partes, y como no se adhiere bien a la superficie, deja pequeñas burbujas en el diseño, mientras que en España la ornamentación se aplicaba sobre un vidriado previamente quemado y después se volvía a hornear la pieza; en México los diseños

se pintaban sobre una superficie vidriada sin sancochar y la cochura se hacía después.

A finales del siglo XVI se desarrolló en España un estilo que adaptó modelos de encajes de moda de las prendas de vestir en los diseños de alfarería, la delicadeza del encaje era imitada por los ceramistas trazando líneas muy delgadas con pequeños puntos colocados en las intersecciones que figuraban los nudos del tejido verdadero. En el siglo XVII los artesanos mexicanos fusionaron los dibujos de encajes de la alfarería renacentista española con diseños abstractos de espirales, propios de la cerámica hispanomorisca, y crearon un estilo conocido como policromo de Puebla. Los patrones de encaje de bolillo fueron separados en secciones y enmarcados con anchas líneas divisorias de color azul, la tendencia a utilizar trazos fuertes para definir formas fue característica también de la pintura prehispánica de México.

El color azul empleado en la locería es un tipo de óxido de cobalto, que se empleó como pigmento en el Medio Oriente desde el Neolítico, en la cerámica mexicana el óxido de cobalto se concentra hasta formar un pigmento espeso y oscuro que se aplica con pinceladas gruesas, lo que produce un dibujo realzado en azul sobre un fondo blanco; cuando el pigmento se funde durante la cochura única practicada en México, aparecen en la decoración áreas huecas o hundidas y el efecto de superficie ondulada que resulta es una característica distintiva de la mayólica mexicana.

Los ramilletes florales de enorme tamaño son comunes en la loza de Talavera española, pero el uso aleatorio de los mismos para llenar cualquier espacio vacío en la composición es una exageración característica de la cerámica mexicana.

La cerámica de Talavera se hacía muchas veces por encargo para uso doméstico o ceremonial, se producían formas clásicas de alfarería con cartelas en blanco que posteriormente se cubrían con emblemas de órdenes religiosas o escudos de armas de determinada familia, muchas vasijas fueron marcadas con inscripciones que definían la función particular de la pieza o los datos del propietario.

Los jarrones con tapa, con una luminosidad y variedad de azules claros y oscuros, que elaboraron los artistas chinos, frecuentemente fueron ignorados por los artesanos mexicanos, que preferían un color más saturado ya que el grueso trazo de pintura azul se hunde a veces en el vidriado y crea un efecto ondulante, debido a los reflejos de la luz sobre la superficie.

El neoclasicismo fue introducido en México a finales del siglo XVIII y enseguida fue notoria su influencia en la producción cerámica. A medida que la cerámica policroma comenzó a eclipsar la alfarería basada en el azul y blanco, los motivos y las combinaciones neoclásicas de color aparecieron en la loza mayólica.

El vidriado en cerámica fue la primera técnica con que se comenzó a elaborar piezas artísticas de este material, y también representa una moderna expresión del arte

contemporáneo y ha estado presente desde el principio en la historia del vidrio en el arte, forma parte esencial de las artesanías mexicanas.

México ha sido y es una frontera entre pueblos y civilizaciones, antes de la Colonia se encontraba entre la civilización mesoamericana y las tribus nómadas; en la época moderna, entre las dos civilizaciones europeas que se han establecido y desarrollado en el continente: la angloamericana y la latinoamericana; pero las fronteras también son puentes, y una de las funciones históricas de nuestro país ha sido la de ser un puente entre el mundo de habla inglesa y el mundo de habla española y portuguesa. Esto se ve reflejado en todo el quehacer de México.

ANTECEDENTES DE LA ALFARERÍA EN MÉXICO

Con el nombre de cerámica se entiende el arte de trabajar las arcillas, fabricando con ellas toda suerte de objetos.

En castellano suele darse el nombre de alfarería a la elaboración de objetos de barro cocido y se reserva, a veces, el de cerámica, para expresar solamente la fabricación de loza y porcelana.

Se dice que la industria de mayor antigüedad es la alfarería, ya que, cuando el hombre sintió la necesidad de proveerse de utensilios no sólo para la guerra y la cacería, sino para su comodidad personal, lo primero que utilizó fue la arcilla.

Las culturas prehispánicas practicaron la alfarería utilitaria, ceremonial y suntuaria, desde las primeras expresiones se advierte la aptitud en la creación de piezas de belleza plástica y con el tiempo la alfarería se convirtió en una ocupación completa, entonces, las formas y sus decoraciones se fueron perfeccionando hasta alcanzar un alto grado estético.

En el Valle de Toluca sobresalió la alfarería de los matlatzincas, que recibió la influencia náhuatl y se manifestó en urnas cinerarias, ollas policromadas, incensarios, copas y platos, es verdad que la cerámica de esta zona no ostentó la finura y el brillante policromado de Cholula o México, pero, como dice García Payón, con la influencia azteca "el perfecto acabado policromado y satinado coloca este tipo de cerámica al lado de las más bellas piezas del arte azteca y cholulteca".

En el periodo colonial, la alfarería no desapareció como otras expresiones indígenas, sino que se transformó al fundirse, primero, con las tradiciones alfareras del viejo continente y, después, al recibir la influencia de elementos plásticos venidos de Oriente, su combinación desembocó en la alfarería de nuestros días.

Actualmente la producción alfarera de México es enorme, ello se debe a las costumbres de nuestro pueblo relacionadas con su alimentación y al precio económico de los objetos fabricados, factores que han impedido al maquinismo moderno sustituir por completo los objetos de barro cocido por otros de materiales industrializados.

Por sus técnicas, formas y acabados de distintas tradiciones, se distinguen las zonas alfareras, en algunas de ellas se nota más la persistencia de rasgos indígenas; son, por tanto, más conservadoras y tradicionalistas; entre estas destacan Acatlán, en Puebla; Ameyaltepec y Tolimán, en Guerrero; Amatenango, en Chiapas; Ocotlán y Coyotepec, en Oaxaca y Huánzito, en Michoacán.

Otros centros alfareros producen obras con formas y acabados de origen europeo, en esta tendencia destacan principalmente los centros que elaboran piezas de mayólica o talavera, como la ciudad de Puebla, fundada por españoles, casi sin antecedentes ni participación indígena importante, y Dolores Hidalgo, en Guanajuato, donde los criollos fueron el grupo determinante en la época colonial.

La mayoría de los centros alfareros del país trabajan con elementos tradicionales fundidos de ambas tendencias debido al proceso cultural que produjo una nueva tradición llamada mestiza, entre estos centros se encuentran: Puebla, en especial el barrio de La Luz; Atzompa, en Oaxaca; Metepec, Tecomatepec, Valle de Bravo, Texcoco, Cuautitlán y Almoloya de Juárez, en el Estado de México; Capula, Tzintzuntzan, Santa Fe de la Laguna, San José de Gracia y Patamban, en Michoacán; Tonalá, en Jalisco, y Acámbaro y San Miguel de Allende, en Guanajuato.

De manera específica, la alfarería de Metepec ha sido el producto del genio creador y de la habilidad artística de sus hombres, ha nacido y se ha desarrollado sin cambios bruscos: la conservación y estabilidad de ciertos diseños decorativos

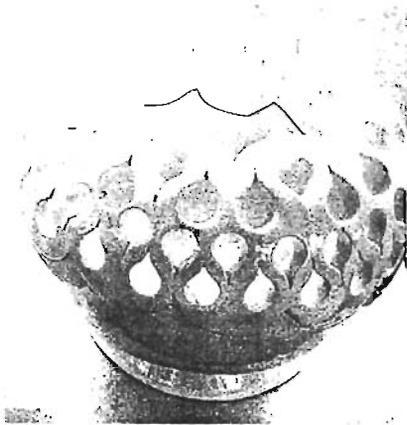
indígenas y criollos se han perpetuado de generación en generación. Esto explica por qué la loza que ahí se produce es diferente a la de Tonalá y Puebla, aunque puede ser superior en fantasía y aptitud creadora.

La tradición principalmente, pero también el contexto sociocultural de los alfareros, proporcionan a éstos la conciencia artística y los supuestos básicos que informan y alimentan sus necesidades de crear obras con el barro, por lo que la alfarería contemporánea, igual que la prehispánica y la colonial, es una actividad creadora de valores plásticos que se materializan en las piezas cerámicas, de las que muchas son excepcionales por sus formas, sus acabados, sus decoraciones y sus temas; otras, vistas en conjunto, también son de especial significado como arte social o colectivo, que cumple funciones domésticas, ornamentales o ceremoniales.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Cerámica de alta temperatura o stonware elaborada manualmente es decir son cien por ciento artesanal. Tanto en el pintado como en el calado que se le da. Con diferentes modelos y usos. Que puede ser vendida por catalogo o en pedido especial.





EL VIDRIADO EN CERÁMICA

El vidriado está hecho de auténtico vidrio, y puede utilizarse como pintura o como barniz en la cerámica, para lo cual tiene que formar sobre ésta una película adherente fina. Hablar de él sin saber química parece sencillo, pero para realizar un buen trabajo es necesario el conocimiento básico de la materia, al tratar de describir lo que realmente sucede en la formación de vidriados tenemos que hablar de átomos, moléculas, reacciones químicas, y de otras cosas que no son visibles en el objeto cerámico terminado y que quedan para el ceramista como algo mágico e inexplicable. El vidriado en la cerámica es una artesanía más que una ciencia, y el valor del objeto reside más en la calidad del trabajo que en los procedimientos empleados, el grado de profundidad que el artesano alcanza en los misterios de la realización depende de su interés por saber, mientras que la calidad de sus productos está en función de su habilidad.

La diferencia fundamental entre un vidrio y un vidriado es que el vidrio, que ha de convertirse en botellas y ventanas, debe tener una viscosidad pequeña, y por lo tanto correr fácilmente cuando está fundido, en cambio, en los vidriados para cerámica el vidrio debe ser muy viscoso para que pueda adherirse a la superficie de la cerámica y no se escurra durante la cocción; esta viscosidad se logra añadiendo alúmina a la mezcla, aunque es posible hacer vidriados de cerámica a partir de vidrio bajo en alúmina, y de hecho algunos colores especiales sólo se logran en su ausencia, lo más común es que sí la tengan dentro de su composición.

Los vidriados, como los vidrios, son predominantemente de sílice., los otros materiales se añaden para hacerlo fundir a la temperatura deseada y darle la textura y los colores esperados, el arte y la ciencia del vidriado, que puede definirse como una capa vítrea fundida sobre una pasta de cerámica, que le da tersura, impermeabilidad, color y cierta urdimbre, implican la selección y aplicación adecuada de los materiales.

B) FORMACIÓN DEL VIDRIADO

Hacer un vidriado sobre cerámica es relativamente sencillo, las materias primas que se utilizan son polvos muy finos mezclados con agua para formar una pasta, que al aplicarla sobre la superficie de la cerámica forma una capa delgada y uniforme. Cuando la cerámica se cuece al rojo vivo o más comienzan a producirse cambios y se forma el vidriado, cualquier material volátil se desorbe y sólo quedan los óxidos, que comenzarán a reaccionar químicamente conforme se eleve la temperatura; la fusión se produce gradualmente con el tratamiento térmico.

Al principio será una reacción entre dos reactivos, a la que después se van incorporando los demás óxidos hasta que todos se funden y pierden su identidad para dar un producto final, que cuando se enfría es una masa sólida de vidrio que recubre la cerámica. El vidriado es una mezcla compleja de los distintos óxidos, más que un compuesto químico de composición definida, cuando los vidriados se funden sobre pastas de arcilla hay siempre una reacción entre los dos, especialmente en la cerámica, donde se forma cierta cantidad de vidrio cuando se acerca al punto de vitrificación en el horno, el vidriado fluido que se le aplica encima puede reaccionar con el que se forma en la arcilla, entre ambos se produce una zona intermedia llamada *interfaz*; la reacción que se lleva a cabo en esta zona sirve para que el vidriado se adhiera firmemente a la pasta de la arcilla.

En la porcelana es difícil establecer el límite en que termina la arcilla y comienza el vidriado, porque en este caso son muy parecidos, la cerámica de bajo fuego no alcanza temperaturas muy altas y no se produce la formación del vidrio en la arcilla, por lo que hay poca reacción con el vidriado, lo que se traduce en la dificultad de acoplarse.

El primer cambio efectivo durante la cocción es la volatilización del carbono y el azufre, a la temperatura del rojo vivo, el carbonato cálcico (CaCO_3) se convierte en óxido de calcio (CaO); después de que se ha alcanzado esta temperatura los vidriados comienzan a sinterizarse, esto es, se aglomeran sobre la cerámica para formar un recubrimiento tenaz. La sinterización es provocada por el comienzo de la fusión de algunos de los ingredientes del vidrio, en las primeras etapas de la fusión el vidriado

se hace muy rugoso y puede agrietarse, como el barro al secarse pero a medida que avanza la fusión y el vidriado se hace más líquido, se posará en una capa lisa sobre la cerámica, durante la fusión la mayoría de los vidriados pasan a través de una etapa de ebullición, borboteando como lo haría el agua y formando grandes ampollas que se levantan y rompen como burbujas de chicle bomba, normalmente estas ampollas aparecen cuando la fusión es completa. El desarrollo de pequeñas burbujas en el vidriado fundido ayuda a mezclarlo pero si el burbujeo sigue cuando empieza el enfriamiento se pueden generar defectos.

Cuando el vidriado está fundido y próximo a su temperatura de maduración es un líquido viscoso extendido lisamente sobre la superficie de la cerámica, es espeso y pegajoso, muy parecido a la miel o melaza, cuando la temperatura comienza a bajar, los vidriados se enfrían y se solidifican gradualmente.

C) LA COMPOSICIÓN DEL VIDRIADO

La mayoría de los materiales para el vidriado se derivan de rocas y minerales comunes que se obtienen fácilmente de la naturaleza, dentro de los materiales, sólo los compuestos de plomo y bario son tóxicos, algunos son cáusticos por lo que se debe evitar el contacto prolongado con la piel. También es importante no respirar el polvo de sílice, porque puede causar silicosis, una enfermedad de los pulmones.

Los materiales para el vidriado no se deterioran ni en estado bruto ni cuando se mezclan y pueden guardarse indefinidamente, gran parte de los materiales terrestres, incluidos aquellos que utilizamos para los vidriados, se encuentran en forma de óxidos

que pueden, definirse como la combinación química de cualquier elemento con oxígeno, el cual es muy abundante en nuestro planeta.

En el curso del tiempo geológico la mayoría de los elementos de la corteza terrestre han entrado en combinación con él a través de reacciones de oxidación, fenómeno bastante conocido en metales como el hierro, todos sabemos que una pieza de hierro se oxidará si la dejamos a la intemperie, y posiblemente todos seamos capaces de reconocer la herrumbre; como ocurre con muchas otras reacciones químicas, la oxidación se facilita con el calor, cuando la corteza de la Tierra estaba aún caliente, la oxidación de los elementos que la componían fue más rápida y completa, por lo cual casi todos los materiales que nos encontramos en forma natural son óxidos.

El estudio y control del vidriado es mucho más sencillo y comprensible si se le considera en su estado final, después de calentarse y fundirse el vidriado queda formado por elementos en forma de óxidos más no olvidemos que los óxidos en un vidriado cocido son diferentes de las materias primas que combinamos, porque por acción del calor ocurren reacciones y durante la cocción algunos constituyentes se volatilizan con mayor facilidad que otros, cambiando con esto la composición final.

Los óxidos que intervienen en el vidriado son de sodio, bario, litio, estroncio, antimonio, boro, cinc y plomo, además de alúmina, titanía y sílice. Cada uno tiene su contribución particular. El calcio y el estroncio, así como el sodio y el potasio, bajan la temperatura de fusión de la mezcla, la sílice es, con mucho, la más importante de la lista si pensamos que alrededor de 60% de la corteza terrestre es de sílice, nos

podremos dar una idea de la durabilidad y resistencia al cambio químico de este óxido, propiedades muy deseables para los vidriados; además, la sílice tiene un bajo coeficiente de dilatación, lo cual ayuda a evitar defectos en el vidriado; por todo esto es el material principal del vidriado.

Los otros reactivos son modificadores, que cumplen la función de ayudar a la sílice a fundirse a una temperatura inferior a la que requeriría si estuviera sola, la alúmina le da viscosidad, evitando que el vidriado fundido corra hacia abajo de las paredes de los cacharros, se utiliza en cantidades pequeñas, y principalmente contribuye a mejorar las propiedades para trabajarlo, es refractaria, provee viscosidad adicional, evita la cristalización y ayuda a tener más dureza, durabilidad y resistencia.

Algunas de las materias primas más importantes empleadas en el vidriado son: *Pedernal*, compuesto de sílice, clasificado como una variedad de cuarzo, se muele hasta obtener un polvo fino, insoluble y químicamente inerte.

Arcilla, es la fuente de sílice y alúmina, actúa como suspensivo en el baño del vidriado.

Feldespatos, que proporciona el material fundente y está formado por una parte alcalina de sodio, potasio o calcio, y por alúmina más sílice.

Dolomita, mineral natural que contiene carbonatos de calcio y magnesio en proporciones equivalentes.

Colemanita, mineral natural que contiene calcio y boro insolubles, es el unificante de óxido bórico en forma insoluble. Cuando se utiliza como principal fundente le da al vidriado una textura rota, moteada, brillante y con mucho colorido.

Ceniza de huesos, compuesta principalmente por fosfato y carbonato de calcio, es un opacificante y una fuente de calcio. Los vidriados de la cerámica china Chun de la dinastía Sung contienen además fósforo y su opalescencia se debe precisamente a la presencia de ceniza de huesos durante la fusión.

Criolita, formada por fluoruro de aluminio y sodio. Proporciona sodio de manera natural, pero puede causar dificultades si se emplea en exceso porque provoca una porosidad capilar que pica al vidriado.

Bórax, material soluble que facilita la fusión porque baja el punto de fusión y hace más fluida la mezcla.

La gran variedad de vidriados y la diversidad de las temperaturas a las cuales se funden se logra mezclando estos materiales en diferentes proporciones, cada uno tiene su función particular. El óxido de sodio es muy activo químicamente y actúa como fundente en los vidriados, es muy útil a partir de la zona más baja de temperaturas, y le da más fuerza y brillantez a los colores que producen los óxidos metálicos colorantes; la desventaja es su alto coeficiente de dilatación, que hace que los vidriados altos en óxido de sodio se agrieten sobre la mayoría de las pastas cerámicas; además, son blandos y desgastables. Lo mismo ocurre con el óxido de potasio.

El calcio, el litio, el estroncio, el antimonio, el cinc y el bario actúan como fundentes de manera muy similar; el óxido de boro forma boratos que producen la dilatación del vidriado, ayudando a la corrección de agrietamientos. El óxido de plomo es el fundente más importante de todos.

D) EL ÓXIDO DE PLOMO

La mayoría de los vidriados de todo el mundo contienen plomo como principal reactivo fundente, ya que es el más útil y confiable en las zonas de temperaturas altas y medianas, tiene un coeficiente de dilatación bastante bajo que hace que los vidriados de plomo se acoplen fácilmente a la mayoría de las pastas cerámicas sin presentar agrietamientos. Es valioso por su fiabilidad, porque funde gradual y suavemente, produciendo artículos libres de imperfecciones y con colores vivos, brillantes y profundos. Por encima de 1 200°C se volatiliza.

Como nada es perfecto en esta vida, el óxido de plomo tiene la enorme desventaja de ser venenoso, el envenenamiento por plomo se debe a que se introducen y acumulan en el cuerpo compuestos que lo contienen, si se ingieren pequeñas cantidades por tiempo prolongado pueden alcanzarse niveles críticos, y una vez que se mete al cuerpo humano es muy difícil sacarlo.

En Inglaterra, durante el siglo pasado, se presentaron tantos casos de trabajadores de la cerámica propensos al envenenamiento por trabajar con vidriados de plomo, que se establecieron normas prohibiendo el uso de estos compuestos. La intoxicación por plomo es una cuestión seria y debe tenerse mucho cuidado cuando se trabaja con

vidriados y tomar las precauciones esenciales para evitar el problema; otro aspecto de este problema es que algunos vidriados de plomo, después de cocidos sobre la cerámica, son solubles en ácidos débiles y en consecuencia pueden disolverse cantidades apreciables de plomo en alimentos como jugos de frutas o vinagre, pero esto no ocurre en todos los vidriados, de hecho sólo sucede con los que se han trabajado inadecuadamente, los únicos vidriados de plomo que son peligrosos para la salud son aquellos que contienen un exceso de plomo en relación con la sílice y los otros óxidos, y que además han sido cocidos a temperaturas bajas; todos los demás son insolubles en ácidos débiles.

De esta forma tenemos dos problemas distintos: uno es la contaminación de las personas que trabajan con el material y el otro es con las personas que lo consumen. El alfarero puede controlar los niveles de contaminación tomando las precauciones necesarias, desgraciadamente, el consumidor no puede apreciar a simple vista si una vasija es potencialmente peligrosa, lo que ha causado un recelo comprensible en los compradores de cerámica, esto es lamentable porque la inmensa mayoría de los vidriados de cerámica, incluyendo los de plomo, son perfectamente seguros.

El gobierno mexicano ha decidido que el plomo no puede utilizarse más en objetos artesanales destinados al consumo de alimentos, lo cual representa un problema porque los alfareros mexicanos han utilizado el plomo desde hace muchas generaciones, y no parece sencillo encontrar un fundente alternativo con estas características.

E) EL PUNTO DE FUSIÓN DEL VIDRIADO

Un mismo vidriado no puede servir para todas las cerámicas, es indispensable tener una gran variedad de composiciones, porque la cerámica se cuece en una amplia gama de temperaturas. Un mismo vidriado no es satisfactorio para todas las temperaturas, ya que uno que funde a bajas temperaturas se volatiliza o fluye y se separa de las vasijas a altas temperaturas, otra razón para las numerosas composiciones es la demanda de diferentes cualidades en la superficie.

Los vidriados pueden ser vivos o apagados, opacos o transparentes, brillantes, mates, gruesos o delgados, dependiendo de la fórmula.

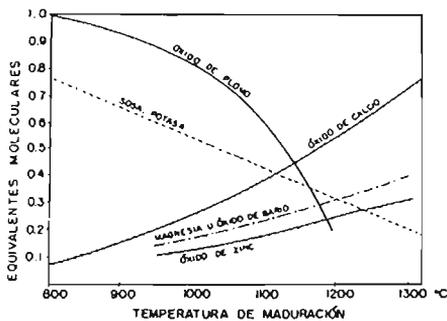
En la formación de los vidriados se mezclan dos o más óxidos; su punto de fusión es importante en el momento de trabajarlos, cuando dos óxidos se mezclan, su punto de fusión es considerablemente menor que el de los óxidos individuales, la proporción de los óxidos a la que el punto de fusión es mínimo se le denomina punto eutéctico. Como ejemplo podemos citar una mezcla de bisilicato sódico y sílice, cuyos puntos de fusión son 874 y 1 700°C, respectivamente. El punto eutéctico está en 789°C. La composición de los óxidos debe controlarse de manera que el vidriado funda y forme una capa vítrea lisa sobre la cerámica.

Conocer y manejar el punto de fusión es importante, y es necesario tomar en cuenta que el aumento del contenido de fundentes activos ayuda a tener un punto de fusión adecuado. La disminución del contenido de sílice y alúmina ayuda a obtener un mejor vidriado.

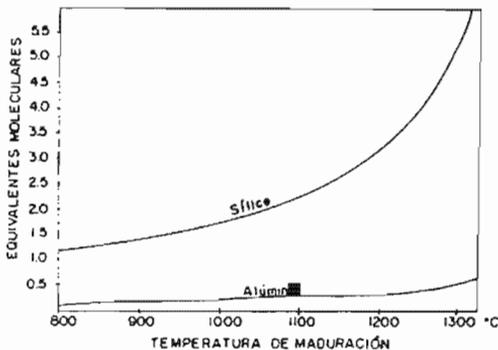
Si los materiales se muelen lo más finamente posible, la vitrificación se facilita, y si se añade óxido de cinc en pequeñas cantidades puede funcionar como promotor de la fusión de otros óxidos.

A medida que aumenta la temperatura, los fundentes más activos como los óxidos de plomo, sosa y potasa, deben estar presentes en cantidad decreciente, mientras que los menos activos, como los óxidos de calcio y magnesio, pueden aumentarse. En los vidriados el contenido de sílice y alúmina es siempre crítico, ya que la cantidad de sílice en relación con los montos de fundentes combinados es el factor que controla principalmente el punto de fusión.

La cantidad de alúmina tiene, siempre, una influencia significativa sobre la textura de la superficie del vidriado. Poca sílice hará blando el vidriado; demasiada alúmina provocará asperezas, rayones y vidriados mates y opacos.



Cantidad de fundente necesaria en un vidriado.



Cantidad de sílice y alúmina empleada en los vidriados.

F) LA TEXTURA

No todos los vidriados son transparentes e incoloros. Hay una gran variedad de texturas y colores que depende de los materiales y los tratamientos de cocción. Cuando son transparentes podemos mirar a través de ellos y ver la pasta de la arcilla, pero en ocasiones son opacos y tienen el efecto de un vidrio oscuro y deslustrado, ocultando lo que hay bajo él, la opacidad del vidriado se debe o bien a la naturaleza del mismo, o a la presencia de agentes opacificantes.

La transparencia puede considerarse el estado normal, por que si un vidriado es cocido hasta su maduración y todos sus óxidos alcanzan el estado de fusión completa, será normalmente claro y transparente. Los vidriados infracocidos o cocidos de menos son opacos porque no están completamente fundidos, y algún material sin fundir

puede estar flotando en el vidriado, estos se aclararán y se harán transparentes si la cocción continúa hasta el punto de su completa fusión; otra causa de opacidad son las burbujas atrapadas. El efecto es análogo a la espuma en el agua, que puede producir opacidad sin añadir ninguna partícula sólida real.

Las burbujas en los vidriados son comúnmente causadas por el desprendimiento de gases de los materiales volátiles; al elevar la temperatura se completa esta reacción y se aclara el vidriado, el desarrollo de cristales al pasar del estado líquido al sólido es otro motivo de opacidad; la presencia de alúmina los evita. Los vidriados que son opacos como resultado de la infracocción, opalescencia, refracción, desvitrificación o desequilibrio de los óxidos, se pueden aclarar si la cocción se lleva a un grado suficiente de calentamiento.

Controlar la temperatura en los hornos es muy complicado, por lo que si se desea la opalescencia, lo mejor es añadir agentes opacificantes y los más comunes son el óxido de estaño y el de circonio ya que tienen baja solubilidad en el vidrio y permanecen en el vidriado enfriado como diminutas partículas suspendidas, el óxido de estaño es el material preferido como opacificante y hace posibles los vidriados de color blanco; da una textura suave y agradable, realzando los colores derivados de la mayoría de los óxidos colorantes; el óxido de circonio también opaca, pero provoca una textura más rugosa y no favorece ciertos colores, como sucede con el óxido de estaño.

Los vidriados semiopacos son aquellos que revelan parcialmente lo que hay bajo ellos, son los más atractivos porque muestran y a la vez ocultan. Es difícil controlarlos. El espesor de la capa y la temperatura de cocción se convierten en factores críticos. Los que se obtienen con más éxito son los que se hacen añadiendo pequeñas cantidades de óxido de estaño o de circonio, a un vidriado base esencialmente claro y transparente.

Las superficies de los vidriados pueden ser más o menos brillantes, reflectantes o relucientes, se dice que una superficie es mate cuando está apagada y carece de brillo o reflejos. Un vidrio o vidriado completamente fundido es propenso a tener una superficie brillante reluciente, esto se debe a que el vidriado se nivela y allana cuando se funde, formando una superficie extraordinariamente lisa, esta homogeneidad es una de sus características prácticas, ya que una superficie uniforme es higiénica pues es fácilmente limpiable.

Cuando un vidriado no se funde completamente en la cocción, o si su viscosidad es todavía alta, la superficie tiende a ser ligeramente rugosa y más o menos mate que es a la vez opaco porque la aspereza de su superficie no permite la transparencia; el enfriado lento favorece naturalmente el vidriado mate, en especial si es el resultado de la formación de cristales. Los vidriados mates son muy atractivos pero tienen desventajas prácticas porque son difíciles de limpiar; aun así, sirven para elaborar piezas muy hermosas que realzan la forma de la cerámica.

G) EL COLOR

Los vidriados sobre cerámica, además de darle una superficie tenaz, impermeable, higiénica y fácilmente limpiable, tienen la virtud de poseer una serie excepcionalmente amplia de colores, esto se debe al color de la arcilla, al color bajo vidriado y que puede verse, a través de la capa transparente, a los óxidos metálicos disueltos en el vidrio, o a las capas vítreas que se encuentran sobre su superficie; la causa más común y sencilla es la presencia de óxidos disueltos.

Algunos óxidos de hierro, cobre, manganeso y cobalto son solubles en el vidrio cuando se disuelven en él le comunican un color característico, la disolución puede ser casi completa y el efecto en el vidriado acabado puede compararse con el efecto de añadir un colorante en el agua. El color de cualquier cuerpo transparente es el resultado de la absorción selectiva de ciertas longitudes de onda o bandas de color de la luz blanca, algunas bandas se absorben más que otras; el color que vemos es el de la banda de color o la combinación de bandas de color menos absorbido.

El color que los óxidos dan a los vidriados no está determinado por su propio color; pocos óxidos pueden utilizarse como colorantes del vidriado, para obtener un número casi ilimitado de colores es necesario tomar en cuenta la cantidad de variables en su composición, como la cantidad de óxido colorante, la aplicación y las condiciones de cocción, etcétera.

H) LOS COLORES BAJO VIDRIADO

Uno de los aspectos fascinantes del vidriado de la cerámica es que los colores y cambios de color y textura pueden aparecer a diferentes niveles de la capa de vidriado, lo cual le da una profundidad, una variedad de color y una luminosidad muy particulares.

Los colores bajo vidriado se ven detrás del recubrimiento de vidrio, mostrándolos con claridad o velándolos parcialmente con algún otro color. se aplican con pincel o pulverizándolos sobre la pasta de la cerámica, después se recubren con un vidriado transparente. Los pigmentos utilizados deben resistir el emborronamiento, la fusión o el corrimiento, que puede presentarse cuando se funda el vidriado y fluya sobre ellos.

Con el fin de obtener toda la serie de posibles colores en los pigmentos bajo vidriado, se utilizan combinaciones de óxidos de cromo, estaño, cinc, cobre, cobalto, antimonio y plomo.

Para hacer colores bajo vidriado los óxidos metálicos se combinan con suficiente fundente y suficiente material refractario, como el pedernal, lo cual evita que se corran o emborronen; los materiales combinados se calcinan hasta que sinterizan en una masa dura, pero sin fundir y se aplica directamente en

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

la cerámica, el color se mezcla con agua o a veces con glicerina y otros medios para aumentar la consistencia de la pincelada y producir una película de pigmentos secos más tenaz.

Los colores se aplican como si fueran una acuarela, con cuidado de no sobreponerlos en la pieza de cerámica, porque el color restante en el producto cocido quizá no sea el esperado de la mezcla de los pigmentos corrientes. Deben aplicarse en capas delgadas, porque de lo contrario el vidriado puede arrastrar el color.

La clase de vidriado que se utiliza sobre estos pigmentos tiene una influencia importante en su color, la temperatura de cocción también influye, pues cuando es muy alta puede apagar algunos de los colores o hacerlos desaparecer completamente.

1) LOS COLORES SOBRE VIDRIADO.

El proceso de decoración sobre vidriado puede dividirse en dos tipos: Uno es la decoración llevada a cabo en vidriados coloreados sobre una superficie vidriada no cocida; el otro es la decoración aplicada sobre una superficie vidriada ya cocida, fundiéndola a baja temperatura.

La decoración sobre una superficie vidriada no cocida es conocida como mayólica, y es un tipo de pintura de vidriado sobre vidriado.

El nombre de mayólica viene de Mallorca, porque tal parece que de esta isla salió la idea, la cerámica se cubre primero con un vidriado de fondo, blanco o de color claro y opaco, para formar la base de la decoración, sobre este recubrimiento se aplica la decoración con vidriados coloreados; cuando se cuece la pieza, la ornamentación se funde y se fusiona con el vidriado del fondo. Las decoraciones de mayólica tienen una apariencia multicolor y sus bordes son suaves y borrosos, como resultado de la tendencia de los dos vidriados a correr juntos ligeramente.

Un vidriado de fondo adecuado para la mayólica es aquel que es opaco y que no corre o fluye mucho durante la cocción.

La dificultad en la decoración de mayólica es que el fondo de vidriado es extremadamente seco y absorbente, para corregir esto al vidriado del fondo se le agrega azúcar o melaza, sustancias que durante el secado forman una ligera costra en la superficie que facilita la aplicación; los vidriados pueden aplicarse libremente unos sobre otros o superponerse; existen infinidad de técnicas de aplicación. Una variante interesante es rayar a través del vidriado con un alfiler; cuando se cuecen estas rayas se transforman en líneas delgadas del color de la pasta en el vidriado.

La cerámica de mayólica debe ser cocida cuidadosamente para evitar que los vidriados corran demasiado y emborronen la decoración. La retracción, el corrimiento y la separación de los colores son las dificultades más comunes, pero se superan seleccionando adecuadamente los vidriados y controlando su aplicación y cocción.

En el otro tipo de decoración sobre vidriado los esmaltes se aplican a una superficie vidriada cocida y terminada, y se funden haciéndolos que se adhieran en una cocción separada; son vidriados coloreados que al fundirse se pegan a la superficie del vidriado sobre la cerámica, se aplican normalmente sobre la cerámica blanca, fondo que sirve para dar brillantez al color.

Los sobrevidriados se cuecen a una temperatura muy baja para asegurar que la cerámica, que ya está cocida a una temperatura más alta, no resulte afectada cuando la decoración se cueza sobre ella.

Una de las facetas más fascinantes del vidriado de la cerámica es que los colores pueden aparecer en diferentes niveles y esto le confiere un aspecto muy particular, distinto a lo que hace la pintura, generando una magia de sensaciones visuales difícil de imitar.

J) LOS DEFECTOS EN EL VIDRIADO

Las razones por las que se producen los defectos son conocidas y es posible controlarlas.

a) El agrietamiento capilar, defecto común, es el desarrollo de una fina red de grietas en el vidriado acabado pueden aparecer cuando se saca la cerámica del horno o tiempo después, pero siempre debido a tensiones que se provocan porque el vidriado

es pequeño para la zona sobre la que está extendido. Durante la cocción el vidriado fundido y la cerámica se acoplan perfectamente, pero cuando se enfrían, la pasta de arcilla se contrae menos que la capa de vidriado, y éste "le queda chico" a la arcilla y se tensa, el agrietamiento es inducido por el choque térmico que se presenta cuando una pieza se saca del horno cuando aún está demasiado caliente.

El estallido es el inverso del agrietamiento; se produce cuando la arcilla se contrae más que el vidriado, lo cual hace que se separen, porque ahora el vidriado "le queda grande" a la arcilla. Ambos defectos se corrigen aumentando o disminuyendo los óxidos que más se dilatan.

b) Si se aplica el vidriado sobre cerámica sucia no se logra que se adhiera correctamente, y se separa durante la fusión, dejando a la vista puntos de arcilla desnudos. Este desperfecto se conoce como refracción y es fácilmente corregible.

El picado es, sin duda alguna, el defecto más molesto y difícil de remediar. Al salir del horno las piezas que presentan este defecto están cubiertas de diminutos hoyos o picaduras, parecidos a cráteres volcánicos en miniatura, estos se producen por la presencia de bolsas de aire o pequeñas burbujas en la superficie de la cerámica, que pueden flotar a través del vidriado fundido durante la cocción, dejando una pequeña rotura en la superficie. También puede ampollarse cuando se aplica un vidriado demasiado grueso.

Una pieza infracocida (cocida de menos), causa una superficie rugosa, rayable y, a veces, desagradablemente áspera. Por lo contrario, una cerámica sobrecocida (cocida de más) es brillante, pero el vidriado puede correrse, adelgazándose demasiado. En ambos casos los colores cambian de manera notable.

Los accidentes en el horno pueden generar piezas pegadas unas con otras o mezclas de colores, por mencionar sólo algunos ejemplos.

El ceramista generalmente mantiene abierta la creatividad y la imaginación y utiliza los defectos de una cerámica y las virtudes de otra para dar carácter y belleza a las piezas.

2.2 DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO

La composición de los materiales y el alto grado de temperatura a los que son quemados la convierten en una cerámica resistente, refractaria y térmica.

Además del colorido que produce los materiales utilizados y el calado que se les da en forma artesanal y los modelos que son cambiados y renovados en forma continua.

2.3 USOS

Adorno.

Floreros.

Macetas.

Vasijas.

Pantallas de luz.

Portarretratos

Lámparas

Ceniceros

Alajeros.

Porta velas

Etc.

2.4 BIENES SUSTITUTOS O COMPLEMENTARIOS

Artesanías de madera, barro, pewter, aluminio, bisutería, artículos de plástico, etc.

2.5 PROVEEDORES

Nuestro principal proveedor de artesanías es "La Paloma S.A."

Y para nuestros envases y embalaje, nuestro proveedor es "Todo de Cartón S.A."

Los envíos se relazaran por DHL.

2.7 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.

En cuanto el cliente selecciona la artesanía deseada via página electrónica y realiza el pago, nosotros solicitamos la o las piezas a nuestro proveedor, realizamos el proceso de envase y embalaje, solicitamos los permisos respectivos, y enviamos la mercancía.

2.9 NORMAS

Norma-P-72 "Industria del vidrio - Artículos de vidrio y cerámica para servicio de mesa - Límites de plomo y cadmio".

Norma-Q-46 "Artículos de cerámica vidriados - Límites de plomo y cadmio solubles".

2.10 CONTROL DE CALIDAD.

A pesar de que todas las piezas están hechas bajo el mismo tratamiento hay unas que resultan defectuosas ya sea por que se fracture o cuarteé la cerámica, por que no agarre el color o este quede difuminado, todas estas piezas son desechadas para la venta y se usan solo como muestras.

3. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DEL MERCADO META.

Muestra una noción general de las condiciones económicas, políticas, geográficas, sociales, culturales, etc. del mercado al que se desea incursionar, de aquí podemos obtener información sobre el tamaño de mercado, etc.

3.2 SELECCIÓN DEL MERCADO META

Hemos seleccionado Francia y España para exportar los artículos artesanales de Xanat SA de CV.

Primero que nada a la Unión Europea debido a la UE es el mercado más grande del mundo, Los 25 países de la UE cuentan con mas de 455 millones de habitantes, con un ingreso per cápita de 10,450 – 45,440 usd.

El PIB comunitario de 8.9 billones de dólares es similar al de EE.UU.

La UE concentra el 20% del comercio mundial.¹⁰

La UE es el segundo socio inversionista de México después de los EU.

Embajador de México en Francia	Claude Heller
Representante de Bancomext en Francia	José Manuel Rodríguez Chauviere

Población	61.4 millones
Superficie	550000 km ²
Capital	Paris
Principales ciudades	Paris, Lyon, Marseille, Lille, Toulouse
Lengua Oficial	Francés
Moneda	Euro
Tipo de cambio	1.30 USD

b) ESPAÑA:

Nombre Oficial	Reino de España
Forma de Gobierno	Monarquía Parlamentaria
Partido en el Poder	PSOE- Partido Socialista Obrero <i>Español</i>
Jefe de Estado	Rey D. Juan Carlos I
Presidente de Gobierno	José Luis Rodríguez Zapatero

Vicepresidenta primera del Gobierno y Ministro de la Presidencia y Portavoz	María Teresa Fernández de la Vega
Vicepresidente segundo del Gobierno y Ministro de Economía y Hacienda	Pedro Solbes
Ministro de asuntos Exteriores	Miguel Angel Moratinos
Organismo Encargado del Comercio Exterior	Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)
Embajador de España en México	Cristina Barrio
Encargado de comercio exterior de España en México	Mariano Muela Pareja
Embajador de México en España	Gabriel Jiménez Remus
INDICADORES ECONOMICOS	
Ingreso per Cápita:	16.4 Euros anual
Importaciones 2003:	\$ 208.212 MMD
Saldo Balanza: -	52.208 MMD
Tasa crecimiento	PIB: 2.4% (2003)
Exportaciones 2003:	\$156.003 MMD
Moneda:	Euro
Idioma	Español

POSIBLES CLIENTES BANCOMEXT

BC120P052938 MUEBLE RUSTICO, ARTESANIAS, Y CERAMICA . ESPAÑA

BC120P052997 JOYERIA DE PLATA, ARTESANIAS, MUEBLES, CERAMICA ESPANA

BC120P052999 ARTESANIAS (CONCHAS Y CARACOLAS) ESPAÑA

BC120P053061 ARTESANIAS, REGALOS. ESPAÑA

BC122P054344 ARTESANIAS DE CERAMICA FRANCIA

BC122P054432 ARTESANIAS DIVERSAS FRANCIA

Adición al TLC se tienen los siguientes acuerdos

- Acuerdos entre México y España
- Acuerdo para la Promoción y Protección recíproca de Inversiones / (06/10/95 – indefinido)
- Convenio para evitar la doble imposición en materia de impuestos / (06/10/94 – indefinido)
- Acuerdo de cooperación económica y financiera / (03/13/98 – 03/12/03)

Oportunidades para México en España según Bancomext

Sector Regalos

- ❖ Joyería plata
- ❖ Pewter
- ❖ Regalos originales, novedades
- ❖ Nichos específicos

Podemos ubicarnos en el sector de los regalos ya que las artesanías de cerámica vidriada son originales, de bajos costo, novedosas, de un diseño único.

3.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Tendremos una página web en donde mostraremos un catálogo de artículos los cuales serán solicitados vía Internet, hecho el depósito en nuestra cuenta será enviado por DHL y entregado en el domicilio especificado por el cliente dentro de los siguientes 5 días hábiles.

3.3.1 DISTRIBUCION.

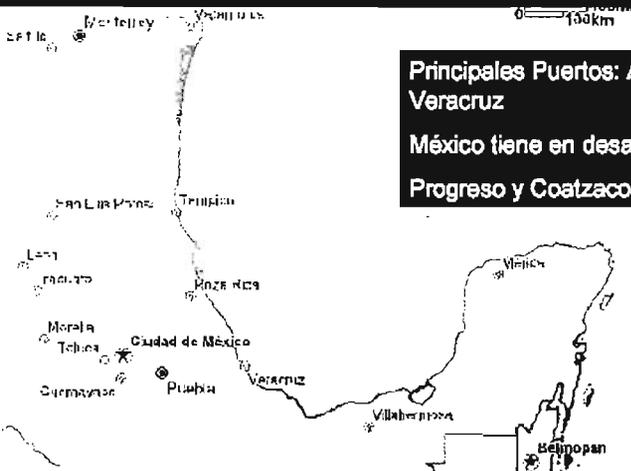
Como Xanat es una comercializadora que trabajará bajo pedido se enviarán los pedidos por DHL al destinatario.

Mostramos a continuación algunos datos importantes de DHL.

TRÁFICO AÉREO México – Unión Europea



TRÁFICO MARÍTIMO México – Unión Europea



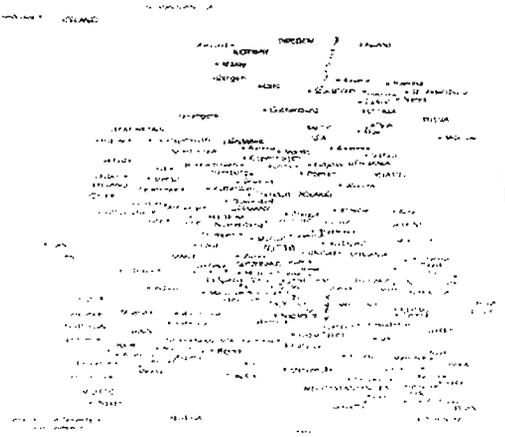
PRINCIPALES PUERTOS Y AEROPUERTOS Unión Europea

Principales Puertos:
 Lisboa, Barcelona, La Havre, Hamburgo, Bremenham

Aeropuertos:
 Madrid, París, Londres, Frankfurt, Milán

DHL cuenta con:

- 831 oficinas
- 28 mil empleados
- 94 aviones
- Servicio a 70 países
- Centros de operación en Bruselas, Copenhague, Londres, Victoria, Colonia y Bérghamo.



3.4 BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

¿Qué son las barreras arancelarias?

Las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar en un país los importadores y exportadores en las aduanas por la entrada o salida de las mercancías.

Conocer este tipo de regulaciones que inciden en el producto que se desea comercializar en algún mercado resulta relativamente fácil, toda vez que generalmente se encuentran en una Tarifa duanera.

En este sentido, la tarifa aduanera es considerada como un instrumento que proporciona transparencia y certidumbre al exportador y al importador.

En México, la Tarifa que regula los aranceles a la exportación se encuentra en la Ley del Impuesto General de Exportación.

El arancel es la expresión práctica de una nomenclatura. La nomenclatura es el sistema ordinario que rige para elaborar la tarifa, la cual sirve para describir y diferenciar productos con el fin de aplicarles el impuesto de importación, o en su caso de exportación (cuotas arancelarias).

Criterios para establecer las fracciones arancelarias

El establecimiento de las cuotas arancelarias contenidas en la Tarifa se fijan en base a los siguientes criterios:

- a. De acuerdo con la naturaleza y origen de las mercancías.
- b. De acuerdo al grado de elaboración.
- c. De acuerdo al uso que se destine.
- d. Si es artículo terminado pagará mayor impuesto.

La fracción arancelaria es un código de 6 a 10 dígitos dependiendo del país de origen de las exportaciones, la cual va a identificar a la mercancía y determinará el pago del impuesto correspondiente, que se fija en base a la tarifa arancelaria del Sistema Armonizado para la Codificación y Designación de Mercancías conocido simplemente como Sistema Armonizado.

Esta tarifa contiene la clasificación de cada mercancía dependiendo de sus características físicas. La Tarifa esta clasificada en orden progresivo, lo que determina la forma de ordenar las mercancías, de lo más simple a lo más complejo

de lo menos elaborado a lo más elaborado y de lo más específico a lo más genérico.

LAS BARRERAS NO ARANCELARIAS

INTRODUCCIÓN A LAS NORMAS

Las barreras no arancelarias son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales, o sea para preservar los bienes de cada país en lo que respecta a medio ambiente, sanidad animal y vegetal, o para asegurar a los consumidores la buena calidad de las mercancías que están adquiriendo o darles a conocer las características de las mismas. Estas resultan, por su naturaleza, más difíciles de conocer, interpretar y cumplir, lo que ocasiona que en muchos casos no sean tan transparentes, ya que se originan en varias fuentes y no siempre resulta fácil su interpretación y, al igual que los aranceles, pueden ser modificadas en tiempos relativamente cortos.

No obstante que el número de regulaciones no arancelarias existentes en los diferentes mercados es muy amplio, algunas son más conocidas y se emplean con mayor frecuencia en el comercio internacional de mercancías.

Es importante tener en consideración que en muchos casos, aunque el exportador pueda obtener una preferencia arancelaria parcial o total para su producto, al llegar a la aduana del país importador, la mercancía puede ser detenida por no cumplir con alguna regulación no arancelaria, incluso en los casos de naciones incluidas en los diversos Tratados de Libre Comercio que México ha firmado con otros países.

De ahí la importancia de conocer estas disposiciones antes de exportar, para saber si pueden ser cumplidas.

Según el TLCUEM

"Capítulo II - Medidas no arancelarias

Artículo 11 - Cobertura

Las disposiciones de este capítulo se aplicaran a los productos del territorio de una parte.

Artículo 12 - Prohibición de restricciones cuantitativas

1. Todas las prohibiciones y restricciones al comercio entre México y la comunidad, distintos de los aranceles aduaneros y los impuestos, ya sean aplicadas mediante cupos, licencias de importación o exportación, u otras medidas, deberán ser eliminadas a la entrada en vigor de esta decisión. Ninguna medida nueva de este tipo podrá ser introducida.

2. El párrafo 1 no aplica a las medidas establecidas en el Anexo IV.

Artículo 13 - trato nacional en materia de tributación y de Reglamentación interiores

1. Los productos del territorio de una parte importados en el territorio de otra parte no estarán sujetos, directa ni indirectamente, a impuestos interiores u

otras cargas interiores, de cualquier clase que sean, superiores a los aplicados, directa o indirectamente, a los productos nacionales similares. Además, ninguna de las partes aplicara, de cualquier otro modo, impuestos u otras cargas interiores de manera que se proteja la producción nacional(2).

(2) Un impuesto que se ajuste a las prescripciones de la primera frase no deberá ser considerado como incompatible con las disposiciones de la segunda frase sino en caso de que haya Competencia entre, por una parte, el producto sujeto al impuesto, y, por la otra parte, un producto directamente Competidor o que puede substituirlo directamente y que no este sujeto a un impuesto similar.

2. Los productos del territorio de una parte importados en el territorio de otra parte no deberán recibir un trato menos favorable que el concedido a los productos similares de origen nacional, en lo concerniente a cualquier ley, reglamento o prescripción que afecte la venta, la oferta para la venta, la compra, el transporte, la distribución y el uso de estos productos en el mercado interior.

3. Las disposiciones de este artículo no impedirán el pago de Subvenciones exclusivamente a los productores nacionales, incluidos los pagos a los productores nacionales con cargo a fondos procedentes de impuestos o cargas interiores aplicados de conformidad con las disposiciones de este artículo y las subvenciones en forma de compra de productos nacionales por los poderes públicos o por su cuenta.

4. Las disposiciones de este artículo no se aplicarán a leyes, Reglamentos, procedimientos o prácticas que rijan las compras gubernamentales, las cuales estarán sujetas exclusivamente a las disposiciones del título III.

5. Los párrafos 1 y 2 no se aplicarán a las medidas establecidas en el anexo V hasta la fecha indicada en ese anexo.

Artículo 14 - Medidas antidumping y compensatorias

México y la comunidad confirman sus derechos y obligaciones derivados del acuerdo relativo a la aplicación del artículo vi del acuerdo general sobre aranceles aduaneros y comercio de 1994, y del acuerdo sobre subvenciones y medidas compensatorias de la OMC.

Artículo 15 - Cláusula de salvaguardia

1. Cuando algún producto de una parte sea importado en el territorio de la otra parte en cantidades tan elevadas y bajo condiciones tales que causen o amenacen causar:

(a) Perjuicio grave a la industria nacional que produce Productos similares o directamente competidores en el territorio de la otra parte; o

(b) Perturbaciones graves en cualquier sector de la economía o dificultades que pudieran traer un deterioro grave en la situación económica de una región de la parte importadora, la parte importadora podrá adoptar medidas apropiadas bajo las condiciones y de conformidad con los procedimientos establecidos en este artículo.

2. Las medidas de salvaguardia no excederán lo necesario para remediar las dificultades que hayan surgido, y consistirán, normalmente, en la suspensión de las reducciones adicionales de la tasa arancelaria aplicable prevista en esta decisión para el producto que corresponda, o en el incremento de la tasa arancelaria para ese producto.

3. Tales medidas contendrán elementos claros que lleven Progresivamente a su eliminación al final del periodo Establecido. Las medidas no deberán ser aplicadas por un periodo que exceda de un año. En circunstancias muy excepcionales, las medidas de salvaguardia podrán ser aplicadas por un periodo máximo de hasta tres años. Ninguna nueva medida de salvaguardia podrá ser aplicada a la importación de un producto que haya estado sujeto a otra medida de esa índole, hasta que transcurran, por lo menos, tres años desde la expiración de esa otra medida.

4. La parte que pretenda aplicar medidas de salvaguardia de Conformidad con este artículo, ofrecerá a la otra parte compensación en la forma de

liberalización comercial Sustancialmente equivalente en relación con las importaciones de esta ultima. La oferta de liberalización consistirá normalmente en concesiones que tengan efectos comerciales sustancialmente equivalentes, o en concesiones sustancialmente equivalentes al valor de los aranceles adicionales que se esperen resulten de la medida de salvaguardia.

5. La oferta se hará antes de la adopción de la medida de Salvaguardia y simultáneamente con la entrega de información y la remisión al comité conjunto, según lo previsto en este articulo.

En caso de que la oferta no resulte satisfactoria para la parte contra cuyo producto se pretenda aplicar la medida de salvaguardia, ambas partes podrán acordar, en las consultas referidas en este articulo, otros medios de compensación comercial.

6. Si las partes no logran llegar a un acuerdo sobre la compensación, la parte contra cuyo producto se aplique la medida de salvaguardia podrá tomar acciones arancelarias compensatorias que tengan un efecto comercial sustancialmente equivalente a la medida de salvaguardia aplicada de conformidad con este articulo.

La parte que tome la acción arancelaria compensatoria la aplicará, como máximo, por el periodo necesario para alcanzar efectos comerciales equivalentes.

7. En los casos referidos en este artículo, antes de aplicar las medidas previstas en el mismo, o tan pronto como sea posible, en los casos en que el párrafo 8 (b) resulta aplicable, México o la comunidad, según sea el caso, suministrara al comité conjunto toda la información pertinente, con miras a encontrar una solución aceptable para ambas partes.

8. Las siguientes disposiciones aplican a la ejecución de los párrafos anteriores:

(a) las dificultades que surjan de las situaciones referidas en este artículo serán remitidas al comité conjunto para su análisis, y este podrá tomar cualquier decisión necesaria para resolver tales dificultades.

Si el comité conjunto o la parte de exportación no ha tomado una decisión para resolver las dificultades, o no se ha llegado a otra solución satisfactoria dentro de los 30 días siguientes a que el asunto hubiere sido referido al comité conjunto, la parte de importación podrá adoptar las medidas apropiadas para remediar el problema, y, en la ausencia de una compensación mutuamente acordada, la parte contra cuyo producto la medida ha sido aplicada podrá adoptar acciones arancelarias compensatorias de conformidad con este artículo. Esa acción arancelaria compensatoria se notificara de inmediato al comité conjunto. En la selección de las medidas de salvaguardia y de la acción arancelaria

compensatoria, se dará prioridad a aquellas que menos perturben el funcionamiento de los acuerdos establecidos en esta decisión.

(b) Cuando circunstancias excepcionales y críticas que exijan una acción inmediata que haga imposible el suministro previo de la información o el análisis, según sea el caso, la parte afectada podrá, en las situaciones definidas en este artículo, aplicar sin dilación medidas precautorias necesarias para enfrentar la situación, e informara inmediatamente de ello a la otra parte.

(c) Se notificara de inmediato al comité conjunto las medidas de salvaguardia y estas serán objeto de consultas periódicas en ese órgano, particularmente con el fin de establecer un calendario para su eliminación, tan pronto como las circunstancias lo permitan.

9. México o la comunidad, respectivamente, informará a la otra parte de los casos en que cualquiera de ellas sujete las importaciones de productos susceptibles de originar las dificultades referidas en este artículo, a un procedimiento administrativo que tenga como propósito la rápida entrega de información sobre la tendencia de los flujos comerciales.

3.5 MODALIDADES DE PAGO

FORMA	ENTREGA DE MERCANCIA	COBRO	RIESGO EXP
PAGO POR ADELANTADO	POSTERIOR AL PAGO	ANTES DEL EMBARQUE	BAJO
CARTA DE CREDITO	PREVIO AL PAGO	A LA VISTA O A PLAZO CONTRA DOCUMENTOS	BAJO
ABONO EN CUENTA	PREVIO O POSTERIOR AL PAGO	ANTES O DESPUES DEL EMBARQUE	MEDIO
BANCA ELECTRONICA	PREVIO O POSTERIOR AL PAGO	ANTES O DESPUES DEL EMBARQUE	MEDIO

4. RIESGOS CRÍTICOS

4.1 RIESGOS INTERNOS

- Falta de capacidad de producción por parte de los productores.
- Aumento en el costo de los artículos.
- Que no cumpla con especificaciones, legales o de exportación, en internas.
- Falta de liquidez para efectuar envíos.
- Competencia.

4.2 RIESGOS EXTERNOS

- Retraso de la Mercancía
- Extravío de la Mercancía.
- Daños físicos en la Mercancía

4.3 PLANES DE CONTINGENCIA

Para no fallar a nuestros clientes tenemos la opción de incluir en nuestra página web un máximo de artículos en existencia, información que nos proporciona nuestros proveedores ya que nosotros no contamos con un almacén; dicho inventario se irá actualizando automáticamente descargando de él las compras realizadas de algún artículo.

Si la mercancía no cumple con alguna especificación se puede realizar un convenio con el cliente para darle un descuento.

Para los riesgos externos la misma agencia de envíos te asegura tu mercancía para esas posibles contingencias.

4.4 PROVISIÓN DE SEGUROS.

COBERTURA DE RIESGOS

En caso de necesitar una póliza de seguro se contactará al Sr. José Gómez o Carlos Gómez, agentes de venta de Seguros Inbursa, teléfono 51 41 32 12, de lunes a viernes de 8 a.m. a 5 p.m.

<http://www.segurosinbursa.com.mx>

Teléfono desde la ciudad de México 5 325 04 58

Teléfono desde el interior de la República 01 800 715 27 82

CAPÍTULO V.

ANÁLISIS FINANCIERO

OBJETIVO DEL ANÁLISIS FINANCIERO

Obtener la información que permita conocer el monto de la inversión, ingresos, gastos, utilidad por la operación de la empresa, depreciaciones, sueldos, etc.

Y sobre todo, la determinación de las utilidades, para evaluar el rendimiento que nos proporcionan las operaciones del proyecto de inversión.

SIMULADOR FINANCIERO PARA PLANES DE NEGOCIOS (a precios y gastos constantes)

A-1

Nombre de la Empresa:	COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV		
Número de años (máximo cinco):	2005	2006	2007
	2008	2009	
Inventario de unidades anual estimado:	0		
Cetes a 28 días:	8.60%		
Producto o Servicio:	ARTESANIAS DE CERAMICA VIDRIADA		
Edo. Posición Financiera al:	Del 1° de enero al 31 de diciembre de 2005		
Edo. De Resultados al:	31 de diciembre de 2005		
Capital Social:	\$50,000.00		

Inserta las: Unidades de medida producidas al año	5,000.00
Días trabajados al año	312

GASTOS DE OPERACIÓN ANUAL

A-2

Administración anual:	Costos Unitarios	Costo anual	Costo diario
Teléfono	\$ 1.20	\$ 6,000.00	\$ 19.23
Renta	-	-	-
Sueldos (viene de Plantilla Nómina)	7.20	36,000.00	115.38
Papelería	0.60	3,000.00	9.62
Previsión Social	2.16	10,800.00	34.62
Depreciaciones	0.55	2,750.00	8.81
Pasajes y gasolina	0.32	1,600.68	5.13
Luz	0.60	3,000.00	9.62
TOTAL	12.63	\$ 63,150.68	\$ 202.41

Venta o Comercialización anual:	Costos Unitarios	Costo anual	Costo diario
Sueldos (viene de Plantilla)	\$ 19.20	\$96,000.00	\$307.69
Honorarios (viene de Plantilla)	24.00	120,000.00	384.62
Transportación	1.00	5,000.00	16.03
Seguros comerciales	0.00		
Publicidad	0.60	3,000.00	9.62
Promoción	0.50	2,500.00	8.01
Previsión Social	2.88	14,400.00	46.15
Empaque	2.00	10,000.00	32.05
Envase	1.00	5,000.00	16.03
Embalaje	2.00	10,000.00	32.05
145 CAJAS CON 25 PIEZAS CADA UNA		265,900.00	852.24
TOTAL	\$ 53.18	329,050.68	1,054.65

% QUE SE DESEA GANAR	25%
----------------------	-----

RESULTADOS FINALES, COSTO UNITARIO Y PRECIO DE VENTA:	
Costos y Gastos Unitarios Totales	\$ 65.81
Utilidad	\$ 16.45
Precio en Pesos por Unidad de Medida	\$ 82.26

ANÁLISIS DE DATOS PARA FINANCIAMIENTO Y FLUJO DE SALIDA:	
Tasa de interés (Kd)	0%
Tasa fiscal del capital -ISR- (T)	32%
Periodos anuales de pago	5
Número de Socios	3

PLANTILLA (nómina)

	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Personal de Administración:		
Mariana Medina Luna	\$3,000.00	\$36,000.00
<i>Total</i>	3,000.00	36,000.00
Personal de Comercialización:		
Citlali Medina	4,000.00	48,000.00
Roman Rubio Estrada	4,000.00	48,000.00
<i>Total</i>	8,000.00	96,000.00
Personal por Honorarios:		
Eugenia Luna Rubio	4,000.00	48,000.00
Tonatiuh Velasco Calderón	3,000.00	36,000.00
Patricio Medina González	3,000.00	36,000.00
<i>Total</i>	10,000.00	120,000.00
Gran total	\$21,000.00	\$252,000.00

C

COSTO DEL PROYECTO:

El costo del proyecto representa lo que se va a invertir en la Empresa, UNA SOLA VEZ, para iniciarla.

Infraestructura:	
Licencias y permisos	\$ 20,000.00
Gastos preoperatorios (3 meses)	5,000.00
Total	25,000.00

Muebles y enseres:	
Equipo de oficina	3,000.00
Equipo de cómputo	10,000.00
Otros equipos de oficina	2,000.00
	15,000.00
Papelería preoperatoria	1,500.00
Total	16,500.00

GASTOS PARA DOS MESES	50,000.00
------------------------------	------------------

<i>Total Costo del Proyecto</i>	\$ 91,500.00
---------------------------------	---------------------

HOJA DE COSTOS Y GASTOS ANUAL

I. PRODUCCIÓN

1. Mat Prima p/ unidad de medida			\$0.00
Total costos de producción	\$0.00	\$0.00	

II. ADMINISTRACION

A) Sueldos Administración		36,000.00	36,000.00
		36,000.00	
a) Constantes			18,150.68
± Honorarios	0.00		
a.2) Previsión Social	10,800.00		
a.3) Rentas	0.00		
a.4) Depreciaciones	2,750.00		
a.5) Papelería	3,000.00		
a.6) Pasajes, Gasolina	1,600.68		
	18,150.68		
b) Variables		9,000.00	9,000.00
b.1) Material Indirecto	0.00		
b.2) Mantenimiento y Reparación	0.00		
b.3) Luz y Fuerza	3,000.00		
b.4) Teléfono	6,000.00		
SUBTOTAL	9,000.00		63,150.68

III. COMERCIALIZACION / DISTRIBUCION

1. De las Oficinas de Venta			235,400.00
A) Constantes		110,400.00	
a) Sueldos y Salarios	96,000.00		
b) Previsión Social	14,400.00		
c) Diversos	0.00		
d) Publicidad y Promoción	0.00		
B) Variables		125,000.00	
a) Honorarios	120,000.00		
b) Transportación	5,000.00		
c) Seguros	0.00		
2. De Reparto			30,500.00
A) Constantes		0.00	
a) Sueldos y Salarios	0.00		
b) Depreciaciones	0.00		
B) Variables		30,500.00	
a) Publicidad y Promoción	5,500.00		
b) Empaques	10,000.00		
c) Envase	5,000.00		
d) Embalaje	10,000.00		
SUBTOTAL			265,900.00

COSTO TOTAL

\$329,050.68

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
ARTESANIAS DE CERAMICA VIDRIADA

D

HOJA DE COSTOS Y GASTOS DIARIOS

		16 pz	Totales
I. PRODUCCIÓN			
1. Materia Prima Unitario / por unidad de medida			\$0.00
Total costos de producción		\$0.00	
II. ADMINISTRACION			
2. Transformación			
A) Sueldos Administración		\$115.38	\$115.38
		\$115.38	
a) Constantes			\$58.18
a.1) Honorarios	\$0.00		
a.2) Previsión Social	\$34.62		
a.3) Rentas	\$0.00		
a.4) Depreciaciones	\$8.81		
a.5) Papelería	\$9.62		
a.6) Pasajes, Gasolina	\$5.13		
	\$58.18		
b) Variables		\$28.85	\$28.85
b.1) Material Indirecto			
b.2) Mantenimiento y Reparación			
b.3) Luz y Fuerza	\$9.62		
b.4) Teléfono	\$19.23		
	\$28.85		
SUBTOTAL		\$28.85	\$202.41
III. COMERCIALIZACION			
1. De las Oficinas de Venta			\$754.49
A) Constantes		\$353.85	
a) Sueldos y Salarios	\$307.69		
b) Previsión Social	\$46.15		
c) Diversos			
d) Publicidad y Promoción	\$0.00		
B) Variables		\$400.64	
a) Honorarios	\$384.62		
b) Transportación	\$16.03		
c) Seguros	\$0.00		
2. De Reparto			\$97.76
A) Constantes			\$0.00
a) Sueldos y Salarios	\$0.00		
b) Depreciaciones			
B) Variables		\$97.76	
a) Publicidad y Promoción	\$17.63		
b) Empaques	\$32.05		
c) Envase	16.03		
d) Embalaje	32.05		
SUBTOTAL			\$852.24
COSTO Y GASTOS TOTALES			\$1,054.65

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
BALANCE GENERAL AL:

1° Enero 2005

E

ACTIVO		PASIVO	
CIRCULANTE:		CORTO PLAZO:	
Caja y Bancos	<u>\$91,500.00</u>	Préstamos Bancarios	<u>\$41,500.00</u>
		CAPITAL	
		CAPITAL CONTABLE	\$50,000.00
		Capital Social	<u>\$50,000.00</u>
SUMA DE ACTIVO	<u>\$91,500.00</u>	SUMA PASIVO Y CAPITAL	<u>\$91,500.00</u>

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE C' ARTESANIAS DE CERAMICA VIDRIADA
 BALANCE GENERAL AL: Del 1° de enero al 31 de diciembre de 2005

ACTIVO			PASIVO		
CIRCULANTE:		\$126,297.67	CORTO PLAZO:		\$73,669.75
Caja y Bancos	126,297.67		Proveedores	0.00	
Cuentas por Cobrar			Préstamos Bancarios	41,500.00	
Inventarios	0.00		Impuestos por Pagar	2,206.43	
			P.T.U. Por pagar	29,963.32	
FIJO:		\$15,000.00			
Infraestructura	0.00		LARGO PLAZO:		0.00
Depreciaciones	-1,500.00		Préstamos Bancarios	0.00	
Maquinaria y Equipo	0.00				
Muebles y Enseres	15,000.00		CAPITAL CONTABLE		91,377.92
Papelería	1,500.00		Capital Social	50,000.00	
Equipo de Transporte	0.00		Reserva Legal		
		\$23,750.00	Utilidad Acumulada		
DIFERIDO:			Utilidad del ejercicio	41,377.92	
Pagos anticipados	25,000.00				
Gastos por amortizar	-1,250.00				
SUMA DEL ACTIVO		\$ 165,047.67	SUMA DEL PASIVO Y CAPITAL		\$ 165,047.67

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Del 1° de enero al 31 de diciembre de 2005

CONCEPTO	MESES												TOTAL		
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOV.	DIC.			
Ventas	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	411,313.35	100.00%
Costo de Producción de lo Vendido	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
RESULTADO BRUTO	34,276.11	411,313.35	100.00%												
Gastos de Operación:															
De Venta	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	265,900.00	
De Administración	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	63,150.68	
Financiamiento	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	8,715.00	
SUMA	28,147.14	337,765.68	82.12%												
RESULTADO DE OPERACIÓN	6,128.97	73,547.67	17.88%												
Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
Otros gastos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
RESULTADO GRAVABLE	6,128.97	73,547.67	17.88%												
IMSS, Infonavit y 2% a/r	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	2,208.43	0.54%
Prov I.S.R. Y PTU	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	71,341.24	7.28%
	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	28,963.32	10.06%
RESULTADO FINAL	3,448.16	41,377.92	% de ganancia												
INCREMENTO A DEPR	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	\$2,750.00	
BENEFICIO NETO	3,677.33	44,127.92													

INDICADORES FINANCIEROS

PROYECTO	10.06%
VS	
CETES 28 DIAS	8.60%

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Del 1° de Enero al 31 de diciembre de 2006

CONCEPTO	MESES												TOTAL		
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOV.	DIC.			
Ventas	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	411,313.35	100.00%
Costo de Producción de lo Vendido	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
RESULTADO BRUTO	34,276.11	411,313.35	100.00%												
Gastos de Operación:															
De Venta	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	265,900.00	
De Administración	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	63,150.68	
Financiamiento	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	726.25	8,715.00	
SUMA	28,147.14	337,785.68	82.12%												
RESULTADO DE OPERACIÓN	6,128.97	73,547.67	17.88%												
Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
Otros gastos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
RESULTADO GRAVABLE	6,128.97	73,547.67	17.88%												
IMSS, Inforavtl y 2% s/n	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	183.87	2,206.43	0.54%
Prov I.S.R. Y PTU	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	5,945.10	71,341.24	7.28%
	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	2,496.94	29,963.32	
RESULTADO PRIAL	3,448.16	41,377.92	10.06%												
INCREMENTO A DEPR	229.17	\$2,750.00	% de ganancia												
BENEFICIO NETO	3,677.33	44,127.92													

INDICADORES FINANCIEROS

PROYECTO	10.06%
VS	
CETES 28 DIAS	8.60%

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Del 1° de Enero al 31 de diciembre de 2007

CONCEPTO	MESES	TOTAL												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOV.	DIC.		
Ventas	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	411,313.35	100.00%
Costo de Producción de lo Vendido	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
RESULTADO BRUTO	34,276.11	411,313.35	100.00%											
Gastos de Operación:														
De Venta	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	265,900.00	
De Administración	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	63,150.68	
Financiamiento	616.25	616.25	616.25	616.25	616.25	616.25	616.25	616.25	616.25	616.25	616.25	616.25	7,395.00	
SUMA	28,037.14	336,445.88	81.80%											
RESULTADO DE OPERACIÓN	6,238.97	74,887.67	18.20%											
Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
Otros gastos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
RESULTADO GRAVABLE	6,238.97	74,887.67	18.20%											
IMSS, Infonavit y 2% a/m	187.17	187.17	187.17	187.17	187.17	187.17	187.17	187.17	187.17	187.17	187.17	187.17	2,246.03	0.55%
Prov.I.S.R Y PTU	6,051.80	6,051.80	6,051.80	6,051.80	6,051.80	6,051.80	6,051.80	6,051.80	6,051.80	6,051.80	6,051.80	6,051.80	72,621.64	7.42%
	2,541.76	2,541.76	2,541.76	2,541.76	2,541.76	2,541.76	2,541.76	2,541.76	2,541.76	2,541.76	2,541.76	2,541.76	30,501.09	
RESULTADO FINAL	3,510.05	42,120.55	10.24%											
INCREMENTO A DEPR	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	2,760.00	% de ganancia
BENEFICIO NETO	3,739.21	44,870.65												

INDICADORES FINANCIEROS

PROYECTO	10.24%
VS	
CETES 28 DIAS	8.60%

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Del 1° de Enero al 31 de diciembre de 2008

CONCEPTO	MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOV.	DIC.	TOTAL	
Ventas		34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	411,313.35	100.00%
Costo de Producción de lo Vendido		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
RESULTADO BRUTO		34,276.11	411,313.35	100.00%											
Gastos de Operación:															
De Venta		22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	265,900.00	
De Administración		5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	63,150.68	
Financiamiento		483.18	483.18	483.18	483.18	483.18	483.18	483.18	483.18	483.18	483.18	483.18	483.18	5,798.10	
SUMA		27,904.07	27,904.07	27,904.07	27,904.07	27,904.07	27,904.07	27,904.07	27,904.07	27,904.07	27,904.07	27,904.07	27,904.07	334,848.78	81.41%
RESULTADO DE OPERACIÓN		6,372.05	76,464.57	18.59%											
Otros Ingresos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
Otros gastos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
RESULTADO GRAVABLE		6,372.05	76,464.57	18.59%											
IMSS, Infonavit y 2% s/n		191.16	191.16	191.16	191.16	191.16	191.16	191.16	191.16	191.16	191.16	191.16	191.16	2,293.94	0.56%
Prov I.S.R. Y PTU		6,180.89	6,180.89	6,180.89	6,180.89	6,180.89	6,180.89	6,180.89	6,180.89	6,180.89	6,180.89	6,180.89	6,180.89	74,170.63	7.57%
		2,595.97	2,595.97	2,595.97	2,595.97	2,595.97	2,595.97	2,595.97	2,595.97	2,595.97	2,595.97	2,595.97	2,595.97	31,151.67	10.48%
RESULTADO FINAL		3,584.91	43,018.97	10.48%											
INCREMENTO A DEPR		229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	229.17	2,750.00	% de ganancias
BENEFICIO NETO		3,814.08	45,768.97												

INDICADORES FINANCIEROS

PROYECTO	10.46%
VS	
CETES 28 DIAS	8.60%

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Del 1° de Enero al 31 de diciembre de 2009

CONCEPTO	MESES												TOTAL		
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOV.	DIC.			
Ventas	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	34,276.11	411,313.35	100.00%
Costo de Producción de lo Vendido	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
RESULTADO BRUTO	34,276.11	411,313.35	100.00%												
Gastos de Operación:															
De Venta	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	22,158.33	265,900.00	0.00%
De Administración	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	5,262.56	63,150.88	0.00%
Financiamiento	322.14	322.14	322.14	322.14	322.14	322.14	322.14	322.14	322.14	322.14	322.14	322.14	322.14	3,885.70	0.00%
SUMA	27,743.03	332,918.38	80.84%												
RESULTADO DE OPERACIÓN	6,533.08	78,396.87	18.06%												
Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
Otros gastos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
RESULTADO GRAVABLE	6,533.08	78,396.87	18.06%												
IMSS, Infonavit y 2% s/nom	195.99	195.99	195.99	195.99	195.99	195.99	195.99	195.99	195.99	195.99	195.99	195.99	195.99	2,351.91	0.57%
Prov I.S.R. y PTU	6,337.09	6,337.09	6,337.09	6,337.09	6,337.09	6,337.09	6,337.09	6,337.09	6,337.09	6,337.09	6,337.09	6,337.09	6,337.09	76,045.06	7.77%
	2,661.58	2,661.58	2,661.58	2,661.58	2,661.58	2,661.58	2,661.58	2,661.58	2,661.58	2,661.58	2,661.58	2,661.58	2,661.58	31,938.53	10.72%
RESULTADO FINAL	3,675.51	44,106.14	10.72%												
INCREMENTO A DEPR Y	229.17	\$2,750.00	de ganancia												
BENEFICIO NETO	3,904.68	46,856.14													

INDICADORES FINANCIEROS

PROYECTO	10.72%
VS	
CETES 28 DIAS	8.60%

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
DIVIDENDOS

H

	AÑO 0	2005	2006	2007	2008	2009
RESULTADO GRAVABLE		71,341.24	71,341.24	72,621.64	74,170.63	76,045.06
Provisión I.S.R. Y P.T.U.		29,963.32	29,963.32	30,501.09	31,151.67	31,938.93
RESULTADO FINA	\$0.00	\$41,377.92	\$41,377.92	\$42,120.55	\$43,018.97	\$44,106.14
DIVIDENDOS		\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
SOBRANTE		\$21,377.92	\$21,377.92	\$22,120.55	\$23,018.97	\$24,106.14

Nota: Los sobrantes serán utilizados al sexto año como financiamiento

CCOMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
RAZONES FINANCIERAS CON CIFRAS 31-12-05

LIQUIDEZ		INDICE	UNIDAD
Prueba del ácido	Activo circulante - Inventarios / Pasivo Circulante	1.71	\$
Solvencia	Activo circulante / Pasivo circulante	1.71	\$
Prueba rápida	Activo total / Pasivo total	2.24	\$
ENDEUDAMIENTO			
Indice de endeudamiento	Pasivo total / Activo total	0.45	\$
RENDIMIENTO DEL CAPITAL			
Indice de ventas sobre ac	Ventas / Activos totales	2.49	% / veces
Factor de rendimiento del	Pasivos totales + Capital Social / Capital Social	2.47	% / veces

INTERPRETACION: Las pruebas de liquidez miden la capacidad de pago de las deudas a corto plazo, así mismo la prueba ácida indica la capacidad inmediata de pago sobre nuestros pasivos, por cada peso que debemos tenemos 1.71 para hacerle frente a dicha deuda
El endeudamiento indica el porcentaje de la empresa que corresponde a los acreedores
El índice de solvencia considera la verdadera magnitud de la empresa en cualquier instancia del tiempo comparable con diferentes entidades de la misma actividad.

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
FLUJOS DE EFECTIVO A CINCO AÑOS

J

CONCEPTO	AÑO 0	2005	2006	2007	2008	2009
Saldo Inicial	91,500.00	\$50,000.00	\$71,377.92	\$86,470.84	\$100,986.39	\$114,803.46
Ventas	0.00	411,313.35	411,313.35	411,313.35	411,313.35	411,313.35
Costo de Producción de lo Vendido	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pago de Financiamiento	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00
RESULTADO BRUTO	0.00	461,313.35	482,691.27	497,784.19	512,299.74	526,116.81
Gastos de Operación:						
De Venta	0.00	265,900.00	265,900.00	265,900.00	265,900.00	265,900.00
De Administración		63,150.68	63,150.68	63,150.68	63,150.68	63,150.68
Financieros	0.00	8,715.00	8,715.00	7,395.00	5,798.10	3,865.70
SUMA	0.00	337,765.68	337,765.68	336,445.68	334,848.78	332,916.38
RESULTADO DE OPERACIÓN	0.00	123,547.67	144,925.59	161,338.51	177,450.96	193,200.43
Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros Gastos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costo del Proyecto	41,500.00		0.00	0.00	0.00	0.00
RESULTADO GRAVABLE	-41,500.00	73,547.67	73,547.67	74,867.67	76,464.57	78,396.97
Provisión I.S.R. Y P.T.U.		29,963.32	29,963.32	30,501.09	31,151.67	31,938.93
Infonavit y 2% s/nómina		2,206.43	2,206.43	2,246.03	2,293.94	2,351.91
SALDOS FLUJO DE EFECTIVO	\$50,000.00	41,377.92	41,377.92	42,120.55	43,018.97	44,106.14
PAGO FINANCIAMIENTO			6,285.00	7,605.00	9,201.90	11,134.30
DIVIDENDOS		20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
Saldos Finales Flujos Efect.		\$71,377.92	\$86,470.84	\$100,986.39	\$114,803.46	\$127,775.29

DEPRECIACIÓN ACUMULADA

CONCEPTO	VALOR ORIGINA	DEPRECIACIONES PROYECTADAS					DEPRECIACIÓN ACUMULADA
		2005	2006	2007	2008	2009	
Inversión en Maquinaria 10% anual	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Inversión en Infraestructura 5% anual	25,000.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	6,250.00
Inversión en Muebles y Enseres 10% anual	15,000.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	7,500.00
Inversión en Equipo de Transporte 25% anual	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE CAPACIDAD DE PLANTA	40,000.00	2,750.00	2,750.00	2,750.00	2,750.00	2,750.00	13,750.00
Total de Depreciación por comercialización		1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	6,250.00
Total de Depreciación por Admón. y Ventas		1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	7,500.00
TOTAL DE DEPRECIACIONES		2,750.00	2,750.00	2,750.00	2,750.00	2,750.00	13,750.00

REQUERIMIENTO DE EQUIPO Y MANTENIMIENTO

CONCEPTO	VALOR ORIGINA
Maquinaria y Equipo:	0.00
Infraestructura:	25,000.00
Muebles y enseres:	15,000.00
Equipo de Transporte:	0.00
TOTAL EQUIPO REQUERIDO	\$40,000

EVALUACION DEL PROYECTO

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV

PRI (PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION)

	INVERSION	BENEF NETO	
2005	91,500.00	44,127.92	2.07
2006	91,500.00	44,127.92	2.07
2007	91,500.00	44,870.55	2.04
2008	91,500.00	45,768.97	2.00
2009	91,500.00	46,856.14	1.95

PROM 2.03

INTERPRETACION: Nos indica con mayor precisión la cantidad de años y meses en que se recupera la inversión, en este caso es de 2 años

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
VALOR PRESENTE NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV

	VALOR PRESENTE AL 19.09%		
	BENEFICIO NETO	FACTOR	BENEFICIO A VP
2005	44,127.92	0.8397	37,054.21
2006	44,127.92	0.7052	31,119.01
2007	44,870.55	0.5922	26,572.34
2008	45,768.97	0.4973	22,760.91
2009	46,856.14	0.4176	19,567.12
			137,073.59

INTERPRETACION: Nos sirve para conocer el beneficio total por los cinco años traído a pesos actuales.

137,073.59 BENEFICIO NETO A VP
91,500.00 MENOS INVERSION INICIAL
45,573.59 VALOR PRESENTE NETO

INTERPRETACION: Este es el beneficio real ya que le se le resta la inversion inicial y en este caso es de 45,573.59

INDICE DE RENDIMIENTO A VALOR PRESENTE

BENEFICIO A VALOR PRESENTE
INVERSION

137,073.59 1.4981
91,500.00

INTERPRETACION: Ayuda a los inversionistas a decidir si les conviene este rendimiento sobre otros posibles proyectos o inversiones, por que nos muestra la tasa mínima de rendimiento que generará dicho proyecto. Si el índice de rentabilidad es 1.00 o mayor, la propuesta de inversión será aceptable, y en este caso es de 1.4981. Los métodos de valor presente neto y el Índice de rentabilidad dan las mismas señales de aceptación o rechazo del proyecto.

TIR (TASA INTERNA DE RENDIMIENTO)

TIR	19.09%
0	-91500
2005	44,127.92
2006	44,127.92
2007	44,870.55
2008	45,768.97
2009	46,856.14
	39.69%

INTERPRETACION: Es la tasa máxima de rendimiento o descuento que produce una alternativa de inversión, está tasa tiene que mayor a la tasa mínima de rendimiento exigida al proyecto. Como podemos ver estamos obteniendo el 39.69 de TIR en comparación del 25% que desean obtener los socios.

COMERCIALIZADORA XANAT SA DE CV
COSTO DE CAPITAL

CONCEPTO	IMPORTE	%	INTERES PACTADO	INTERES	COSTO PONDERADO
				REAL	
Proveedores	0		0		
Banco	41500	45.35%	21%	11.97	5.43
Socios	50,000	54.65%	25%	25.00	13.66
	91500	100%	25%		
COSTO DE CAPITAL					<u>19.09%</u>

NOTA: Para efectos del costo ponderado de capital, el ISR se considera al 32% y la PTU al

CONCLUSION DEL ANALISIS FINANCIERO

Con el resultado del análisis financiero y la evaluación del proyecto podemos concluir que la empresa tiene la solvencia y liquidez suficiente para poderla calificar como rentable, en comparación con otras entidades de la misma actividad.

La empresa esta haciendo en un principio de un financiamiento tanto interno como externo, pero cabe aclarar que a un mediano plazo tendrá capacidad de hacer uso solamente de la primera.

El plazo promedio de recuperación (PRI) nos indica que la inversión se recupera a corto plazo (2 años).

El Valor presente neto y el índice de rendimiento a Valor Presente nos indica que esta propuesta de inversión es aceptable ya que dicho índice es de 1.4981.

El interés simple sobre rendimiento es de un 29%, que es mayor al solicitado por los socios del 25% por tanto se está obteniendo un poco más del deseado.

La TIR nos demuestra que el rendimiento es superior al porcentaje de utilidad deseado por los socios, que es del 25%, convirtiendo en una buena opción para invertir.

CONCLUSIÓN FINAL

Después de haber mostrado conceptos generales del comercio internacional y la situación económica que tiene México en relación con los países a los que pretendemos comercializar, además de un análisis financiero detallado que muestra la viabilidad del proyecto podemos concluir que es una buena opción de inversión. Los inversionistas podrán darse cuenta que la inversión inicial no es elevada y aún así el periodo de recuperación de la misma se encuentra en un mediano plazo.

Se pretende tener una fuente de abastecimiento tanto interna como externa, los socios aportan la mayor parte del capital, y como abastecimiento externo tenemos el préstamo bancario que será cubierto en un periodo de 6 años.

El proyecto esta hecho a cantidades constantes en cuanto a las ventas y costos debido a que la inflación afectará en proporción al precio de venta como al costo de venta.

En cuanto a el residuo de los dividendos, este se reinvertirá a partir del sexto año, esto es por que se espera que para este año la empresa ya sea sólida y estable.

Así mismo este proyecto puede servir de guía para aquellas personas que han decidido exportar sus productos (artesanías) a la Unión Europea.

CATALOGO



PESO 359 GMS
AL TUBA 16,5 CMS
CIRCUNFERENCIA 48CMS
PRECIO MEX 295,50GMS
PRECIO EUR 4,08 EUROS



PESO 22 GMS
AL TUBA 8 CMS
CIRCUNFERENCIA 20CMS
PRECIO MEX 208,50GMS
PRECIO EUR 1,34 EUROS



PESO 303 GMS
AL TUBA 8 CMS
CIRCUNFERENCIA 26,5CMS
PRECIO MEX 585,50GMS
PRECIO EUR 3,36 EUROS



PESO 380 GMS
AL TUBA 8 CMS
CIRCUNFERENCIA 32,5CMS
PRECIO MEX 585,50GMS
PRECIO EUR 3,36 EUROS



PESO 22 GMS
AL TUBA 8 CMS
CIRCUNFERENCIA 20CMS
PRECIO MEX 208,50GMS
PRECIO EUR 1,34 EUROS



PESO 359 GMS
AL TUBA 16,5 CMS
CIRCUNFERENCIA 48CMS
PRECIO MEX 295,50GMS
PRECIO EUR 4,08 EUROS



PESO 305 GMS
AL TURA 11 CMS
CIRCUNFERENCIA 36 CMS
PRECIO MIN 50 PESOS
PRECIO EUR 3.36 EUROS



PESO 325 GMS
AL TURA 11 CMS
CIRCUNFERENCIA 37.5 CMS
PRECIO MIN 50 PESOS
PRECIO EUR 3.35 EUROS



PESO 325 GMS
AL TURA 10 CMS
CIRCUNFERENCIA 36 CMS
PRECIO MIN 50 PESOS
PRECIO EUR 3.36 EUROS



PESO 275 GMS
AL TURA 10 CMS
CIRCUNFERENCIA 30 CMS
PRECIO MIN 50 PESOS
PRECIO EUR 3.30 EUROS



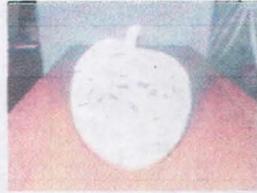
PESO 830 GMS
AL TURA 19 CMS
CIRCUNFERENCIA 43 CMS
PRECIO MIN 100 PESOS
PRECIO EUR 4.00 EUROS



PESO 46 GMS
AL TURA 11 CMS
CIRCUNFERENCIA 36 CMS
PRECIO MIN 50 PESOS
PRECIO EUR 3.36 EUROS



PESO 176 GMS
ALTURA 11CMS
CIRCUNFERENCIA 38,5CMS
PRECIO MIN 50 PESOS
PRECIO EUR 3,36 EUROS



PESO 250 GMS
ALTURA 10,5 CMS
CIRCUNFERENCIA 40CMS
PRECIO MIN 60 PESOS
PRECIO EUR 4,04 EUROS



PESO 202 GMS
ALTURA 11 CMS
CIRCUNFERENCIA 36CMS
PRECIO MIN 50 PESOS
PRECIO EUR 3,00 EUROS



PESO 246GMS
ALTURA 10 CMS
CIRCUNFERENCIA 35CMS
PRECIO MIN 50 PESOS
PRECIO EUR 3,20 EUROS



PESO 157GMS
ALTURA 8CMS
CIRCUNFERENCIA 30CMS
PRECIO MIN 35 PESOS
PRECIO EUR 2,35 EUROS

BIBLIOGRAFÍA

BANCOMEXT

1. *Plan de Negocios para proyectos de exportación (PLANEX).*
2. Alianzas estratégicas
3. El ciclo exportador y los servicios de apoyo
4. Envase y embalaje para exportación.
5. Guía Básica del exportador
6. Guía de acceso al crédito
7. Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea
8. Internet como una estrategia de promoción.
9. *La clave del comercio: libro de respuestas para el exportador.*
10. Mercadotecnia internacional.
11. Modalidades de pago internacional.

LIBROS

- DE LA TORRE JOAQUÍN, ZAMARRÓN BERENICE; "Evaluación de proyectos de Inversión"

Ed. Pearson Education, 2002

242pp

- UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

"Glosario de términos financieros, contables, administrativos, económicos, computacionales y legales"

Plaza y Valdes editores

433 pp.

- JOSE ANTONIO Y ARTURO MORALES CASTRO, Evaluación de Proyectos de Inversión

- SAPAG CHAIN NASSIR, SAPAG CHAIN REINALDO, Preparación y evaluación de proyectos de inversión

Ed. MC GRAW HILL, cuarta edición 2003

439pp

-LERMA KIRCHNER, ALEJANDRO Comercio y Mercadotecnia Internacional.
Internacional Thomson Editores, S.A de C.V.
436pp

- NACIONAL FINANCIERA, Guía practica para la formulación y evaluación de proyectos de inversión,
166pp

- NACIONAL FINANCIERA Diplomado en el ciclo de vida de los proyectos de inversión,
propedéutico,
240pp

- NACIONAL FINANCIERA Diplomado en el ciclo de vida de los proyectos de inversión, formulación y evaluación
155 pp.

REVISTAS

- COMERCIO EXTERIOR, Unión Europea, Ampliación hacia el Este

Revista de análisis Económico, mayo 2004

- COMERCIO EXTERIOR, México y España de cara a la Unión Europea

Revista de análisis Económico, Agosto 2000

- COMERCIO EXTERIOR, Integración y apertura Económica II

Revista de análisis Económico, Junio 2001

- COMERCIO EXTERIOR, Unión Europea,

Revista de análisis Económico, Noviembre 1999

PÁGINAS ELECTRÓNICAS

<http://www.edomex.gob.mx/identidad/civica/pasajes/alfareria.htm>

www.fonart.gob.mx

<http://www.edomex.gob.mx/identidad/civica/pasajes/alfareria.htm>

www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/011ssa13.html

www.bancomext.com.mx

www.economia.gob.mx

www.segrove.com.mx

www.dhl.com.mx

www.amee.orq.mx

http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/transparencia/

<http://www.laredofwd.com/bases/Incoterm.nsf/bbdd5596cff7eb33862564c2007bda41?OpenView>